

Liebe Leserinnen und Leser,

wer den Prognosen für den Arbeitsmarkt 2015/2016 folgt, erkennt auch für Wirtschaftswissenschaftler gute Berufsperspektiven: Sie finden weiter schnell nach dem Abschluss einen Job. Die Zahl der Stellen ist hoch. Die Arbeitslosenquote wird die niedrigen Vorjahreswerte von etwa 2,5 % kaum überschreiten. 72 % der Arbeitgeber sehen für 2015 gleichbleibenden Bedarf. Und für die nächsten fünf Jahre rechnet ein Drittel der Firmen mit steigendem Bedarf. Also: Business as usual 2015? Nicht ganz: Auch die jungen (Fach-) Hochschulabsolventen der Volks- und Betriebswirtschaft erleben Veränderungen. Auf der einen Seite formulieren Unternehmen ihre Anforderungen: Der Trend zur Höherqualifizierung setzt sich fort. Ohne Auslandseinsatz, Praktika oder Zusatzqualifikationen bleiben Seminare an Uni oder FH eben „nur“ akademisch.

Doch auch die Ziele und Einstellungen der Absolventