

Bericht

zur Umfrage des des Career Service Netzwerk e. V.

Ausgangslage der Career Services in Deutschland 2017

ERGEBNISSE – TABELLENBAND

Lage der Career Services in Deutschland 2017

KURZCHARAKTERISTIK

Organisation:	CSND- Career Service Netzwerk Deutschland e.V.
Verantwortung:	Geschäftsstelle des csnd e.V. (+49-30-206292-14)
Adressaten:	N=260, alle gelisteten Career Services in Deutschland
Datenerhebung:	Online-Fragebogen
Institut-Konzeption:	csnd (Rouven Sperling, Krischan Brandl)
Erhebungszeitraum:	31.07.2017 – 10.10.2017
Einladungswiederholung:	N=3 in gleichmäßigen Abständen
Software der Befragung:	EvaSys
Software der Auswertung:	SPSS, Excel, Statistica, Stata, R
Bereinigung der Daten, Auswertung, Bericht:	Antje Oppermann (A&O Beratung) Rouven Sperling, Krischan Brandl
Rücklaufquote:	46,9%, N=122 von 260 Career Service Einheiten (124 Antworten inkl. 2 ohne Angaben)
Datum:	Juli 2018

Die Auswertung ist z.T. auf Bundesland-Ebene in Gruppen zusammengefasst:

Ost: Berlin, Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern, Sachsen, Sachsen Anhalt, Thüringen
Süd: Baden-Württemberg, Bayern

West: Hessen, Nordrhein Westfalen, Rheinland-Pfalz, Saarland

Nord: Bremen, Hamburg, Niedersachsen, Schleswig-Holstein

KONTAKT

CSND	Geschäftsstelle c/o Hochschulrektorenkonferenz, 10117 Berlin geschaefsstelle@csnd.de
Datenverarbeitung	Oppermann, Antje (A&O Beratung für QM an Hochschulen) antje.oppermann@quality-of-home.com

INHALT

1 Allgemeine Angaben	5
1.1 Bundesland	6
1.2 Bundesland-Gruppe.....	6
1.3 Art der Hochschule Vgl. Bundesland-Gruppe (BL)	7
1.4 Anzahl staatlicher und anerkannter Hochschulen	7
1.5 Hochschulgröße, Stud.anzahl (HS-Größe) Vgl. Hochschulart (HS-Art).....	7
2 Organisation und Struktur der Career Services	9
2.1 Vorhandensein von Career Service Einrichtungen innerhalb der Hochschule	10
2.2 Gründungsjahr Vgl. BL, HS-Art.....	10
2.3 Organisatorische Anbindung in Hochschulen, Bundesländervergleich	11
2.4 Institutionelle Vertretung bzw. Teilhabe in Hochschulgremien	12
2.5 Kooperation innerhalb der Hochschule Vgl. BL	12
2.6 Veränderungen zur Anbindung in der Hochschule seit 2014 Vgl. BL	14
2.7 Bewertung der Intensität der Kooperation mit Hochschulpartnern	14
2.8 Zentrale Koordination der Arbeitgeberkontakte Vgl. HS-Größe	15
2.9 Bewertung der Ausstattung	16
3 Zielgruppen der Arbeit von Career Services	17
3.1 Zielgruppe der Angebote Vgl. HS-Art	17
3.2 Zielgruppenspezifische Angebote Vgl. BL, HS-Art.....	18
4 Finanzierung	20
4.1 Kommentare, Anmerkungen zur Finanzierung.....	20
4.2 Summe des Sachmittelestats Vgl. BL, HS-Art/-Größe	20
4.3 Anzahl der Vollzeitäquivalente Vgl. BL, HS-Art/-Größe	21
4.4 Anzahl der MitarbeiterInnen Vgl. BL, HS-Art/-Größe	22
4.5 Anzahl der MitarbeiterInnen Vgl. Hilfskräfte	23
4.6 Frauenanteil – Anzahl der Mitarbeiterinnen, Bundesländervergleich	23
4.7 Anzahl unbefristeter Stellen Vgl. BL, HS-Art/-Größe	24
4.8 Anzahl aus Grundhaushalt finanzierter Stellen Vgl. BL, HS-Art/-Größe.....	24
4.9 Dotierung der Stellen nach TV-L/TVÖD (o.ä.) Vgl. BL, HS-Art/-Größe	25
5 Evaluation (Vgl. BL, Hochschulart)	27
5.1 Art der Evaluation von Angeboten	27
5.2 Evaluation der Service Einrichtung	28
6 Zufriedenheit der MitarbeiterInnen	29
6.1 Was ist Ihnen wichtig bei Ihrer Tätigkeit?	29
6.2 Ihre Zufriedenheit mit dem eigenen, aktuellen Tätigkeitsumfeld.....	29
6.3 Kommentare: Was darf sich zu Ihrer vollsten Zufriedenheit ändern?	30
7 Angebotsspektrum für StudentIn/Alumni (Vgl. BL, HS-Art)	31

7.1 Fachbereichsspezifische Angebote für StudentInnen/Alumni	32
7.2 Fokus fachspezifischer Angebote für StudentInnen/Alumni	33
7.3 Fächerübergreifende Angebote für StudentInnen/Alumni	35
7.4 Studienphase, in der die Angebote genutzt werden	35
7.5 Integration im Studiengang (Leistungspunkte)	37
7.7 Besondere Angebotsvielfalt für StudentInnen/Alumni	37
8 Hauptangebote für StudentInnen/Alumni (Vgl. BL, HS-Art)	40
8.1 Seminare/Workshops in unterschiedlichen Sprachen	41
8.2 Summe der Plätze in Seminaren im WiSe 16/17 und SoSe 2017	43
8.3 Externe TrainerInnen für Seminare/Workshops	45
8.4 Vorträge in unterschiedlichen Sprachen	46
8.5 Summe aller TeilnehmerInnen an Vorträgen im WiSe 16/17, SoSe 2017	48
8.6 Beratung/Coaching in unterschiedlichen Sprachen	48
8.7 Summe aller Beratungsgespräche/Coachings im WiSe 16/17, SoSe 2017	51
9 Kooperation mit ArbeitgeberInnen (Vgl. BL, HS-Art)	53
9.1 Anzahl regelmäßiger und enger KooperationspartnerInnen	53
9.1 Anzahl gemeinsamer Veranstaltungen im Semester	54
9.3 Kostenpflichtige Angebotsvielfalt für ArbeitgeberInnen	55
10 Trend der Projektarbeit von Career Services	57
10.1 Projektvorstellungen fürs nächste Jahr	57
10.2 Selbstverständnis – Leitbilder im Career Service	58
10.3 Kommentare, Anmerkungen zum csnd	59
Anhang	60
A.1 Hochschulname	60

Einführung

Im Jahr 2018 wurden durch das Career Service Netzwerk Deutschland e.V. (csnd) zum zweiten Mal nach 2014 alle deutschen Career Services zu ihren Aufgaben, Mitarbeiterzufriedenheit, Ausstattung und Finanzierung mittels einer Online-Fragebogens befragt.

Neben den im csnd vertretenen Career Services wurden auch alle weiteren Career Service Einrichtungen an deutschen Hochschulen in privater oder öffentlicher Trägerschaft recherchiert und postalisch sowie per E-Mail angeschrieben. Die Datenerhebung erfolgte mittels eines Online-Fragebogen über EvaSys.

Von den 260 Career Service Einrichtungen in Deutschland antworteten im Erhebungszeitraum vom 31.07.2017 bis 10.10.2017 nach maximal drei Kontaktaufnahmen 122 Einrichtungen, was eine Rücklaufquote von 46,9% entspricht und damit ähnlich dem Niveau der Evaluation aus 2014 liegt (125 Antworten).

1 Allgemeine Angaben

Den überwiegenden Anteil der an der Umfrage teilgenommenen Service Einrichtungen bestimmt der Süd-Westen Deutschlands: Im Süden Deutschlands verteilen sich die Career Services auf 11 Universitäten (29%), 23 Fachhochschulen (61%) und 4 sonstige Hochschularten (11%). Career Services in Westdeutschland verteilen sich gleichmäßig auf 15 Universitäten (46%) und 15 Fachhochschulen (46%) sowie 3 sonstige Hochschulen (9%). Im Bundesländervergleich verteilen sich die Career Service Einrichtungen insgesamt auf 27% im Osten (Berlin, Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern, Sachsen, Sachsen-Anhalt, Thüringen), 32% im Süden (Baden-Württemberg, Bayern), 28% im Westen (Hessen, Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz, Saarland) und 13% im Norden Deutschlands (Bremen, Hamburg, Niedersachsen, Schleswig-Holstein). Bei 2,5% der befragten Career Service Einrichtungen ist eine Zuordnung nicht möglich, entweder aus eigenem Interesse, das Bundesland nicht zu nennen oder aufgrund von bundeslandübergreifender Hochschulen. 11% der Career Services sind an staatlich anerkannten privaten Hochschulen zu verorten.

Die Zuordnung der Hochschulart zeigt eine relative Repräsentanz zur bundesweiten Statistik. Nach Angaben des Statistischen Bundesamtes (WiSe 2016/1017 nach Destatis) existieren im Jahr 2017 428 Hochschulen (HS) in Deutschland. Diese verteilen sich auf: 217 Fachhochschulen (50,7%); 106 Universitäten (24,8%); 53 Kunst-HS (12,4%); 30 Verwaltungsfach-HS (7,0%); 16 Theologische HS (3,8%) und 6 Pädagogische HS (1,4%). Den 428 Hochschulen sind derzeit insgesamt 260 eingetragene Career Services zuzuordnen (61%). In vorliegender Umfrage sind 64 Career Services von Fachhochschulen (53%), 48 von Universitäten (40%), sechs von künstlerischen (5%), zwei anderen, privaten Hochschularten (2%) und ein Career Service einer kirchlichen Hochschule (1%) vertreten. Career Services von Universitäten sind stärker als im Bundesdurchschnitt vertreten. Was u.a. auch darauf zurückgeführt werden kann, dass sich zuerst an Universitäten CS Einrichtungen etabliert haben und die Gründung sowie die landesrechtliche Anerkennung von Fachhochschulen in privater Trägerschaft eine maßgebliche Rolle spielt.

Der überwiegende Anteil der Career Services sind an Hochschulen mit bis zu 9.999 Studierenden verortet (57,6% kumulierte Prozente). 48% der Career Services an Universitäten stehen für bis zu 39.999 Studierende zur Verfügung, 37% der Career Services an Fachhochschulen für bis zu 9.999 Studierende und 67% der Career Services sonstiger Hochschularten für bis zu 4.999 Studierende.

1.1 Bundesland

Antworten		
Modus: Nordrhein Westfalen	Absolut	Prozent
Nordrhein-Westfalen	22	18,0
Bayern	21	17,2
Baden-Württemberg	17	13,9
Niedersachsen	9	7,4
Sachsen	9	7,4
Berlin	8	6,6
Brandenburg	6	4,9
Hessen	6	4,9
Rheinland-Pfalz	4	3,3
Sachsen-Anhalt	4	3,3
Hamburg	3	2,5
Thüringen	3	2,5
Bremen	2	1,6
Mecklenburg-Vorpommern	2	1,6
Schleswig-Holstein	2	1,6
Saarland	1	0,8
fehlend (k.A.)	3	2,5
Gesamt	122	100,0

Tabelle 1 – Häufigkeit: Bundesland

1.2 Bundesland-Gruppe

Antworten		
Modus: Süd	Absolut	Prozent
Süd	38	31,9
West	33	27,7
Ost	32	26,9
Nord	16	13,4
Gesamt	119	100,0

Ost: Berlin, Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern, Sachsen, Sachsen Anhalt, Thüringen

Süd: Baden-Württemberg, Bayern

West: Hessen, Nordrhein Westfalen, Rheinland-Pfalz, Saarland

Nord: Bremen, Hamburg, Niedersachsen, Schleswig-Holstein

Tabelle 2 – Häufigkeit: Bundeslandgruppe

1.3 Art der Hochschule Vgl. Bundesland-Gruppe (BL)

Antworten		Absolut	Prozent
Modus: Fachhochschule/HAW			
Fachhochschule/HAW		64	52,9
Universität		48	39,7
Kunst- und/oder Musikhochschule		6	5,0
Andere		2	1,7
Kirchliche Hochschule		1	0,8
Gesamt		121	100,0

Tabelle 3 – Häufigkeit: Hochschulart

Hochschulart # BL	Ost	Süd	West	Nord	Gesamt
Uni	13 40,6%	11 28,9%	15 45,5%	9 56,3%	48 40,3%
FH	17 53,1%	23 60,5%	15 45,5%	7 43,8%	62 52,1%
sonstig	2 6,3%	4 10,5%	3 9,1%	0 0,0%	9 7,6%
Gesamt	32	38	33	16	119

Tabelle 4 – Kreuztabelle: Hochschulart # Bundeslandgruppe

1.4 Anzahl staatlicher und anerkannter Hochschulen

Antworten		Absolut	Prozent
Modus: staatliche Hochschule			
staatliche Hochschule		105	89,0
staatlich anerkannte Hochschule		13	11,0
Gesamt		118	100,0

Tabelle 5 – Häufigkeit: Staatliche und anerkannte Hochschulen

1.5 Hochschulgröße, Stud.anzahl (HS-Größe) Vgl. Hochschulart (HS-Art)

Antworten		Absolut	Prozent
Modus: bis 4.999; Median: bis 9.999			
bis 1.000 Studierende		11	9,3
bis 4.999		31	26,3
bis 9.999		26	22,0
bis 19.999		19	16,1
bis 39.999		22	18,6
ab 40.000		9	7,6
Gesamt		118	100,0

Tabelle 6 – Häufigkeit: Hochschulgröße

HS-Größe # HS-Art	Uni	FH	sonstig	Gesamt
bis 1.000 Studierende	2 4,3%	6 9,5%	3 33,3%	11 9,3%
bis 4.999	3 6,5%	22 34,9%	6 66,7%	31 26,3%
bis 9.999	3 6,5%	23 36,5%	0 0,0%	26 22,0%
bis 19.999	7 15,2%	12 19,0%	0 0,0%	19 16,1%
bis 39.999	22 47,8%	0 0,0%	0 0,0%	22 18,6%
ab 40.000	9 19,6%	0 0,0%	0 0,0%	9 7,6%
Gesamt	46	63	9	118

Tabelle 7 – Kreuztabelle: Hochschulgröße # Hochschulart

2 Organisation und Struktur der Career Services

Für 12% der befragten CS sind mehrere Einrichtungen mit Career-Tätigkeiten an der jeweiligen Hochschule verortet.

Der überwiegende Anteil der Career Service Einrichtungen gründete sich bis 2008 (54,7 kumulierte Prozente), wobei Universitäten bereits ab 2006 in größerer Ausprägung Abteilungen aufbauten worauf Fachhochschulen vermehrt ab 2010 folgten. Die Häufung in diesem zeitlichen Abschnitt kann als direkte Folge der Förderprogramme auf europäischer und deutscher Ebene gesehen werden, die einen wichtigen Beitrag zur Etablierung von Career Services geleistet haben. In den letzten Jahren erhöhte sich die Anzahl von neugegründeten Career Services nur noch langsam.

46% der CS Einrichtungen sind innerhalb einer Abteilung/eines Referats/Dezernates o.ä. und 27% als eigenständige Abteilung/Referat/Dezernat o.ä. an der Hochschule verortet – bundesweit größtenteils als zentrale Einrichtung/Stabstelle (77%).

Institutionell sind die CS Einrichtungen in Abteilungsleiterrunden (49%), Presse/ Öffentlichkeitsarbeit/ Marketing (38%) und Führungskräftekreisen (25%) in ihren Hochschulen vertreten. Im Vergleich zur letzten Studie (2014) hat sich in 23% der Einrichtungen eine Veränderung in der Hochschulbindung ergeben. Dies umfasste zumeist Verstetigungen oder Fusionen mit anderen Hochschuleinrichtungen aber auch Änderungen bedingt durch den Wegfall von Förderungen.

Kooperationspartner der CS Einrichtungen sind v.a. Studienberatung (40%), Alumni (28%), Studierendenservice (24%) und sonstige wie Gründungseinrichtungen, Technologie- und Wissenstransfer sowie Weiterbildungsinstitute (24%). Eine eher starke Kooperation besteht für den Großteil der CS Einrichtungen u.a. mit regionalen ArbeitgeberInnen, der Alumni-Abteilung, Studienberatung und Arbeitsagentur. Dabei arbeiten 80% der CS Einrichtungen im Vergleich zur ersten Umfrage 2014 nach drei Jahren noch immer ohne eine zentrale Koordination der Arbeitgeberkontaktdaten an ihren Hochschulen. Weniger intensiv ist die Zusammenarbeit u.a. mit Job/Karriereportalen, Unternehmerverbänden und internationalen Arbeitgebern. Vor allem hinsichtlich externen Karriereberatungen und den Angeboten von Finanzdienstleistern existieren kaum Kooperationsangebote.

Im Allgemeinen wird die vorhandene Ausstattung der Career Services an Hochschulen als gut befunden. Jedoch gibt es erhebliche Erwartungsspannungen hinsichtlich der Platzsituation und technischen Ausstattung. So fehlen beispielsweise vielerorts Büros für persönliche Beratungsgespräche, Coachings sowie ein zuverlässiges Buchungssystem für Veranstaltungsräume und moderne technische Ausstattung der Räume mit entsprechender Software und nutzerfreundlichen Datenbanken.

2.1 Vorhandensein von Career Service Einrichtungen innerhalb der Hochschule

Antworten		
Modus: ja, eine	Absolut	Prozent
Ja, eine	105	86,1
Ja, mehrere	15	12,3
Derzeit im Aufbau, Planung	1	0,8
Sie wird demnächst wieder abgeschafft.	1	0,8
Gesamt	122	100,0

Tabelle 8 – Häufigkeit: Vorhandene CS Einrichtungen in der Hochschule

2.2 Gründungsjahr Vgl. BL, HS-Art

Antworten		
Median: 2008	Absolut	Prozent
2000 oder davor	17	14,8
2001	5	4,3
2002	4	3,5
2003	3	2,6
2004	2	1,7
2005	5	4,3
2006	7	6,1
2007	11	9,6
2008	9	7,8
2009	13	11,3
2010	4	3,5
2011	11	9,6
2012	3	2,6
2013	4	3,5
2014	7	6,1
2015	4	3,5
2016	3	2,6
weiß ich nicht	3	2,6
Gesamt	115	100,0

Tabelle 9 – Häufigkeit: Gründungsjahr

Gründungsjahr # BL	Ost	Süd	West	Nord	Gesamt
Median	2008	2009	2009	2007	2008

# HS-Art	Uni	FH	sonstig	Gesamt
Median	2006	2010	2011	2008

Tabelle 10 – Kreuztabelle: Median f. Gründungsjahr # BL, HS-Art

2.3 Organisatorische Anbindung in Hochschulen, Bundesländervergleich

Antworten	Absolut	Prozent
Modus: Bereich innerhalb einer Abteilung...		
Bereich innerhalb einer Abteilung/eines Referates/Dezernates o.ä.	55	45,5
Eigenständige Abteilung/Referat/Dezernat o.ä.	33	27,3
Stabstelle	13	10,7
Servicezentrum	8	6,6
Nichts davon	6	5,0
Wissenschaftliche Einrichtung	4	3,3
Bereich an einem Lehrstuhl	2	1,7
Gesamt	121	100,0

Tabelle 11 – Häufigkeit: derzeitige organisatorische Hochschuleinbindung

Antworten	Absolut	Prozent
Modus: zentrale Einrichtung/Stabstelle		
Zentrale Einrichtung/Stabstelle	94	77,0
Zentrale und dezentrale Einrichtung(en)	10	8,2
Dezentrale Einrichtung(en) für mehrere Fakultäten	8	6,6
Anders angesiedelt	6	4,9
Dezentrale Einrichtung(en) für jeweilige Fakultät	4	3,3
Gesamt	122	100,0

Tabelle 12 – Häufigkeit: allgemeine organisatorische Hochschulbindung

HS-Anbindung # BL	Ost	Süd	West	Nord	Gesamt
Zentrale Einrichtung/Stabstelle	25 78,1%	31 81,6%	22 66,7%	13 81,3%	91 76,5%
Dezentrale Einrichtung(en) für jeweilige Fakultät	0 0,0%	1 2,6%	2 6,1%	1 6,3%	4 3,4%
Dezentrale Einrichtung(en) für mehrere Fakultäten	4 12,5%	1 2,6%	3 9,1%	0 0,0%	8 6,7%
Zentrale und dezentrale Einrichtung(en)	0 0,0%	3 7,9%	5 15,2%	2 12,5%	10 8,4%
Anders angesiedelt	3 9,4%	2 5,3%	1 3,0%	0 0,0%	6 5,0%
Gesamt	32	38	33	16	119

Tabelle 13 – Kreuztabelle: Hochschulbindung # Bundeslandgruppe

2.4 Institutionelle Vertretung bzw. Teilhabe in Hochschulgremien

Antworten		
* Prozente beziehen sich auf N: Befragten/Einrichtungen, N=80 gültige		*
Mehrfachnennung – Die absoluten Zahlen entsprechen deren Anzahl.	Absolut	Prozent
Abteilungsleiterrunde	39	48,8
Presse-/Öffentlichkeitsarbeit, Hochschulmarketing o.ä.	30	37,5
Führungskräftekreis	20	25,0
Wissenstransfer und wiss. Weiterbildung/überfachliche Qualifizierung	17	21,3
Kommission für Studium und Lehre/Studienqualitätskommission	13	16,3
Andere/Weitere, und zwar:**	14	17,5
Verwaltungsstrategien der Hochschule	10	12,5
Kanzlerrunde	5	6,3
Senat	2	2,5
Gesamt	150	187,5
**		
Diversity Audit; Entwicklung-, Planungs-, Haushalts-, Senatskommission; Fakultät: Praktikum, Förderverein; Gleichstellung; Gremium f. SG-integrierte Schlüsselkompetenzen; Jour fixe; Konrektor Lehre/Studium, General Studies AG; nirgens vertreten.; Referatsleiter-Runde; Studiendekanekonzil; Transfer; wöchentliche Meetings m. Prorektor f. Bildung		

Tabelle 14 – Häufigkeit: Institutionelle Vertretung in Hochschulgremien

2.5 Kooperation innerhalb der Hochschule Vgl. BL

Antworten		
* Prozente beziehen sich auf N: Befragten/Einrichtungen, N=119 gültige		*
Mehrfachnennung – Die absoluten Zahlen entsprechen deren Anzahl.	Absolut	Prozent
Studienberatung	47	39,5
Alumni	33	27,7
Studierendenservice	29	24,4
sonstige Einheiten, und zwar:**	28	23,5
Zentrum für Schlüsselqualifikationen	21	17,6
Gründungsbüro	17	14,3
keine der genannten	17	14,3
International Office/Auslandsamt	16	13,4
Transferstelle	12	10,1
Marketing/Hochschulkommunikation	11	9,2
Qualitätsentwicklung/-management	11	9,2
Praktikumsstelle/-amt	10	8,4
Fundraising	9	7,6
Presse/Öffentlichkeitsarbeit	9	7,6
Hochschulentwicklung	8	6,7
Graduate School/Promotionskolleg	2	1,7
Gesamt	280	235,3
**		
Forschung; Kooperations-Service: Transfer, Alumni, Gründung; Patente, Stipendien; Referat Technologietransfer; Weiterbildung, Wissenstransferzentrum		

Tabelle 15 – Häufigkeit: Kooperation mit Hochschulpartnern

HS-Kooperation # BL	Ost	Süd	West	Nord	Gesamt
Alumni	8 25,0%	14 38,9%	8 25,0%	3 18,8%	33 28,5%
Fundraising	1 3,1%	5 13,9%	3 9,4%	0 0,0%	9 7,8%
Graduate School/Promotionskolleg	1 3,1%	0 0,0%	1 3,1%	0 0,0%	2 1,7%
Gründungsbüro	7 21,9%	3 8,3%	4 12,5%	3 18,8%	17 14,7%
Hochschulentwicklung	2 6,3%	3 8,3%	3 9,4%	0 0,0%	8 6,9%
International Office/Auslandsamt	3 9,4%	8 22,2%	3 9,4%	2 12,5%	16 13,8%
Marketing/Hochschulkommunikation	2 6,3%	6 16,7%	3 9,4%	0 0,0%	11 9,5%
Praktikumsstelle/-amt	1 3,1%	5 13,9%	2 6,3%	2 12,5%	10 8,6%
Presse/Öffentlichkeitsarbeit	3 9,4%	4 11,1%	2 6,3%	0 0,0%	9 7,8%
Qualitätsentwicklung/-management	3 9,4%	1 2,8%	5 15,6%	2 12,5%	11 9,5%
Studienberatung	14 43,8%	16 44,4%	10 31,3%	6 37,5%	46 39,7%
Studierendenservice	12 37,5%	6 16,7%	5 15,6%	4 25,0%	27 23,3%
Transferstelle	5 15,6%	0 0,0%	4 12,5%	3 18,8%	12 10,3%
Zentrum für Schlüsselqualifikationen	7 21,9%	6 16,7%	6 18,8%	2 12,5%	21 18,1%
sonstige	9 28,1%	3 8,3%	10 31,3%	4 25,0%	26 21,8%
keine	3 9,4%	7 19,4%	2 6,3%	4 25,0%	16 21,8%
Gesamt, Nennungen	81	87	71	35	274
Gesamt, Befragte/Career Einrichtungen	32	36	32	16	116

Tabelle 16 – Kreuztabelle: HS-Kooperation # Bundeslandgruppe

2.6 Veränderungen zur Anbindung in der Hochschule seit 2014 Vgl. BL

Veränderung # BL	Ost	Süd	West	Nord	Gesamt
Ja, und zwar:**	7 21,9%	8 21,6%	10 30,3%	3 18,8%	28 23,7%
Nein	25 78,1%	25 67,6%	23 69,7%	13 81,3%	86 72,9%
Weiß ich nicht	0 0,0%	4 10,8%	0 0,0%	0 0,0%	4 3,4%
Gesamt	32	37	33	16	118

**
 Änderung in Institutioneller Zugehörigkeit an Hochschule (13)
 Verstetigung/Fusionen mit anderen Serviceeinheiten (7)
 Erweiterung der Kooperation bspw. Alumni, International Office (5)
 Wegfall von Kooperationen bspw. Alumni, Gründerberatung (4)
 Teamvergrößerung/Projekterweiterungen (2)
 Veränderung in Förderungen (2)

Tabelle 17 – Kreuztabelle: Strukturelle Veränderung # Bundeslandgruppe

2.7 Bewertung der Intensität der Kooperation mit Hochschulpartnern

HS-Kooperation		sehr stark						gar nicht (6)	N	MW
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)				
Regionale Arbeitgeber	n	40	44	18	10	6	2	120	2,2	
	%	33,3	36,7	15,0	8,3	5,0	1,7			
Marketing/HS-Kommunikation	n	24	42	26	10	11	2	115	2,5	
	%	20,9	36,5	22,6	8,7	9,6	1,7			
Studienberatung	n	39	28	21	10	14	4	116	2,5	
	%	33,6	24,1	18,1	8,6	12,1	3,4			
Alumni-Abteilung	n	37	19	14	9	17	4	100	2,6	
	%	37,0	19,0	14,0	9,0	17,0	4,0			
Presse/Öffentlichkeit	n	19	44	36	8	12	2	121	2,6	
	%	15,7	36,4	29,8	6,6	9,9	1,7			
FachB./Studiengänge	n	21	33	38	18	8	0	118	2,7	
	%	17,8	28,0	32,2	15,3	6,8	0,0			
I. Office/Auslandsamt	n	27	36	26	19	9	4	121	2,7	
	%	22,3	29,8	21,5	15,7	7,4	3,3			
Agentur für Arbeit	n	35	25	27	11	8	15	121	2,8	
	%	28,9	20,7	22,3	9,1	6,6	12,4			
Überreg. Arbeitgeber	n	21	36	28	18	12	6	121	2,9	
	%	17,4	29,8	23,1	14,9	9,9	5,0			
Regionale Netzwerke mit anderen CS	n	13	41	29	16	11	8	118	3,0	
	%	11,0	34,7	24,6	13,6	9,3	6,8			

Tabelle 18a – Häufigkeit, sortiert nach Mittelwert: Bewertung der Intensität der Kooperation 1/2

HS-Kooperation		sehr stark					gar nicht	N	MW
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)		
Gründungsbüro o.ä.	n	22	23	17	15	17	9	103	3,1
	%	21,4	22,3	16,5	14,6	16,5	8,7		
Studentische Initiativen	n	14	23	44	19	13	7	120	3,1
	%	11,7	19,2	36,7	15,8	10,8	5,8		
Job-/Karriereportale	n	17	21	21	18	19	25	121	3,6
	%	14,0	17,4	17,4	14,9	15,7	20,7		
Gleichstellungsbüro	n	11	14	29	11	22	25	112	3,8
	%	9,8	12,5	25,9	9,8	19,6	22,3		
Unternehmerverbände	n	11	19	24	23	18	25	120	3,8
	%	9,2	15,8	20,0	19,2	15,0	20,8		
Studiensekretariat (Kontakt, Statistiken...)	n	10	18	21	17	25	24	115	3,9
	%	8,7	15,7	18,3	14,8	21,7	20,9		
Internat. Arbeitgeber	n	7	15	29	21	27	20	119	3,9
	%	5,9	12,6	24,4	17,6	22,7	16,8		
Institution/Stiftungen (HRK, Ministerien...)	n	7	16	30	13	28	26	120	4,0
	%	5,8	13,3	25,0	10,8	23,3	21,7		
Studentenwerke	n	3	20	24	20	17	37	121	4,1
	%	2,5	16,5	19,8	16,5	14,0	30,6		
(wiss.) Weiterbildung für Mitarbeitende	n	11	9	15	14	18	35	102	4,2
	%	10,8	8,8	14,7	13,7	17,6	34,3		
Graduiertenkollegs	n	4	9	18	6	11	30	78	4,3
	%	5,1	11,5	23,1	7,7	14,1	38,5		
Externe Karriereberatung	n	4	7	13	10	22	59	115	4,9
	%	3,5	6,1	11,3	8,7	19,1	51,3		
Finanzdienstleister	n	2	9	12	11	18	64	116	4,9
	%	1,7	7,8	10,3	9,5	15,5	55,2		

Tabelle 18b – Häufigkeit, sortiert nach Mittelwert: Bewertung der Intensität der Kooperation 2/2

2.8 Zentrale Koordination der Arbeitgeberkontakte Vgl. HS-Größe

Koordination/ Arbeitgeberkontakt # HS-Größe	bis	bis	bis	bis	bis	ab	Gesamt
	1.000	4.999	9.999	19.999	39.999	40 T	
Ja, und zwar:**	3 27,3%	4 13,3%	4 16,0%	5 26,3%	2 9,1%	1 11,1%	19 16,4%
Nein	8 72,7%	25 83,3%	21 84,0%	13 68,4%	18 81,8%	7 77,8%	92 79,3%
Weiß ich nicht	0 0,0%	1 3,3%	0 0,0%	1 5,3%	2 9,1%	1 11,1%	5 4,3%
Gesamt	11	30	25	19	22	9	116

**

Wer koordiniert die Kontaktdaten? Career Service (13); andere (4); Bereich Wissenstransfer/Wirtschaftskontakte (1); Fundraising (1); Pressestelle/Hochschulmarketing (1)

Tabelle 19 – Kreuztabelle: Koordination v. Arbeitgeberkontakten? # Hochschulgröße

2.9 Bewertung der Ausstattung

Ausstattung		sehr gut (1) (2) (3) (4) (5) mies (6)						N	MW
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)		
Arbeitsplatz	n	43	52	13	7	4	2	121	2,0
	%	35,5	43,0	10,7	5,8	3,3	1,7		
Technische Ausstattung	n	39	49	23	4	4	1	120	2,1
	%	32,5	40,8	19,2	3,3	3,3	0,8		
Büroräume	n	37	43	21	11	7	2	121	2,3
	%	30,6	35,5	17,4	9,1	5,8	1,7		
Seminarräume	n	27	45	18	11	8	2	111	2,4
	%	24,3	40,5	16,2	9,9	7,2	1,8		
Beratungsräume	n	21	39	23	8	9	8	108	2,7
	%	19,4	36,1	21,3	7,4	8,3	7,4		
Sekretariatsunterstützung	n	15	14	15	7	7	10	68	3,1
	%	22,1	20,6	22,1	10,3	10,3	14,7		
Datenbanken f. TN, Firmenkontakte...	n	10	27	29	9	14	8	97	3,1
	%	10,3	27,8	29,9	9,3	14,4	8,2		

offene Antworten: „Wollen Sie noch was zur Ausstattung mitteilen?“

fehlendes Buchungssystem für Seminar/Veranstaltungsräume (8);

kein gesonderter Raum für persönliche, unabhängige Beratungen (8);

allgemein schwierige Situation (6);

Platzmangel (5);

allgemein schwierige Finanzlage (4);

provisorische Büros für Mitarbeiter (4);

veraltete Technik und fehlende CRM-Systeme (4);

alte, renovierungsbedürftige Gebäude/Räume (3);

provisorische Absprachen, keine Planungssicherheit (3);

fehlende, veraltete Datenbanken/Plattformen (2)

Tabelle 20 – Häufigkeit, sortiert nach Mittelwert: Bewertung der Ausstattung

3 Zielgruppen von Career Service Angeboten

Die Career Services richten sich generell an Studierende im Bachelor (99,2%) und Master (97%) darüber hinaus werden vertiefend noch besondere Zielgruppen avisiert. Insbesondere Internationale Studierende (76,8%) nehmen einen steigenden Anteil im Portfolio der Career Services ein und erfordern spezifische Qualifikationen auf Seiten der Career Service MitarbeiterInnen. Darüber hinaus sind Alumni (70%) und Arbeitgeber (70%) Zielgruppen der Career Service Arbeit.

3.1 Zielgruppe der Angebote Vgl. HS-Art

Antworten		
* Prozente beziehen sich auf N: Befragten/Einrichtungen, N=122 gültige Mehrfachnennung – Die absoluten Zahlen entsprechen deren Anzahl.		
	Absolut	* Prozent
Bachelorstudierende	121	99,2
Masterstudierende	118	96,7
Alumni	85	69,7
Arbeitgeber	85	69,7
Studierende in anderen Studiengängen, bspw. Diplom, Magister	49	40,2
Studierende in Lehramtsstudiengängen	44	36,1
Studierende in Studiengängen mit Staatsexamen	43	35,2
Berufstätige	30	24,6
Andere/Weitere, und zwar:**	7	5,7
Gesamt	582	477,0
**		
Promovierende (2); Lehrende (1); Lehrende/Fachbereiche zur Studiengangsentwicklung und Beratung zu Fragen der Employability (1); MBA, Doktoranden, Austauschstudenten (1); Post-Docs teilweise auch an befristete MitarbeiterInnen (1)		

Tabelle 21 – Häufigkeit: Zielgruppen

Zielgruppe # HS-Art	Uni	FH	sonstig	Gesamt
Bachelorstudierende	47 97,9%	64 100,0%	9 100,0%	120 99,2%
Masterstudierende	48 100,0%	60 93,8%	9 100,0%	117 96,7%
Studierende, Lehramtsstudiengängen	37 77,1%	1 1,6%	6 66,7%	44 36,4%
Studierende, Staatsexamen	37 77,1%	2 3,1%	4 44,4%	43 34,5%
Studierende, Dipl., Mag. etc.	34 70,8%	11 17,2%	4 44,4%	49 40,5%
Alumni	32 66,7%	45 70,3%	8 88,9%	85 70,2%
Berufstätige	10 20,8%	18 28,1%	2 22,2%	30 24,8%
Arbeitgeber	35 72,9%	47 73,4%	3 33,3%	85 70,2%
Andere/Weitere	4	2	0	6

	8,3%	3,1%	0,0%	5,0%
Gesamt, Nennungen	284	250	45	579
Gesamt, Career Service Einrichtungen	48	64	9	121

Tabelle 22 – Kreuztabelle: Zielgruppen # Hochschulart

3.2 Zielgruppenspezifische Angebote Vgl. BL, HS-Art

Antworten	Absolut	Prozent
* Prozte beziehen sich auf N: Befragten/Einrichtungen, N=99 gültige Mehrfachnennung – Die absoluten Zahlen entsprechen deren Anzahl.		*
Internationale Studierende/AbsolventInnen	76	76,8
International Studierende, insbesondere Incomings	67	67,7
Geschlechtsspezifisch Angebote	36	36,4
International Studierende, insbesondere Outgoings	36	36,4
Frauen	35	35,4
Studienabbrecher	32	32,3
Promovierende	24	24,2
Studierende/Alumni mit Behinderungen	14	14,1
Männer	10	10,1
Andere/Weitere	8	8,1
Habilitierende und Post Docs	5	5,1
Gesamt	343	347,5

Tabelle 23 – Häufigkeit: Zielgruppenspezifische Angebote

Spezifische Angebote # BL	Ost	Süd	West	Nord	Gesamt
International Studierende/AbsolventInnen	19 76,0%	23 74,2%	20 74,1%	12 92,3%	74 77,0%
International, Incomings	17 68,0%	21 67,7%	17 63,0%	10 76,9%	65 67,7%
Geschlechtsspezifische Angebote	11 44,0%	8 25,8%	12 44,4%	5 38,5%	36 37,5%
International, Outgoings	7 28,0%	10 32,3%	11 40,7%	8 61,5%	36 37,5%
Frauen	10 40,0%	8 25,8%	12 44,4%	5 38,5%	35 36,5%
Studienabbrecher	8 32,0%	10 32,3%	11 40,7%	2 15,4%	31 32,3%
Promovierende	4 16,0%	8 25,8%	8 29,6%	3 23,1%	23 24,0
Studierende/Alumni mit Behinderungen	2 8,0%	6 19,4%	3 11,1%	2 15,4%	13 13,5
Männer	1 4,0%	4 12,9%	4 14,8%	1 7,7%	10 10,4%
Habilitierende und Post Docs	1 4,0%	2 6,5%	2 7,4%	0 0,0%	5 5,2%
Gesamt, Nennungen	80	100	100	48	328
Gesamt, Career Service Einrichtungen	25	31	27	13	96

Tabelle 24 – Kreuztabelle: Spezifische Angebote # Bundeslandgruppe

Spezifische Angebote # HS-Art	Uni	FH	sonstg	Gesamt
International Studierende/AbsolventInnen	32 80,0%	40 75,5%	3 60,0%	75 76,5%
International, Incomings	29 72,5%	34 64,2%	3 60,0%	66 67,3%
Geschlechtsspezifische Angebote	15 37,5%	20 37,7%	1 20,0%	36 36,7%
International, Outgoings	14 35,0%	21 39,6%	1 20,0%	36 36,7%
Frauen	14 35,0%	20 37,7%	1 20,0%	35 35,7%
Studienabbrecher	15 37,5%	16 30,2%	1 20,0%	32 32,7%
Promovierende	18 45,0%	5 9,4%	0 0,0%	23 23,5%
Studierende/Alumni mit Behinderungen	5 12,5%	8 15,1%	0 0,0%	13 13,3%
Männer	4 10,0%	6 11,3%	0 0,0%	10 10,2%
Habilitierende und Post Docs	5 12,5%	0 0,0%	0 0,0%	5 5,1%
Gesamt, Nenungen	151	170	10	331
Gesamt, Career Service Einrichtungen	40	53	5	98

Tabelle 25 – Kreuztabelle: Spezifische Angebote # Hochschulart

4 Finanzierung

Nach Angaben von 49 Career Services (40%) standen diesen im Schnitt bis zu 10.000 Euro Sachmitteletat für das Kalenderjahr 2017 zur Verfügung, im Süden Deutschlands und allgemein für Universitäten bis zu 20.000 Euro.

Durchschnittlich arbeiten in den Career Services ca. zwei MitarbeiterInnen auf ca. 1,5 Vollzeitäquivalenten verteilt mit zusätzlicher Unterstützung von Hilfskräften mit einer wöchentlichen Arbeitszeit von bis zu 20 Stunden. Bundesweit ist hiervon im Schnitt eine Stelle unbefristet. Ab einer Hochschulgröße ab 39.999 Studierenden zwei Stellen. Dabei wird eine Stelle zumeist aus dem Grundhaushalt der Hochschule finanziert. Die Dotierung der Stelle liegt im Schnitt bei einer TV-L/TVöD 13.

4.1 Kommentare, Anmerkungen zur Finanzierung

offene Antworten: „Möchten Sie noch etwas zur Finanzierung mitteilen?“ (n: Nennungen)

Im Allgemeinen gibt es vielerorts rechtliche Hürden für Entfristungen v.a. mit Beschränkung durch das Wissenschaftszeitvertragsgesetz für den sogenannten dritten Sektor (8); unklare Stellenzuordnungen und Anzahl pro Fachgebiet/Abteilung sowie Kooperationsbereichen (6); befristete Stellen und Jahresverträge, die den kontinuierlichen Aufbau und Pflege eines Netzwerkes benachteiligen (5); Personal, das überwiegend ausschließlich durch wissenschaftliche Hilfskräfte, Studierende gestärkt wird (4). Vorschläge zur Verbesserung der Finanzierung sind u.a. in positiven Erfahrungen mit dem strategischen Aufbau durch Drittmittelprojekte (3) zu finden. Der Personaletat sollte aus Geldern des Grundhaushaltes der Hochschulen gestärkt (3) und an die Hochschulgröße bzw. Studierendenzahl angepasst (3) werden. Alternative Finanzierungsquellen könnten bspw. durch die Kooperation mit der EU, Ministerien, Botschaften, der Arbeitsagentur und Wirtschaft durch bspw. Messeeinnahmen etc. gestärkt werden (3). Daneben gibt es auch negative Erfahrungen mit der Drittmittelfinanzierung, für die u.a. sehr viel Ressourcenaufwendung das Alltagsgeschäft beeinträchtigen (2). Private Hochschulen nutzen alternative Personalfinanzierungen (2).

4.2 Summe des Sachmittelstats Vgl. BL, HS-Art/-Größe

Antworten	Absolut	Prozent
Median: bis 10.000 €		
bis 5.000 €	17	34,7
bis 10.000 €	9	18,4
bis 20.000 €	10	20,4
bis 40.000 €	5	10,2
bis 80.000 €	3	6,1
> 80.000 €	5	10,2
Gesamt	49	100,0

Tabelle 26 – Häufigkeit: Etat Kalenderjahr 2017 bzw. WiSe 2016/17 und SoSe 2017 (ohne Personaletat)

Sachmittelat # BL	Ost	Süd	West	Nord	Gesamt	
Median	bis 10.000	bis 20.000	bis 10.000	bis 20.000	bis 10.000	bis 10.000

# HS-Art	Uni	FH	sonstig	Gesamt	
Median	bis 20.000	bis 10.000	bis 10.000	bis 10.000	bis 10.000

# HS-Größe	bis 1.000	bis 4.999	bis 9.999	bis 19.999	bis 39.999	ab 40.000	Gesamt
Median	bis 20.000	bis 10.000	bis 10.000	bis 10.000	bis 20.000	.	bis 10.000

Tabelle 27 – Kreuztabelle: Median f. Sachmittel-Jahresetat 2017 # BL, HS-Art, HS-Größe

4.3 Anzahl der Vollzeitäquivalente Vgl. BL, HS-Art/-Größe

Antworten		Absolut	Prozent
Median: 1,5 Vollzeitäquivalente			
0,25		5	4,1
0,5		7	5,8
0,75		13	10,7
1,0		24	19,8
1,5		25	20,7
2,0		9	7,4
2,5		7	5,8
3,0		5	4,1
3,5		7	5,8
4,0		4	3,3
4,5		2	1,7
5,0		4	3,3
5,5		1	,8
6,0		4	3,3
7,0		1	,8
> 7,0		3	2,5
Gesamt		121	100,0

Tabelle 28 – Häufigkeit: Anzahl der Vollzeitäquivalente

Vollzeitäquivalent # BL		Ost	Süd	West	Nord	Gesamt
Median		1,5	1,5	1,5	2,5	1,5

# HS-Art	Uni	FH	sonstig	Gesamt
Median	2,0	1,5	0,75	1,5

# HS-Größe	bis 1.000	bis 4.999	bis 9.999	bis 19.999	bis 39.999	ab 40.000	Gesamt
Median	1,0	1,0	1,0	1,5	2,0	3,5	1,5

Tabelle 29 – Kreuztabelle: Median f. Vollzeitäquivalent # BL, HS-Art, HS-Größe

4.4 Anzahl der MitarbeiterInnen Vgl. BL, HS-Art/-Größe

Antworten			
Median: zwei MitarbeiterInnen	Absolut	Prozent	
1	39	32,5	
2	25	20,8	
3	21	17,5	
4	9	7,5	
5	8	6,7	
6	5	4,2	
7	6	5,0	
8	1	,8	
9	0	,0	
10	4	3,3	
11	0	,0	
12+	2	1,7	
Gesamt	120	100,0	

Tabelle 30 – Häufigkeit: Anzahl der MitarbeiterInnen

N: MitarbeiterIn # BL		Ost	Süd	West	Nord	Gesamt
Median		drei	zwei	zwei	drei	zwei

# HS-Art	Uni	FH	sonstig	Gesamt
Median	drei	zwei	ein(e)	zwei

# HS-Größe	bis 1.000	bis 4.999	bis 9.999	bis 19.999	bis 39.999	ab 40.000	Gesamt
Median	zwei	ein(e)	zwei	drei	drei	fünf	zwei

Tabelle 31 – Kreuztabelle: Median f. Anzahl d. MitarbeiterInnen # BL, HS-Art, HS-Größe

4.5 Anzahl der MitarbeiterInnen Vgl. Hilfskräfte

Antworten		Absolut	Prozent
Median: bis 20h Unterstützung durch stud. Hilfskräfte o.ä.			
gar nicht		20	16,9
bis 10h		35	29,7
bis 20h		25	21,2
bis 30h		11	9,3
bis 40h		9	7,6
bis 50h		2	1,7
bis 60h		1	,8
mehr als 60h		15	12,7
Gesamt		118	100,0

Tabelle 32 – Häufigkeit: Anzahl der wöchentlichen Arbeitsstunden durch stud. Hilfskräfte o.ä.

N: MitarbeiterInnen # Unterstützung von HiWis	oh	bis 10h	bis 20h	bis 30h	bis 40h	> 40h	Gesamt
Median	ein(e)	zwei	drei	vier	zwei	vier	zwei

Tabelle 33 – Kreuztabelle: Median f. Anzahl MitarbeiterInnen # Unterstützung durch stud. Hilfskräfte o.ä.

4.6 Frauenanteil – Anzahl der Mitarbeiterinnen, Bundesländervergleich

Antworten		Absolut	Prozent
Median: zwei Frauen			
0		11	9,1
1		36	29,8
2		30	24,8
3		9	7,4
4		11	9,1
5		5	4,1
6+		10	8,3
alle		9	7,4
Gesamt		121	100,0

Tabelle 34 – Häufigkeit: Anzahl der Frauen

N: Mitarbeiterin # BL	Ost	Süd	West	Nord	Gesamt
Median	zwei	zwei	zwei	drei	zwei

Tabelle 35 – Kreuztabelle: Median f. Anzahl der Frauen # Bundeslandgruppe

4.7 Anzahl unbefristeter Stellen Vgl. BL, HS-Art/-Größe

Antworten		Absolut	Prozent
Median: eine unbefristete Stelle			
0		29	24,4
1		43	36,1
2		22	18,5
3		9	7,6
4		5	4,2
5		5	4,2
6+		3	2,5
alle		3	2,5
Gesamt		119	100,0

Tabelle 36 – Häufigkeit: Anzahl unbefristete Stellen

N: unbefrist. Stelle # BL	Ost	Süd	West	Nord	Gesamt
Median	eine	eine	eine	zwei	eine

# HS-Art	Uni	FH	sonstig	Gesamt
Median	zwei	eine	eine	eine

# HS-Größe	bis 1.000	bis 4.999	bis 9.999	bis 19.999	bis 39.999	ab 40.000	Gesamt
Median	eine	eine	eine	eine	zwei	zwei	eine

Tabelle 37 – Kreuztabelle: Median f. Anzahl unbefristeter Stellen # BL, HS-Art, HS-Größe

4.8 Anzahl aus Grundhaushalt finanzierter Stellen Vgl. BL, HS-Art/-Größe

Antworten		Absolut	Prozent
Median: eine Stelle			
0		29	25,0
1		43	37,1
2		18	15,5
3		9	7,8
4		6	5,2
5		3	2,6
6+		3	2,6
alle		5	4,3
Gesamt		116	100,0

Tabelle 38 – Häufigkeit: Anzahl aus HS-Grundhaushalt finanzierter Stellen (ohne Zweit-/Drittmittel)

N: Haushaltsstelle # BL-Gruppe		Ost	Süd	West	Nord	Gesamt
Median		eine	eine	eine	zwei	eine

# HS-Art	Uni	FH	sonstig	Gesamt
Median	1,5 St.	eine	eine	eine

# HS-Größe	bis 1.000	bis 4.999	bis 9.999	bis 19.999	bis 39.999	ab 40.000	Gesamt
Median	eine	eine	eine	eine	zwei	eine	eine

Tabelle 39 – Kreuztabelle: Median f. Anzahl Haushaltsstelle # BL, HS-Art, HS-Größe

4.9 Dotierung der Stellen nach TV-L/TVöD (o.ä.) Vgl. BL, HS-Art/-Größe

Dotierung		- 8	9	10	11	12	13	14 +	N	MW	Med
Person 1	n	3	8	7	24	5	45	11	103	11,9	13,0
	%	2,9	7,8	6,8	23,3	4,9	43,7	10,7			
Person 2	n	9	11	6	8	2	29	2	67	11,2	11,0
	%	13,4	16,4	9,0	11,9	3,0	43,3	3,0			
Person 3	n	5	6	4	11	0	22	0	48	11,3	11,0
	%	10,4	12,5	8,3	22,9	0,0	45,8	0,0			
Person 4	n	3	4	1	8	1	12	0	29	11,2	11,0
	%	10,3	13,8	3,4	27,6	3,4	41,4	0,0			
Person 5	n	2	6	1	5	0	7	0	21	10,8	11,0
	%	9,5	28,6	4,8	23,8	0,0	33,3	0,0			
Person 6	n	2	3	0	4	0	5	0	14	10,9	11,0
	%	14,3	21,4	0,0	28,6	0,0	35,7	0,0			
Person 7	n	3	1	2	2	0	2	0	10	10,2	10,0
	%	30,0	10,0	20,0	20,0	0,0	20,0	0,0			
Person 8	n	1	1	0	1	0	2	0	5	10,8	11,0
	%	20,0	20,0	0,0	20,0	0,0	40,0	0,0			
Person 9	n	1	1	0	0	0	2	0	4	10,8	11,0
	%	25,0	25,0	0,0	0,0	0,0	50,0	0,0			
Person 10	n	1	1	0	1	0	1	0	4	10,3	10,0
	%	25,0	25,0	0,0	25,0	0,0	25,0	0,0			

Tabelle 40 – Häufigkeit, Mittelwerte: Dotierung der Stellen pro Person nach TV-L/TVöD o.ä.

Dotierung Person 1 # BL		Ost	Süd	West	Nord	Gesamt
Median		12,5	11,0	13,0	13,0	13,0

# HS-Art	Uni	FH	sonstig	Gesamt
Median	13,0	11,0	13,0	13,0

# HS-Größe	bis 1.000	bis 4.999	bis 9.999	bis 19.999	bis 39.999	ab 40.000	Gesamt
Median	11,0	11,0	11,0	12,5	13,0	13,0	13,0

Tabelle 41 – Kreuztabelle: Median f. Stellendotierung Person 1 # BL, HS-Art, HS-Größe

Dotierung Person 2 # BL		Ost	Süd	West	Nord	Gesamt
Median		12,0	9,5	13,0	12,0	11,0

# HS-Art	Uni	FH	sonstig	Gesamt
Median	13,0	10,0	13,0	11,0

# HS-Größe	bis 1.000	bis 4.999	bis 9.999	bis 19.999	bis 39.999	ab 40.000	Gesamt
Median	9,5	9,0	10,0	12,0	13,0	13,0	11,0

Tabelle 42 – Kreuztabelle: Median f. Stellendotierung Person 2 # BL, HS-Art, HS-Größe

Dotierung Person 3 # BL		Ost	Süd	West	Nord	Gesamt
Median		11,0	10,5	10,0	13,0	11,0

# HS-Art	Uni	FH	sonstig	Gesamt
Median	13,0	10,5	13,0	11,0

# HS-Größe	bis 1.000	bis 4.999	bis 9.999	bis 19.999	bis 39.999	ab 40.000	Gesamt
Median	10,5	12,0	11,0	10,5	13,0	9,0	11,0

Tabelle 43 – Kreuztabelle: Median f. Stellendotierung Person 3 # BL, HS-Art, HS-Größe

5 Evaluation (Vgl. BL, Hochschulart)

Hochschul- wie bundesweit evaluieren 95% der Career Services ihre Angebote. Die Methodik umfasst hierbei v.a. das Feedback mittels Fragebögen und Einzelgesprächen.

Die Einrichtungen selbst wurden bzw. werden bislang für 58% der Befragten noch nicht evaluiert bzw. geben hierzu keine Angaben. Auf die Frage ob und inwieweit das Feedback oder Coaching der Einrichtung bzw. MitarbeiterInnen selbst nützlich ist, kann keine Antwort gegeben werden.

5.1 Art der Evaluation von Angeboten

Angebote-Evaluation # BL-Gruppe	Ost	Süd	West	Nord	Gesamt
ja, alle Angebote werden evaluiert	11 34,4%	20 52,6%	22 66,7%	11 68,8%	64 53,8%
ja, manche unserer Angebote	19 59,4%	15 39,5%	10 30,3%	5 31,3%	49 41,2%
nein, unsere Angebote werden nicht evaluiert	2 6,3%	3 7,9%	1 3,0%	0 0,0%	6 5,0%
Gesamt	32	38	33	16	119

Angebote-Evaluation # HS-Art	Uni	FH	sonstige	Gesamt
ja, alle Angebote werden evaluiert	31 64,6%	31 48,4%	2 22,2%	64 52,9%
ja, manche unserer Angebote	17 35,4%	28 43,8%	6 66,7%	51 42,1%
nein, unsere Angebote werden nicht evaluiert	0 0,0%	5 7,8%	1 11,1%	6 5,0%
Gesamt	48	64	9	121

Tabelle 44 – Kreuztabelle: Evaluation der Angebote # BL, HS-Art

Antworten	Absolut	Prozent
* Prozente beziehen sich auf N: Befragten/Einrichtungen, N=116 gültige Mehrfachnennung – Die absoluten Zahlen entsprechen derer Anzahl.		*
Paper & Pencil Fragebogen	104	89,7
Einzelfeedback	44	37,9
Online Fragebogen	41	35,3
Gruppendiskussion	17	14,7
sonstige Methoden**	4	3,4
Gesamt	210	181,0
**		
Feedback mit DozentInnen in Kursen durch uns; gezielte Fragen in Absolventenstudien		

Tabelle 45 – Häufigkeit: Methoden für Evaluation der Angebote

5.2 Evaluation der Service Einrichtung

Evaluation d. Career Service # BL	Ost	Süd	West	Nord	Gesamt
ja, regelmäßig	4 12,9%	7 18,9%	11 35,5%	3 18,8%	25 21,7%
ja, aber unregelmäßig	7 22,6%	10 27,0%	4 12,9%	2 12,5%	23 20,0%
noch nicht, Evaluation steht aber an	0 0,0%	4 10,8%	2 6,5%	1 6,3%	7 6,1%
nein, noch nie	17 54,8%	11 29,7%	11 35,5%	8 50,0%	47 40,9%
keine Angaben	3 9,7%	5 13,5%	3 9,7%	2 12,5%	13 11,3%
Gesamt	31	37	31	16	115

Evaluation d. Career Service # HS-Art	Uni	FH	sonstig	Gesamt
ja, regelmäßig	14 30,4%	12 19,4%	0 0,0%	26 22,2%
ja, aber unregelmäßig	8 17,4%	15 24,2%	1 11,1%	24 20,5%
noch nicht, Evaluation steht aber an	1 2,2%	4 6,5%	2 22,2%	7 6,0%
nein, noch nie	17 37,0%	24 38,7%	6 66,7%	47 40,2%
keine Angaben	6 13,0%	7 11,3%	0 0,0%	13 11,1%
Gesamt	46	62	9	117

Tabelle 4.6 – Kreuztabelle: Evaluation der CS # BL, HS-Art

6 Zufriedenheit der MitarbeiterInnen

Insbesondere sind den MitarbeiterInnen an den Career Services die Gestaltungsfreiheit, Unterstützung von Studierenden/Absolventen sowie ihre Unabhängigkeit sehr wichtig. In der tatsächlichen Arbeit divergiert hierzu die Zufriedenheit mit den teilweise noch sehr inaktiven Studierenden. Allgemein ist das Ansehen ihrer Arbeit inner- und außerhalb der Hochschule zwar zufriedenstellend, könnte jedoch durch mehr Wertschätzung gefördert werden.

6.1 Was ist Ihnen wichtig bei Ihrer Tätigkeit?

Notwendig, wichtig am Arbeitsplatz		sehr					nicht	N	MW
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)		
Gestaltungsfreiheit	n	92	25	4	0	0	0	121	1,3
	%	76,0	20,7	3,3	0,0	0,0	0,0		
Unterstützung von Stud., Absolventen	n	77	28	10	4	1	0	120	1,5
	%	64,2	23,3	8,3	3,3	0,8	0,0		
Unabhängigkeit	n	72	33	14	0	1	0	120	1,5
	%	60,0	27,5	11,7	0,0	0,8	0,0		
Ausstattung Ihres Bereichs	n	46	53	20	1	0	0	120	1,8
	%	38,3	44,2	16,7	0,8	0,0	0,0		
Ansehen innerhalb der Hochschule	n	51	47	17	3	2	0	120	1,8
	%	42,5	39,2	14,2	2,5	1,7	0,0		
Ansehen außerhalb der Hochschule	n	45	36	26	6	6	0	119	2,1
	%	37,8	30,3	21,8	5,0	5,0	0,0		
Bezahlung	n	31	55	26	6	1	1	120	2,1
	%	25,8	45,8	21,7	5,0	0,8	0,8		

Tabelle 47 – Häufigkeit, sortiert nach Mittelwert: Notwendigkeiten am Arbeitsplatz

6.2 Ihre Zufriedenheit mit dem eigenen, aktuellen Tätigkeitsumfeld

Zufriedenheit am Arbeitsplatz		sehr					nicht	N	MW
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)		
Gestaltungsfreiheit	n	60	43	10	5	3	0	121	1,7
	%	49,6	35,5	8,3	4,1	2,5	0,0		
Unabhängigkeit	n	46	41	21	5	6	2	121	2,1
	%	38,0	33,9	17,4	4,1	5,0	1,7		
Unterstützung von Stud., Absolventen	n	32	51	22	6	6	3	120	2,3
	%	26,7	42,5	18,3	5,0	5,0	2,5		
Ansehen außerhalb der Hochschule	n	19	49	28	15	5	2	118	2,5
	%	16,1	41,5	23,7	12,7	4,2	1,7		
Bezahlung	n	15	45	30	17	7	7	121	2,8
	%	12,4	37,2	24,8	14,0	5,8	5,8		
Ansehen innerhalb der Hochschule	n	15	43	25	18	15	4	110	2,9
	%	12,5	35,8	20,8	15,0	12,5	3,3		
Ausstattung Ihres Bereichs	n	19	37	27	19	14	5	121	2,9
	%	15,7	30,6	22,3	15,7	11,6	4,1		

Tabelle 48 – Häufigkeit, sortiert nach Mittelwert: Zufriedenheit am Arbeitsplatz

6.3 Kommentare: Was darf sich zu Ihrer vollsten Zufriedenheit ändern?

offene Antworten: „Was müsste sich aus Ihrer Sicht ändern, damit Sie Ihre Arbeit noch besser machen können?“ (n: Nennungen)

- Bessere Personalsituation bspw. in Anpassung an Studierendenzahl, Entfristung (34)
- Bessere, verlässlichere Finanzierung, auch alternative Grundfinanzierungen (26)
- Akzeptanz, Ansehen und Wertschätzung innerhalb/außerhalb der Hochschule (20)
- Klare institutionelle Strukturen (15)
- Bessere räumliche Ausstattung und Verfügbarkeit (13)
- Klare Vereinbarungen mit Hochschulakteuren/Fakultäten (13)
- Klare Zielvorstellungen der Arbeitsbereiche/Selbstverständnis/Teamwork/Leitung (13)
- Bessere technische Ausstattung und Digitalisierung/Datenmanagement (9)
- Transparenz der Hochschulstrukturen, Vereinbarungen etc. (9)
- Inhaltliche Auseinandersetzungen mit Themen, Veranstaltungsformaten und Professionalität der Bratung rund um Beruf (8)
- Kooperationszuwachs mit Fakultäten/Fachbereichen, institutionelle Verankerung (5)
- Kooperationszuwachs mit internen Hochschulpartnern (5)
- Abbau bürokratischer Hürden (4)
- Integration des Angebotes innerhalb der Studiengänge, Leistungspunkte etc. (4)
- Mehr Nachfrage und Erreichbarkeit von Studierenden (4)
- Gestaltungsfreiheit in Umsetzung von Projekten (3)
- Mehr Kooperation mit Arbeitgebern, strukturell wie inhaltlich (3)

7 Angebotspektrum für StudentInnen/Alumni (Vgl. BL, HS-Art)

Das Angebotspektrum kann mit dem Slogan "Angebot für alle" beschrieben werden: Es umfasst für 91% der Career Services bundes- und hochschulweit alle Fachrichtungen. Im Allgemeinen wird kein besonderer Fokus auf eine der jeweiligen Fachspezifika der Hochschule gelegt und die Aufgaben der Career Services können als fächerübergreifend bezeichnet werden.

Der Großteil der Studierenden nutzt die Angebote im Studienverlauf, insbesondere am Studienende. In der Studieneingangsphase nutzen die Studierende die Angebotsvielfalt der Career Services eher weniger. Teilweise sind die Angebote an den jeweiligen Fachbereichen der Hochschule integriert und Leistungspunkte können – zumindest in 45% der Career Service Einrichtungen erworben werden.

Bundesweit legen die Career Services besonderes Augenmerk neben ihren reichhaltigen Informationsangeboten (47%) auf die Erstellung und Pflege von Karriereportalen (86%), Jobmessen (76%) und Firmenbesuche (57%). Zudem unterstützen sie die Studierenden auch mittels Mentoring-Programmen (29%) und Praktikumsvermittlungen (27%).

7.1 Fachbereichsspezifische Angebote für StudentInnen/Alumni

Antworten	Absolut	Prozent
* Prozente beziehen sich auf N: Befragten/Einrichtungen, N=122 gültige Mehrfachnennung – Die absoluten Zahlen entsprechen derer Anzahl.		*
Wir haben Angebote für alle Fachrichtungen in meiner Hochschule.	110	90,2
Wirtschaftswissenschaften	35	28,7
IT-/Computerwissenschaften	29	23,8
Ingénieur- und Technikwissenschaften	25	20,5
Sozialwissenschaften (Politik, Psychologie...)	24	19,7
Künstlerische Wissenschaften (Kunst, Kultur, Musik...)	20	16,4
Geisteswissenschaften (Sprachen, Geschichte...)	18	14,8
Naturwissenschaften (Physik, Chemie...)	17	13,9
Gesundheitswiss. (Medizin, Pflege, Sport...)	12	9,8
Rechtswissenschaften	12	9,8
Gesamt	302	247,5

Tabelle 49 – Häufigkeit: Fachspezifische Angebote

Fachspezifische Angebote # BL	Ost	Süd	West	Nord	Gesamt
Alle Fachrichtungen in meiner Hochschule	31 96,9%	34 89,5%	28 84,8%	15 93,8%	108 90,8%
Wirtschaftswissenschaften	9 28,1%	12 31,6%	10 30,3%	3 18,8%	34 28,6%
IT-/Computerwissenschaften	8 25,0%	11 28,9%	7 21,2%	3 18,8%	29 24,4%
Ingénieur- und Technikwissenschaften	7 21,9%	9 23,7%	6 18,2%	3 18,8%	25 21,0%
Sozialwissenschaften (Politik, Psychologie...)	3 9,4%	10 26,3%	7 21,2%	4 25,0%	24 20,2%
Künstlerische Wiss. (Kunst, Kultur, Musik...)	4 12,5%	9 23,7%	5 15,2%	2 12,5%	20 16,8%
Geisteswissenschaften (Sprachen, Geschichte...)	6 18,8%	5 13,2%	5 15,2%	2 12,5%	18 15,1%
Naturwissenschaften (Physik, Chemie...)	5 15,6%	6 15,8%	4 12,1%	2 12,5%	17 14,3%
Gesundheitswiss. (Medizin, Pflege, Sport...)	3 9,4%	5 13,2%	1 3,0%	3 18,8%	12 10,1%
Rechtswissenschaften	4 12,5%	4 10,5%	3 9,1%	1 6,3%	12 10,1%
Gesamt, Nennungen	80	105	76	38	299
Gesamt, Career Service Einrichtungen	32	38	33	16	119

Tabelle 50 – Kreuztabelle: Fachspezifische Angebote # Bundeslandgruppe

Fachspezifische Angebote # HS-Art	Uni	FH	sonstig	Gesamt
Alle Fachrichtungen in meiner Hochschule	42 87,5%	60 93,8%	8 88,9%	110 90,9%
Wirtschaftswissenschaften	15 31,3%	18 28,1%	1 11,1%	34 28,1%
IT-/Computerwissenschaften	12 25,0%	17 26,6%	0 0,0%	29 24,0%
Ingenieur- und Technikwissenschaften	7 14,6%	18 28,1%	0 0,0%	25 20,7%
Sozialwissenschaften (Politik, Psychologie...)	13 27,1%	10 15,6%	1 11,1%	24 19,9%
Künstlerische Wiss. (Kunst, Kultur, Musik...)	6 12,5%	9 14,1%	5 55,6%	20 16,5%
Geisteswissenschaften (Sprachen, Geschichte...)	17 35,4%	1 1,6%	0 0,0%	18 14,9%
Naturwissenschaften (Physik, Chemie...)	11 22,9%	6 9,4%	0 0,0%	17 14,0%
Gesundheitswiss. (Medizin, Pflege, Sport...)	5 10,4%	6 9,4%	1 11,1%	12 9,9%
Rechtswissenschaften	9 18,8%	3 4,7%	0 0,0%	12 9,9%
Gesamt, Nennungen	137	148	16	301
Gesamt, Career Service Einrichtungen	48	64	9	121

Tabelle 51 – Kreuztabelle: Fachspezifische Angebote # Hochschulart

7.2 Fokus fachspezifischer Angebote für StudentInnen/Alumni

Antworten		Absolut	Prozent
* Prozenze beziehen sich auf N: Befragten/Einrichtungen, N=120 gültige Mehrfachnennung – Die absoluten Zahlen entsprechen derer Anzahl.			*
Nein, wir haben ein gleiches Angebot für alle.		84	70,0
ja, Wirtschaftswissenschaften		17	14,2
ja, Geisteswissenschaften (Sprachen, Geschichte...)		15	12,5
ja, Sozialwissenschaften (Politik, Psychologie...)		15	12,5
ja, Ingenieur- und Technikwissenschaften		11	9,2
ja, Naturwissenschaften (Physik, Chemie...)		9	7,5
ja, IT-/Computerwissenschaften		8	6,7
ja, Künstlerische Wissenschaften (Kunst, ja, Kultur, Musik...)		6	5,0
ja, Gesundheitswiss. (Medizin, Pflege, Sport...)		5	4,2
ja, Rechtswissenschaften		2	1,7
Gesamt		172	143,3

Tabelle 52 – Häufigkeit: Fokus fachspezifischer Angebote

Fokus fachspezif. Angebote # BL-Gruppe	Ost	Süd	West	Nord	Gesamt
Nein, wir haben ein gleiches Angebot für alle.	23 74,2%	23 60,5%	23 71,9%	13 81,3%	82 70,1%
ja, Wirtschaftswissenschaften	3 9,7%	6 15,8%	6 18,8%	1 6,3%	16 13,7%
ja, Geisteswiss. (Sprachen, Geschichte...)	3 9,7%	6 15,8%	4 12,5%	2 12,5%	15 12,8%
ja, Sozialwissenschaften (Politik, Psychologie...)	3 9,7%	5 13,2%	5 15,6%	2 12,5%	15 12,8%
ja, Ingenieur- und Technikwissenschaften	2 6,5%	6 15,8%	2 6,3%	1 6,3%	11 9,4%
ja, Naturwissenschaften (Physik, Chemie...)	1 3,2%	4 10,5%	3 9,4%	1 6,3%	9 7,7%
ja, IT-/Computerwissenschaften	1 3,2%	5 13,2%	1 3,1%	1 6,3%	8 6,8%
ja, Kunst-Wiss. (Kunst, ja, Kultur, Musik...)	2 6,5%	3 7,9%	1 3,1%	0 0,0%	6 5,1%
ja, Gesundheitswiss. (Medizin, Pflege, Sport...)	2 6,5%	0 0,0%	1 3,1%	2 12,5%	5 4,3%
ja, Rechtswissenschaften	1 3,2%	0 0,0%	1 3,1%	0 0,0%	2 1,7%
Gesamt, Nennungen	41	58	47	23	169
Gesamt, Career Service Einrichtungen	31	38	32	16	117

Fokus fachspezif. Angebote # HS-Art	Uni	FH	sonstige	Gesamt
Nein, wir haben ein gleiches Angebot für alle.	31 66,0%	49 76,6%	4 50,0%	84 70,6%
ja, Wirtschaftswissenschaften	7 14,9%	9 14,1%	0 0,0%	16 13,5%
ja, Geisteswiss. (Sprachen, Geschichte...)	15 31,9%	0 0,0%	0 0,0%	15 12,6%
ja, Sozialwissenschaften (Politik, Psychologie...)	11 23,4%	4 6,3%	0 0,0%	15 12,6%
ja, Ingenieur- und Technikwissenschaften	1 2,1%	10 15,6%	0 0,0%	11 9,2%
ja, Naturwissenschaften (Physik, Chemie...)	7 14,9%	2 3,1%	0 0,0%	9 7,6%
ja, IT-/Computerwissenschaften	4 8,5%	4 6,3%	0 0,0%	8 6,7%
ja, Kunst-Wiss. (Kunst, ja, Kultur, Musik...)	0 0,0%	2 3,1%	4 50,0%	6 5,0%
ja, Gesundheitswiss. (Medizin, Pflege, Sport...)	3 6,4%	2 3,1%	0 0,0%	5 4,2%
ja, Rechtswissenschaften	2 4,3%	0 0,0%	0 0,0%	2 1,7%
Gesamt, Nennungen	81	82	8	171
Gesamt, Career Service Einrichtungen	47	64	8	119

Tabelle 53 – Kreuztabelle: Fokus fachspezifischer Angebote # BL, HS-Art

7.3 Fächerübergreifende Angebote für StudentInnen/Alumni

Fachübergreifendes Angebot # BL	Ost	Süd	West	Nord	Gesamt
ja	28 90,3%	25 67,6%	26 81,3%	14 87,5%	93 80,2%
ja, zum Teil	3 9,7%	11 29,7%	5 15,6%	2 12,5%	21 18,1%
nein	0 0,0%	1 2,7%	1 3,1%	0 0,0%	2 1,7%
Gesamt	31	37	32	16	116

Fachübergreifendes Angebot # HS-Art	Uni	FH	sonstig	Gesamt
ja	37 78,7%	50 80,6%	8 88,9%	95 80,5%
ja, zum Teil	9 19,1%	11 17,7%	1 11,1%	21 17,8%
nein	1 2,1%	1 1,6%	0 0,0%	2 1,7%
Gesamt	47	62	9	118

Tabelle 54 – Kreuztabelle: Fächerübergreifendes Angebote # BL, HS-Art

7.4 Studienphase, in der die Angebote genutzt werden

Antworten	Absolut	Prozent
* Prozente beziehen sich auf N: Befragten/Einrichtungen, N=122 gültige Mehrfachnennung – Die absoluten Zahlen entsprechen derer Anzahl.		*
am Studienende	78	63,9
im Studienverlauf	69	56,6
jederzeit	52	42,6
nach dem Abschluss	43	35,2
in der Studieneingangsphase	11	9,0
Gesamt	252	207,4

Tabelle 55 – Häufigkeit: Studienphase, in der Angebote genutzt werden

Studienphase # BL	Ost	Süd	West	Nord	Gesamt
am Studienende	22 68,8%	26 68,4%	20 60,6%	8 50,0%	76 63,9%
im Studienverlauf	21 65,6%	25 65,8%	18 54,5%	5 31,3%	69 58,0%
jederzeit	13 40,6%	14 36,8%	15 45,5%	9 56,3%	51 42,9%
nach dem Abschluss	15 46,9%	12 31,6%	11 33,3%	5 31,3%	43 36,1%
in der Studieneingangsphase	5 15,6%	3 7,9%	3 9,1%	0 0,0%	11 9,2%
Gesamt, Nennungen	76	80	67	27	250
Gesamt, Career Service Einrichtungen	32	38	33	16	119

Studienphase # HS-Art	Uni	FH	sonstig	Gesamt
am Studienende	33 68,8%	42 65,6%	3 33,3%	78 64,5%
im Studienverlauf	31 64,6%	35 54,7%	3 33,3%	69 57,0%
jederzeit	23 47,9%	22 34,4%	6 66,7%	51 42,1%
nach dem Abschluss	19 39,6%	22 34,4%	2 22,2%	43 35,5%
in der Studieneingangsphase	7 14,6%	3 4,7%	1 11,1%	11 9,1%
Gesamt, Nennungen	113	124	15	252
Gesamt, Career Service Einrichtungen	48	64	9	121

Tabelle 56 – Kreuztabelle: Studienphase, in der Angebote genutzt werden # BL, HS-Art

7.5 Integration im Studiengang (Leistungspunkte)

Leistungspunkte in Angeboten # BL	Ost	Süd	West	Nord	Gesamt
ja	7 22,6%	3 7,9%	4 12,1%	3 18,8%	17 14,4%
ja, teilweise	8 25,8%	15 39,5%	9 27,3%	4 25,0%	36 30,5%
nein	16 51,6%	20 52,6%	20 60,6%	9 56,3%	65 55,1%
Gesamt	31	38	33	16	118

Leistungspunkte in Angeboten # HS-Art	Uni	FH	sonstig	Gesamt
ja	11 22,9%	6 9,5%	1 11,1%	18 15,0%
ja, teilweise	15 31,3%	17 27,0%	4 44,4%	36 30,0%
nein	22 45,8%	40 63,5%	4 44,4%	66 55,0%
Gesamt	48	63	9	120

Tabelle 57 – Kreuztabelle: Können ECTS-Punkte erworben werden? # BL, HS-Art

7.7 Besondere Angebotsvielfalt für StudentInnen/Alumni

Antworten	Absolut	Prozent
* Prozepte beziehen sich auf N: Befragten/Einrichtungen, N=121 gültige Mehrfachnennung – Die absoluten Zahlen entsprechen derer Anzahl.		*
Karriereportale	102	84,3
Jobmesse(n)/ Career Day(s)	90	74,4
Exkursionen (Firmenbesuche...)	67	55,4
Informationsangebote (Mediathek, Bibliothek...)	55	45,5
Mentoring-Programm(e)	34	28,1
Praktikumsvermittlung	32	26,4
Webinare	20	16,5
Karriere Speed-Dating	20	16,5
eLearning (Moodle, ePortfolio, MOOCs...)	16	13,2
Jobplacement	14	11,6
Zertifizierungen (über IHK, Ausbildung zum Schreibberater o.ä.)	13	10,7
Absolventenbuch	10	8,3
Andere/Weitere, und zwar:**	10	8,3
Service Learning	9	7,4
Wir bieten keine weiteren Angebote an.	2	1,7
Gesamt	494	408,3
**		

Assessment Center; Coming out am Arbeitsplatz, Deutschlandstipendium, Diversity, Fundraising; Jobshadowing, Karrieretalk mit Unternehmer; Kooperation mit ehrenamtlichen Organisationen; LivingCareers, Office Days; Vergabeverfahren Deutschlandstipendium etc.

Tabelle 58 – Häufigkeit: besondere Angebotsvielfalt

Angebotsvielfalt # BL	Ost	Süd	West	Nord	Gesamt
Karriereportale	32 100,0%	30 81,1%	25 80,6%	13 81,3%	100 86,2%
Jobmesse(n)/ Career Day(s)	24 75,0%	30 81,1%	22 71,0%	12 75,0%	88 75,9%
Exkursionen (Firmenbesuche...)	20 62,5%	22 59,5%	15 48,4%	8 50,0%	65 56,6%
Informationsangebote (Mediathek, Bibliothek...)	16 50,0%	13 35,1%	16 51,6%	9 56,3%	54 46,6%
Mentoring-Programm(e)	11 34,4%	8 21,6%	9 29,0%	6 37,5%	34 29,3%
Praktikumsvermittlung	10 31,3%	9 24,3%	9 29,0%	3 18,8%	31 26,7%
Webinare	8 25,0%	3 8,1%	4 12,9%	4 25,0%	19 16,4%
Karriere Speed-Dating	6 18,8%	7 18,9%	5 16,1%	1 6,3%	19 16,4%
eLearning (Moodle, ePortfolio, MOOCs...)	6 18,8%	5 13,5%	3 9,7%	2 12,5%	16 13,8%
Jobplacement	2 6,3%	8 21,6%	2 6,5%	1 6,3%	13 11,2%
Zertifizierungen	4 12,5%	4 10,8%	2 6,5%	3 18,8%	13 11,2%
Absolventenbuch	2 6,3%	5 13,5%	1 3,2%	1 6,3%	9 7,8%
Andere/Weitere	3 9,4%	1 2,7%	4 12,9%	2 12,5%	10 8,6%
Service Learning	1 3,1%	1 2,7%	4 12,9%	3 18,8%	9 7,8%
Gesamt, Nennungen	145	146	121	68	480
Gesamt, Career Service Einrichtungen	32	37	31	16	116

Tabelle 59 – Kreuztabelle: Angebotsvielfalt # Bundeslandgruppe

Angebotsvielfalt # HS-Art	Uni	FH	sonstig	Gesamt
Karriereportale	39 83,0%	58 92,1%	4 50,0%	101 85,6%
Jobmesse(n)/ Career Day(s)	38 80,9%	50 79,4%	1 12,5%	89 75,4%
Exkursionen (Firmenbesuche...)	30 63,8%	34 54,0%	2 25,0%	66 55,9%
Informationsangebote (Mediathek, Bibliothek...)	28 59,6%	23 36,5%	4 50,0%	55 46,6%
Mentoring-Programm(e)	15 31,9%	16 25,4%	3 37,5%	34 28,8%
Praktikumsvermittlung	10 21,3%	21 33,3%	0 0,0%	31 26,3%
Webinare	12 25,5%	8 12,7%	0 0,0%	20 17,0%
Karriere Speed-Dating	6 12,8%	13 20,6%	0 0,0%	19 16,1%
eLearning (Moodle, ePortfolio, MOOCs...)	6 12,8%	8 12,7%	2 25,0%	16 13,6%
Jobplacement	5 10,6%	8 12,7%	0 0,0%	13 11,0%
Zertifizierungen	2 4,3%	10 15,9%	1 12,5%	13 11,0%
Absolventenbuch	4 8,5%	5 7,9%	0 0,0%	9 7,6%
Andere/Weitere	6 12,8%	4 6,3%	0 0,0%	10 8,5%
Service Learning	5 10,6%	4 6,3%	0 0,0%	9 7,6%
Gesamt, Nenungen	206	262	17	485
Gesamt, Career Service Einrichtungen	47	63	8	118

Tabelle 60 – Kreuztabelle: Angebotsvielfalt # Hochschulart

8 Hauptangebote für StudentInnen/Alumni (Vgl. BL, HS-Art)

Generell bieten Career Services auch englischsprachige Seminare, Workshops, Vorträge und individuelle Beratungen/Coachings an. Zumeist umfassen bundesweit die Seminarinhalte Informationen und teilweise auch durch Firmen unterstützte Trainings zur Bewerbung Berufsorientierung, Profilbildung, Ausbildung sozialer- und Kommunikationsfähigkeiten und spezifischer Methodenkompetenzen wie Projektmanagement etc. Vorträge beinhalten v.a. Informationen zur Bewerbung, Vorstellung von Berufsbildern und Firmenpräsentationen, internationale Aufenthalte und Finanzierung etc. Individuelle und zum Teil mehrsprachige Beratungen/Coachings der Career Services unterstützen Studierende und AbsolventInnen v.a. hinsichtlich ihrer Bewerbung für Job und Praktikum, ihrer beruflichen Orientierung, Profilbildung und Selbstwirksamkeit im In- und Ausland.

Insgesamt umfasst das Angebot jährlich ca. 200 Vortragsplätze und 400 Seminarplätze, von denen auch durchschnittlich 80% tatsächlich vergeben und überwiegend durch externe TrainerInnen durchgeführt werden. Individuelle Beratungsgespräche führen die MitarbeiterInnen an Career Services jährlich je nach Hochschulgröße mit ca. 200 Studierenden/AbsolventInnen – an den Universitäten mit bis zu 400 Personen.

8.1 Seminare/Workshops in unterschiedlichen Sprachen

Antworten		
* Prozente beziehen sich auf N: Befragten/Einrichtungen, N=119 gültige Mehrfachnennung – Die absoluten Zahlen entsprechen derer Anzahl.	Absolut	Prozent
Deutsch	116	97,5
Englisch	68	57,1
Spanisch	1	0,8
Französisch	1	0,2
Italienisch	1	0,4
Andere/Weitere	0	0,0
Gesamt	187	157,1

Tabelle 61 – Häufigkeit: In welchen Sprachen bieten Sie Seminare/Workshops an?

Antworten		
* Prozente beziehen sich auf N: Befragten/Einrichtungen, N=121 gültige Mehrfachnennung – Die absoluten Zahlen entsprechen derer Anzahl.	Absolut	Prozent
Bewerbungsunterlagen und -interview	118	97,5
Berufsorientierung und Profilbildung	107	88,4
Soziale Kompetenz (Business Knigge...)	99	81,8
Kommunikationskompetenz (Rhetorik...)	91	75,2
Methodenkompetenz (Projektmanagment...)	84	69,4
Praxisseminare mit/von Firmen	78	64,5
Digitale Kompetenzen	35	28,9
Fachspezifische Zusatzqualifikationen	26	21,5
Fachliche Zusatzqualifikationen (BWL für Laien...)	24	19,8
Andere/Weitere, und zwar:**	14	11,6
Wir bieten keine Seminare/Workshops an.	2	1,7
Gesamt	678	560,3

**

Arbeitsmarkt; Diversity; EDV (LaTeX, Word, Excel); Entrepreneurship; Gender; Going International; Gründung; Mediennutzung; Mitarbeiterführung; Motivation; Positionierung; Recht/Verträge/Steuern; Selbstorganisation; Soziale Absicherung; Sprachen; Teamfähigkeit; Umgang mit Stress; Unternehmerisches Denken/Handeln; Unterstützung f. Abschlussarbeit, Literaturrecherche (Kooperation mit Bibliothek); Verhandlungsführung; Wissensmanagement

Tabelle 62 – Häufigkeit: Seminarangebot

Seminarangebot # BL	Ost	Süd	West	Nord	Gesamt
Bewerbungsunterlagen und -interview	30 96,8%	38 100,0%	32 100,0%	15 100,0%	115 99,1%
Berufsorientierung und Profilbildung	26 83,9%	34 89,5%	30 93,8%	15 100,0%	105 90,5%
Soziale Kompetenz (Business Knigge...)	29 93,5%	37 97,4%	23 71,9%	10 66,7%	99 85,3%
Kommunikationskompetenz (Rhetorik...)	27 87,1%	32 84,2%	21 65,6%	11 73,3%	91 78,4%
Methodenkompetenz (Projektmanagment...)	25 80,6%	31 81,6%	16 50,0%	11 73,3%	83 71,6%
Praxisseminare mit/von Firmen	26 83,9%	23 60,5%	17 53,1%	10 66,7%	76 65,5%
Digitale Kompetenzen	10 32,3%	12 31,6%	8 25,0%	5 33,3%	35 30,2
Fachspezifische Zusatzqualifikationen	9 29,0%	10 26,3%	4 12,5%	3 20,0%	26 22,4
Fachliche Zusatzqualifikat. (BWL für Laien...)	7 22,6%	11 28,9%	4 12,5%	2 13,3%	24 20,7%
Andere/Weitere	4 12,9%	4 10,5%	4 12,5%	2 13,3%	14 12,1%
Gesamt, Nennungen	193	232	159	84	668
Gesamt, Career Service Einrichtungen	31	38	32	15	116

Seminarangebot # HS-Art	Uni	FH	sonstig	Gesamt
Bewerbungsunterlagen und -interview	48 100,0%	62 100,0%	7 87,5%	117 99,2%
Berufsorientierung und Profilbildung	46 95,8%	55 88,7%	6 75,0%	107 90,7%
Soziale Kompetenz (Business Knigge...)	39 81,3%	54 87,1%	6 75,0%	99 83,9%
Kommunikationskompetenz (Rhetorik...)	36 75,0%	48 77,4%	7 87,5%	91 77,1%
Methodenkompetenz (Projektmanagment...)	36 75,0%	41 66,1%	8 100,0%	84 71,2%
Praxisseminare mit/von Firmen	36 75,0%	41 66,1%	0 0,0%	77 65,3%
Digitale Kompetenzen	16 33,3%	16 25,8%	3 37,5%	35 29,7%
Fachspezifische Zusatzqualifikationen	7 14,6%	16 25,8%	3 37,5%	26 22,0%
Fachliche Zusatzqualifikat. (BWL für Laien...)	15 31,3%	8 12,9%	1 12,5%	24 20,3%
Andere/Weitere	4 8,3%	7 11,3%	3 37,5%	14 11,9%
Gesamt, Nenungen	283	348	43	674
Gesamt, Career Service Einrichtungen	48	62	8	118

Tabelle 63 – Kreuztabelle: Seminarangebot # BL, HS-Art

8.2 Summe der Plätze in Seminaren im WiSe 16/17 und SoSe 2017

Antworten		Absolut	Prozent
Median: bis 400 Workshop/Seminarplätze			
„keine“		0	0
Bis 50		7	6,2
Bis 100		18	15,9
Bis 200		21	18,6
Bis 400		20	17,7
Bis 600		9	8,0
Bis 800		7	6,2
Bis 1000		5	4,4
Bis 1200		5	4,4
Bis 1400		3	2,7
Bis 1600		0	0
Bis 1800		3	2,7
Bis 2000		2	1,8
> 2000 Plätze		13	11,5
Gesamt		113	100,0

Tabelle 64 – Häufigkeit: Summe aller Plätze in Workshops/Seminaren

N: Seminarplätze # BL	Ost	Süd	West	Nord	Gesamt
Median	bis 400	bis 400	bis 400	bis 600	bis 400

# HS-Art	Uni	FH	sonstig	Gesamt
Median	bis 600	bis 400	bis 200	bis 400

# HS-Größe	bis 1.000	bis 4.999	bis 9.999	bis 19.999	bis 39.999	ab 40.000	Gesamt
Median	bis 200	bis 200	bis 400	bis 1000	bis 600	bis 2000	bis 400

Tabelle 65 – Kreuztabelle: Median f. Seminarplätze 2017 # BL, HS-Art, HS-Größe

Antworten		
Median: bis 80% vergebene Workshop-/Seminarplätze	Absolut	Prozent
bis 20%	2	1,9
bis 40%	6	5,7
bis 60%	12	11,3
bis 80%	34	32,4
bis 100%	51	48,6
Gesamt	105	100,0

Tabelle 66 – Häufigkeit: Prozent der tatsächlich vergebenen Plätze in Workshops/Seminaren

N: vergebene Seminarplätze # BL	Ost	Süd	West	Nord	Gesamt
Median	bis 90%	bis 80%	bis 80%	bis 80%	bis 80%

# HS-Art	Uni	FH	sonstig	Gesamt
Median	bis 90%	bis 80%	bis 80%	bis 80%

# HS-Größe	bis 1.000	bis 4.999	bis 9.999	bis 19.999	bis 39.999	ab 40.000	Gesamt
Median	bis 90%	bis 80%	bis 70%	bis 80%	bis 90%	bis 90%	bis 80%

Tabelle 67 – Kreuztabelle: Median f. Seminarplätze 2017 # BL, HS-Art, HS-Größe

8.3 Externe TrainerInnen für Seminare/Workshops

Antworten	Absolut	Prozent
Mittelwert: bis 70 %		
0 %	3	2,7
bis 10 %	4	3,5
bis 20 %	4	3,5
bis 30 %	6	5,3
bis 40 %	3	2,7
bis 50 %	8	7,1
bis 60 %	7	6,2
bis 70 %	12	10,6
bis 80 %	20	17,7
bis 90 %	26	23,0
100 %	20	17,7
Gesamt	113	100,0

Tabelle 68 – Häufigkeit: Prozent hochschulexterne TrainerInnen für Seminare

Externe TrainerInnen # BL-Gruppe	Ost	Süd	West	Nord	Gesamt
0 %	0 0,0%	0 0,0%	2 6,7%	0 0,0%	2 1,8%
bis 30 %	2 7,1%	6 15,8%	6 20,0%	0 0,0%	14 12,7%
bis 60 %	5 17,9%	4 10,5%	3 10,0%	5 35,7%	17 15,5%
bis 90 %	17 60,7%	18 47,4%	15 50,0%	8 57,1%	58 52,7%
> 90 %	4 14,3%	10 26,3%	4 13,3%	1 7,1%	19 17,3%
Gesamt	28	38	30	14	115

Externe TrainerInnen # HS-Art	Uni	FH	sonstig	Gesamt
0 %	1 2,1%	2 3,5%	0 0,0%	3 2,7%
bis 30 %	5 10,6%	8 14,0%	1 12,5%	14 12,5%
bis 60 %	10 21,3%	6 10,5%	1 12,5%	17 15,2%
bis 90 %	25 53,2%	29 50,9%	4 50,0%	58 51,8%
> 90 %	6 12,8%	12 21,1%	2 25,0%	20 17,9%
Gesamt	47	57	8	112

Tabelle 69 – Kreuztabelle: : Hochschulexterne TrainerInnen # BL, HS-Art

8.4 Vorträge in unterschiedlichen Sprachen

Antworten		
* Prozente beziehen sich auf N: Befragten/Einrichtungen, N=115 gültige		*
Mehrfachnennung – Die absoluten Zahlen entsprechen derer Anzahl.	Absolut	Prozent
Deutsch	113	98,3
Englisch	48	41,7
Spanisch	0	0,0
Französisch	0	0,0
Italienisch	0	0,0
Andere/Weitere	1	0,9
Gesamt	162	140,9

Tabelle 70 – Häufigkeit: In welchen Sprachen bieten Sie Vorträge an?

Antworten		
* Prozente beziehen sich auf N: Befragten/Einrichtungen, N=122 gültige		*
Mehrfachnennung – Die absoluten Zahlen entsprechen derer Anzahl.	Absolut	Prozent
Infovortrag zum Thema Bewerbung	99	81,1
Vorstellung von Berufsbildern	67	54,9
Firmenpräsentation	60	49,2
Infovorträge zu Soft Skills	57	46,7
Sonstige Infos (Stipendien, Auslandsaufenthalt...)	55	45,1
Fachspezifische Vorträge	46	37,7
Andere/Weitere, und zwar:**	20	16,4
Wir bieten keine Vorträge an.	7	5,7
Gesamt	411	336,9

**

Altersvorsorge/Versicherungen; Alumni Talks; Bewerbungsprozess; Digitalisierung; Erste 100 Tage im neuen Job; Gehaltsverhandlung; Motivation; Podien zu Berufsbildern, Resilienz/Achtsamkeit/Zeitmanagement; Selbstmarketing/-Präsentation, Sprache; Service der Agentur für Arbeit; Social Media; Steuererklärung; Storytelling; Studienfinanzierung

Tabelle 71 – Häufigkeit: Vortragsangebot

Vortragsangebot # BL-Gruppe	Ost	Süd	West	Nord	Gesamt
Infovortrag zum Thema Bewerbung	23 76,7%	34 91,9%	27 90,0%	12 80,0%	96 85,7%
Vorstellung von Berufsbildern	19 63,3%	21 56,8%	19 63,3%	8 53,3%	67 59,8%
Firmenpräsentation	20 66,7%	18 48,6%	17 56,7%	4 26,7%	59 52,7%
Infovorträge zu Soft Skills	13 43,3%	24 64,9%	16 53,3%	3 20,0%	56 50,0%
Sonstiges, Stipendien, Auslandsaufenthalt...	14 46,7%	19 51,4%	13 43,3%	8 53,3%	54 48,2%
Fachspezifische Vorträge	12 40,0%	18 48,6%	11 36,7%	4 26,7%	45 40,2%
Andere/Weitere	4 13,3%	5 13,5%	8 26,7%	2 13,3%	19 17,0%
Gesamt, Nennungen	105	139	111	41	396
Gesamt, Career Service Einrichtungen	30	37	30	15	112

Vortragsangebot # HS-Art	Uni	FH	sonstig	Gesamt
Infovortrag zum Thema Bewerbung	42 91,3%	51 83,6%	5 71,4%	98 86,0%
Vorstellung von Berufsbildern	36 78,3%	28 45,9%	3 42,9%	67 58,8%
Firmenpräsentation	29 63,0%	29 47,5%	1 14,3%	59 51,8%
Infovorträge zu Soft Skills	24 52,2%	28 45,9%	4 57,1%	56 49,1%
Sonstiges, Stipendien, Auslandsaufenthalt...	19 41,3%	34 55,7%	2 28,6%	55 48,2%
Fachspezifische Vorträge	17 37,0%	22 36,1%	6 85,7%	45 39,5%
Andere/Weitere	6 13,0%	12 19,7%	1 14,3%	19 16,7%
Gesamt, Nenungen	173	204	22	399
Gesamt, Career Service Einrichtungen	46	61	7	114

Tabelle 72 – Kreuztabelle: Vortragsangebot # BL, HS-Art

8.5 Summe aller TeilnehmerInnen an Vorträgen im WiSe 16/17, SoSe 2017

Antworten		Absolut	Prozent
Median: bis 200 TeilnehmerInnen an Vorträgen			
„keine“		0	0
bis 50		13	13,4
bis 100		13	13,4
bis 200		23	23,7
bis 400		19	19,6
bis 600		4	4,1
bis 800		9	9,3
bis 1000		6	6,2
> 1000 TeilnehmerInnen		10	10,3
Gesamt		97	100,0

Tabelle 73 – Häufigkeit: Summe aller TeilnehmerInnen an Vorträgen

N: Vortragsplätze # BL	Ost	Süd	West	Nord	Gesamt
Median	bis 200	bis 400	bis 400	bis 400	bis 200

# HS-Art	Uni	FH	sonstig	Gesamt
Median	bis 400	bis 200	bis 200	bis 200

# HS-Größe	bis 1.000	bis 4.999	bis 9.999	bis 19.999	bis 39.999	ab 40.000	Gesamt
Median	bis 200	bis 200	bis 200	bis 400	bis 800	bis 800	bis 200

Tabelle 74 – Kreuztabelle: Median f. TeilnehmerInnen an Vorträgen 2017 # BL, HS-Art, HS-Größe

8.6 Beratung/Coaching in unterschiedlichen Sprachen

Antworten		Absolut	Prozent
* Prozente beziehen sich auf N: Befragten/Einrichtungen, N=118 gültige Mehrfachnennung – Die absoluten Zahlen entsprechen derer Anzahl.			*
Deutsch		117	99,2
Englisch		72	61,0
Spanisch		1	0,8
Französisch		4	3,4
Italienisch		2	1,7
Andere/Weitere		3	2,5
Gesamt		199	168,6

Tabelle 75 – Häufigkeit: In welchen Sprachen bieten Sie Beratung/Coaching an?

Antworten		
* Prozente beziehen sich auf N: Befragten/Einrichtungen, N=121 gültige Mehrfachnennung – Die absoluten Zahlen entsprechen derer Anzahl.	Absolut	Prozent
Bewerbungsunterlagencheck	116	95,9
Berufliche Orientierung	108	89,3
Job- und Praktikumssuche	102	84,3
Bewerbungscoaching	95	78,5
Profilanalyse	61	50,4
Auslandsaufenthalte	33	27,3
Studienberatung	24	19,8
Andere/Weitere, und zwar:**	23	19,0
Studienfinanzierung	20	16,5
Testverfahren (MBTI, BIP...)	15	12,4
Psychologische Beratung	6	5,0
Wir führen keine Beratungsgespräche durch.	2	1,7
Gesamt	605	500,0

**

Arbeitsvertrag/Rechte/Beschäftigungsform/Förderprogramme (Minijob, stud. Beschäftigung, Tarifverträge); beruf. Neu-/Umorientierung; Coaching Vorstellungsgespräch; Entscheidungen; Existenzgründung; Fördermittel; Freiberuflich; Interessenskonflikte; Kommunikation spez. Lebenslagen; Konfliktsituation; Krisenintervention; Lücken im Lebenslauf; Marketing/Nutzen Social Media; Orientierung zur Vielfalt der Beratungsangebote in der Hochschule; Prüfungs-/Lerncoaching; Selbstführung/Selbstwirksamkeit/-marketing; Studienabbrecher/-zweifler; Vereinbarkeit Studium/Beruf/Familie; Weiterbildung; Zusatzqualifikationen für das Berufsziel

Tabelle 76 – Häufigkeit: Beratungsangebot

Beratungsangebot # BL-Gruppe	Ost	Süd	West	Nord	Gesamt
Bewerbungsunterlagencheck	31 100,0%	37 97,4%	31 96,9%	15 93,8%	114 97,4%
Berufliche Orientierung	28 90,3%	30 78,9%	32 100,0%	16 100,0%	106 90,6%
Job- und Praktikumsuche	28 90,3%	30 78,9%	28 87,5%	14 87,5%	100 85,5%
Bewerbungscoaching	22 71,0%	29 76,3%	28 87,5%	14 87,5%	93 79,5%
Profilanalyse	15 48,4%	20 52,6%	19 59,4%	7 43,8%	61 52,1%
Auslandsaufenthalte	8 25,8%	11 28,9%	11 34,4%	3 18,8%	33 28,2%
Studienberatung	8 25,8%	9 23,7%	4 12,5%	3 18,8%	24 20,5%
Andere/Weitere	8 25,8%	6 15,8%	7 21,9%	2 12,5%	23 19,7%
Studienfinanzierung	10 32,3%	6 15,8%	4 12,5%	0 0,0%	20 17,1%
Testverfahren (MBTI, BIP...)	6 19,4%	2 5,3%	5 15,6%	2 12,5%	15 12,8%
Psychologische Beratung	2 6,5%	1 2,6%	3 9,4%	0 0,0%	6 5,1%
Gesamt, Nennungen	166	181	172	76	595
Gesamt, Career Service Einrichtungen	31	38	32	16	117

Tabelle 77 – Kreuztabelle: Beratungsangebot # Bundeslandgruppe

Beratungsangebot # HS-Art	Uni	FH	sonstig	Gesamt
Bewerbungsunterlagencheck	46 97,9%	62 100,0%	7 77,8%	115 97,5%
Berufliche Orientierung	45 95,7%	53 85,5%	9 100,0%	107 90,7%
Job- und Praktikumsuche	40 85,1%	55 88,7%	6 66,7%	101 85,6%
Bewerbungscoaching	38 80,9%	51 82,3%	5 55,6%	94 79,7%
Profilanalyse	27 57,4%	29 46,8%	5 55,6%	61 51,7%
Auslandsaufenthalte	15 31,9%	16 25,8%	2 22,3%	33 28,0%
Studienberatung	5 10,6%	17 27,4%	2 22,3%	24 20,3%
Andere/Weitere	11 23,4%	9 14,5%	3 33,3%	23 19,5%
Studienfinanzierung	5 10,6%	12 19,4%	3 33,3%	20 16,9%
Testverfahren (MBTI, BIP...)	7 14,9%	8 12,9%	0 0,0%	15 12,7%
Psychologische Beratung	1 2,1%	4 6,5%	1 11,1%	6 5,1%
Gesamt, Nenungen	240	316	43	599
Gesamt, Career Service Einrichtungen	47	62	9	118

Tabelle 78 – Kreuztabelle: Beratungsangebot # Hochschulart

8.7 Summe aller Beratungsgespräche/Coachings im WiSe 16/17, SoSe 2017

Antworten	Absolut	Prozent
Median: bis 200 Studierende in Beratungsgesprächen		
„keine“	0	0
bis 50	21	19,3
bis 100	23	21,1
bis 200	25	22,9
bis 400	21	19,3
bis 600	9	8,3
bis 800	5	4,6
bis 1000	1	0,9
> 1000 TeilnehmerInnen	4	3,7
Gesamt	109	100,0

Tabelle 79 – Häufigkeit: Summe aller Studierender im Coaching, Beratungsgesprächen

N: Beratungsgespräche # BL		Ost	Süd	West	Nord	Gesamt
Median		bis 200	bis 200	bis 200	bis 400	bis 200

# HS-Art	Uni	FH	sonstig	Gesamt
Median	bis 400	bis 200	bis 100	bis 200

# HS-Größe	bis 1.000	bis 4.999	bis 9.999	bis 19.999	bis 39.999	ab 40.000	Gesamt
Median	bis 100	bis 100	bis 200	bis 200	bis 400	bis 600	bis 200

Tabelle 80 – Kreuztabelle: Median f. TN an Beratungen/Coachings 2017 # BL, HS-Art, HS-Größe

9 Kooperation mit ArbeitgeberInnen (Vgl. BL, HS-Art)

86% der Career Services arbeiten in enger Kooperation mit jeweils ca. 10 ArbeitgeberInnen zusammen. Das umfasst u.a. auch kostenpflichtige Karrieremessen, Stellenanzeigen über diverse Online-Portale, Sponsoringpakete und Firmenpräsentationen. Zudem führen sie jährlich durchschnittlich bis zu 5 gemeinsame Veranstaltungen an den jeweiligen Hochschulen durch.

9.1 Anzahl regelmäßiger und enger KooperationspartnerInnen

Antworten		Absolut	Prozent
Median: 06 –10 ArbeitgeberInnen			
0 (keine)		17	14,5
01 – 05		35	29,9
06 – 10		26	22,2
11 – 15		11	9,4
16 – 20		5	4,3
> 20 ArbeitgeberInnen		23	19,7
Gesamt		117	100,0

Tabelle 81 – Häufigkeit: Anzahl Kooperationspartner (mind. eine gem. Veranstaltung o.ä. pro Semester)

N: Arbeitgeber-Kooperation ¹ # BL	Ost	Süd	West	Nord	Gesamt
Median	bis 10	bis 10	bis 10	bis 5	bis 10

# HS-Art	Uni	FH	sonstig	Gesamt
Median	bis 10	bis 10	bis 5	bis 10

# HS-Größe	bis 1.000	bis 4.999	bis 9.999	bis 19.999	bis 39.999	ab 40.000	Gesamt
Median	bis 5	bis 10	bis 5	bis 10	bis 10	bis 20	bis 10

Tabelle 82 – Kreuztabelle: Median f. Anzahl Arbeitgeber-Kooperationspartner # BL, HS-Art, HS-Größe

9.1 Anzahl gemeinsamer Veranstaltungen im Semester

Antworten

Median: 01 – 05 Veranstaltungen	Absolut	Prozent
0 (keine)	12	10,3
01 – 05	55	47,0
06 – 10	26	22,2
11 – 20	17	14,5
21 – 30	3	2,6
31 – 40	3	2,6
> 40 Veranstaltungen	1	0,9
Gesamt	117	100,0

Tabelle 83 – Häufigkeit: Anzahl gem. Veranstaltungen mit Arbeitgebern

N: Arbeitgeber-Kooperation2 # BL	Ost	Süd	West	Nord	Gesamt
Median	bis 5	bis 10	bis 5	bis 5	bis 5

# HS-Art	Uni	FH	sonstig	Gesamt
Median	bis 10	bis 5	bis 5	bis 5

# HS-Größe	bis 1.000	bis 4.999	bis 9.999	bis 19.999	bis 39.999	ab 40.000	Gesamt
Median	bis 5	bis 5	bis 5	bis 5	bis 10	bis 20	bis 5

Tabelle 84 – Kreuztabelle: Median f. Anzahl gem. Veranstaltungen m. Arbeitgeber # BL, HS-Art, HS-Größe

9.3 Kostenpflichtige Angebotsvielfalt für ArbeitgeberInnen

Antworten		
* Prozente beziehen sich auf N: Befragten/Einrichtungen, N=119 gültige		*
Mehrfachnennung – Die absoluten Zahlen entsprechen derer Anzahl.	Absolut	Prozent
Karrieremessen	65	54,6
Stellen-/Praktikumsanzeigen über Stellenportal oder Website o.ä.	43	36,1
Sponsoring, Partnerpakete	36	30,3
Wir bieten keine kostenpflichtigen Angebote an.	36	30,3
Firmenpräsentation	34	28,6
Seminare/Workshops	28	23,5
Events wie Businessdinner etc.	24	20,2
Werbeanzeigen, Onlinebanner	19	16,0
On-Campus-Recruiting	15	12,6
Absolventenbuch	9	7,6
Andere/Weitere**	4	3,4
Gesamt	313	263,0

** Auftragsforschung; hochschulübergreifende Kooperation; Newsletter; Case Studies

+ offene, weitere Anmerkungen:
 fakultätseigene Jobmessen und Praktikumsbörsen; Kooperation mit Arbeitgebern liegt bei anderen Hochschulpartnern/Einrichtungen; kostenfreies Jobportal; Recruiting-Events; Stipendienprogramme mit Unternehmen

Tabelle 85 – Häufigkeit: Angebote für Arbeitgeber

Angebote f. Arbeitgeber # BL-Gruppe	Ost	Süd	West	Nord	Gesamt
Karrieremessen	16 64,0%	21 80,8%	17 85,0%	8 72,7%	62 75,6%
Stellen-/Praktikumsanzeigen Stellenportal oder Website o.ä.	über 13 52,0%	15 57,7%	10 50,0%	5 45,5%	43 52,4%
Sponsoring, Partnerpakete	10 40,0%	15 57,7%	7 35,0%	2 18,2%	34 41,5%
Firmenpräsentation	10 40,0%	12 46,2%	9 45,0%	1 9,1%	32 39,0%
Seminare/Workshops	5 20,0%	12 46,2%	8 40,0%	1 9,1%	26 31,7%
Events wie Businessdinner etc.	5 20,0%	10 38,5%	7 35,0%	1 9,1%	23 28,0%
Werbeanzeigen, Onlinebanner	6 24,0%	7 26,9%	4 20,0%	2 18,2%	19 23,2%
On-Campus-Recruiting	2 8,0%	7 26,9%	5 25,0%	0 0,0%	14 17,1%
Absolventenbuch	2 8,0%	5 19,2%	1 5,0%	0 0,0%	8 9,8%
Andere/Weitere	1 4,0%	1 3,8%	2 10,0%	0 0,0%	4 4,9%
Gesamt, Nennungen	70	105	70	20	265
Gesamt, Career Service Einrichtungen	25	26	20	11	82

Angebote f. Arbeitgeber # HS-Art	Uni	FH	KuMu	sonstig	Gesamt
Karrieremessen	26 70,3%	37 82,2%	0 0,0%	1 100,0%	64 76,2%
Stellen-/Praktikumsanzeigen Stellenportal oder Website o.ä.	über 18 48,6%	24 53,3%	1 100,0%	0 0,0%	43 51,2%
Sponsoring, Partnerpakete	17 45,9%	17 37,8%	1 100,0%	0 0,0%	35 41,7%
Firmenpräsentation	21 56,8%	12 26,7%	0 0,0%	0 0,0%	33 39,3%
Seminare/Workshops	15 40,5%	12 26,7%	0 0,0%	0 0,0%	27 32,1%
Events wie Businessdinner etc.	14 37,8%	9 20,0%	0 0,0%	0 0,0%	23 27,4%
Werbeanzeigen, Onlinebanner	11 29,7%	8 17,8%	0 0,0%	0 0,0%	19 22,6%
On-Campus-Recruiting	8 21,6%	6 13,3%	0 0,0%	0 0,0%	14 16,7%
Absolventenbuch	5 13,5%	3 6,7%	0 0,0%	0 0,0%	8 9,5%
Andere/Weitere	2 5,4%	0 0,0%	1 100,0%	1 100,0%	4 4,8%
Gesamt, Nenungen	137	128	3	2	270
Gesamt, Career Service Einrichtungen	37	45	1	1	84

Tabelle 86 – Kreuztabelle: Angebote für Arbeitgeber # BL, HS-Art

10 Trend der Projektarbeit von Career Services

10.1 Projektvorstellungen für die Zukunft

Hauptaugenmerk der Career Services liegt auf dem Ausbau der Kooperationen innerhalb und außerhalb der Hochschulen (70,8%). Darüber hinaus ist das Marketing und die Öffentlichkeitsarbeit ein wichtiger Aspekt (61,7%). Digitalisierung im Rahmen des Ausbaus von Datenbanken und Stellenportalen wurde von knapp der Hälfte der Career Services genannt (49,2%).

Antworten		
* Prozente beziehen sich auf N: Befragten/Einrichtungen, N=120 gültige		*
Mehrfachnennung – Die absoluten Zahlen entsprechen derer Anzahl.	Absolut	Prozent
Kooperation ausbauen	85	70,8
Marketing, Öffentlichkeitsarbeit verbessern	74	61,7
Jobportal, Datenbank ausbauen	59	49,2
Angebote für spezifische Zielgruppe	54	45,0
Status quo halten	44	36,7
Weiterentwicklung im (digitalen) Seminarprogramm, eLearning ...	40	33,3
Finanzierungsalternativen entwickeln	27	22,5
Vernetzung der Angebot mit Curriculum in Studiengängen	27	22,5
Andere/Weitere, und zwar**	21	17,5
Beratung der Fächer bei der Einrichtung von neuen Studiengängen	13	10,8
Mentoring-Programme starten	13	10,8
keine neuen Projekte	7	5,8
Gesamt	464	386,7

**

Arbeitsprozessoptimierung (Kurs-Anmeldung, Event-Toll, Online-Stellenbörse/Job-Teaser...); Absolventenbuch; Beratung berufstätiger und berufserfahrener Mastestudierender; Berufsorientierung in der Studieneingangsphase; Career Day; Einwerben von Drittmitteln für neue bzw. Weiterführung von Projekten, Personalstellen; Fundraising; Hochschulweite Zertifizierungen (Interkulturelles Zertifikat...); Integration spez. Projektarbeit mit Unternehmen in Studiengängen (Abschlussarbeiten...); Job Shadowing; Jobmesse; Karrieremesse; Kooperation mit Hochschulpartnern (Alumni-Verein, International Office...); Kooperation mit Hochschulpartnern (institutionelle Vernetzung bestehender Service-Einrichtungen); Kooperation mit internationalen Hochschulen/Unternehmen; Kooperationen mit regionalen Unternehmen; Kursangebot optimieren (Kompetenzentwicklung durch Berufspraktika, Software: SAP, Excel, Webinare, E-Learning, CMR...); Qualitätssicherung der Pflichtpraktika im Studium; Unternehmenswerbung auf dem Campus

Tabelle 87 – Häufigkeit: Trend der Projektarbeit von Career Service Einrichtungen

10.2 Selbstverständnis – Leitbilder im Career Service

In den Antworten zum Selbstverständnis der Career Service zeigt sich ein recht differenziertes Bild im internationalen Vergleich. Aufgrund der geringeren personellen und finanziellen Ressourcen werden hierzulande verstärkt Angebote zur Selbsthilfe und zur Vermittlung von Berufsbefähigung oder Potentialentfaltung vermittelt.

Antworten

Mehrfachnennung – Die absoluten Zahlen entsprechen derer Anzahl.

*

* Prozenzte beziehen sich auf N: Befragte/Einrichtungen, N=63 gültige

Absolut Prozent

Hilfe zur Selbsthilfe: Berufsbefähigung/Empowerment/Potentialentfaltung	19	30,2
Beratung, Dienstleistung, Service	15	23,8
Übergangsbegleitung: Fit für Studium und Beruf	15	23,8
Partner für Beruf & Karriere, Kontakt zu Arbeitgebern	14	22,2
Drehscheibe, Netzwerk/Kommunikationsplattform, Schnittstelle	9	14,3
Ausbildner für berufliches Leben/Trainings: orientieren, beraten, trainieren, qualifizieren, vernetzen	9	14,3
Für Menschen: Brücken bauen, vernetzen, begleiten, beraten, vermitteln	9	14,3
Hochschulpartner & Imagepflege (Versprechen umsetzen, Chancen wahrnehmen, ressourcenorientiert handeln)	8	12,7
Dienst als Türöffner & Informant (Transparenz)	6	9,5
Neue Wege gehen: Handlungsspielräume öffnen, Innovation	4	6,3
Weiteres**	11	15,9
Gesamt	118	187,3

**

Follow YOUR Career Path; Leitbild; Kein Leitbild, leider; me, myself and I; Nicht unterkriegen lassen.; Putting excellent students into excellent jobs.; Verhungert. Gelder der HS haben zur Verstärkung des Projektes nicht ausgereicht.; Vertrauen. Wir sind die Guten.; Wir leben Veränderung – Mit Mut und Zuversicht nach vorne gehen.; Wir lieben das, was wir tun.

Tabelle 88 – Häufigkeit: Selbstverständnis von Career Service Einrichtungen

10.3 Kommentare, Anmerkungen zum csnd

offene Antworten: „Welche Wünsche haben Sie an den csnd, was sollte er Ihnen noch bieten?“ (n: Nennungen)

- Austausch fördern, Unterstützen: offen und unabhängig (8)
- Weiterbildungen deutschlandweit erweitern und Durchführungszeiten an Bedarfe passen bspw. online Kurse, Coachingtools, Moderationstechnik, BIP, Digitale Lern-Formate (7)
- Information zu Marketing-Strategien der CS, best practise etc. (5)
- Institutionelle Arbeit mit Politik/Ministerien/Länderhochschulgesetze unterstützen (5)
- Transparenz/Sichtbarkeit/Sprachrohr in Öffentlichkeit, HRK etc. (5)
- Vernetzung unterhalb der Hochschulen unterstützen, Regionaltreffen etc. (5)
- Aufbau einer Datenbank und Datenbankpflege zu TrainerInnen, MentorInnen (4)
- Information zu Netzwerkoptimierung mit Unternehmen für spezifische Bundesländer (3)
- Information zu Projektträgern, Finanzierungsalternativen (3)
- Information zu Software für Datenbanken, Portale, CMR Lösungen, Terminverwaltung (3)
- Strategisches Handeln erweitern bspw. Argumentationshilfen für Hochschulen (3)
- Information zu überregionalen Arbeitsgruppen (2)
- Newsletter mit Empfehlungen zu Trends, Serviceleistung, Forschungsergebnissen etc. (2)
- Online-Plattform zum Austausch und Materialsammlungen (2)
- Spezifische Angebote für unterschiedliche Hochschularten (2)
- Supervision (2)
- Vernetzung innerhalb der EU (2)
- Profilbild/Qualifikation/QM der Career Services schärfen, Diskussionen anregen
- Dialog mit weltweiten Arbeitgebern fördern
- Zuverlässigkeit

Anhang

A.1 Hochschulname

Alice Salomon Hochschule;
 Bauhaus-Universität Weimar; Burg Giebichenstein Kunsthochschule Halle;
 Christian-Albrechts-Universität zu Kiel; Cologne Business School;
 ESMT Berlin; Europa-Universität Viadrina; Evangelische Hochschule Nürnberg;
 Fachhochschule Dresden; Fachhochschule Erfurt; Fachhochschule Lübeck;
 FAU Erlangen-Nürnberg; FH Dortmund; FH Münster;
 Georg-August-Universität Göttingen; Goethe-Universität Frankfurt am Main;
 HAW Hamburg; Helmut-Schmidt-Universität / Universität der Bundeswehr Hamburg;
 Hochschule Aalen; Hochschule Aschaffenburg; Hochschule Albstadt-Sigmaringen;
 Hochschule Anhalt; Hochschule Bochum; Hochschule Bremen; Hochschule Darmstadt;
 Hochschule der Wirtschaft für Management (HdWM); Hochschule Emden/Leer;
 Hochschule Fresenius Heidelberg; Hochschule für angewandte Wissenschaften;
 Hochschule für angewandte Wissenschaften Würzburg-Schweinfurt;
 Hochschule für Musik Detmold; Hochschule für Musik Karlsruhe;
 Hochschule für nachhaltige Entwicklung Eberswalde;
 Hochschule für Technik und Wirtschaft Dresden;
 Hochschule für Technik, Wirtschaft und Kultur Leipzig;
 Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin; Hochschule Geisenheim; Hochschule Hof;
 Hochschule Magdeburg-Stendal; Hochschule Mainz; Hochschule Mannheim;
 Hochschule München; Hochschule Ravensburg-Weingarten; Hochschule Reutlingen;
 Hochschule Rhein-Waal; Hochschule Weihenstephan-Triesdorf; Hochschule Wismar;
 Humboldt-Universität zu Berlin; Jade Hochschule Wilhelmshaven, Oldenburg, Eilsfleth;
 Justus-Liebig-Universität Gießen; Katholische Stiftungsfachhochschule München;
 Leuphana Universität Lüneburg; Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg;
 Munich Business School;
 Ostfalia Hochschule für angewandte Wissenschaften – Hochschule Braunschweig/Wolfenbüttel;
 OTH Amberg-Weiden; Rheinische Friedrich-Wilhelms-Universität Bonn; RWTH;
 Technische Hochschule Brandenburg; Technische Hochschule Deggendorf;
 Technische Hochschule Nürnberg Georg Simon Ohm;
 Technische Universität Carolo-Wilhelmina zu Braunschweig; TH Wildau;
 TU Bergakademie Freiberg; TU Berlin; TU Dresden;
 Universität Augsburg; Universität Bielefeld; Universität Bremen; Universität der Künste Berlin;
 Universität des Saarlandes; Universität Hamburg; Universität Heidelberg;
 Universität Heidelberg; Universität Kassel; Universität Koblenz-Landau; Universität Konstanz;
 Universität Leipzig; Universität Mannheim; Universität Paderborn; Universität Passau;
 Universität Ulm; Universität Vechta; Universität Würzburg; Universität zu Köln (5);
 Westfälische Wilhelms-Universität Münster; Westsächsische Hochschule Zwickau;
 Zeppelin Universität

Career Service Netzwerk Deutschland e. V.

Mitglied werden

Sind Sie an einer Hochschule
engagiert für Career-Service-Aufgaben?

Dann werden Sie doch Mitglied im csnd.

Wir engagieren uns dafür, dass die
Career-Service-Aufgaben an
deutschen Hochschulen besser
wahrgenommen werden können.

Es gibt zwei Formen der Mitgliedschaft:
Die individuelle Mitgliedschaft und
die institutionelle Mitgliedschaft.

Alle Informationen finden Sie online:
www.csnd.de



auch online verfügbar unter:
www.csnd.de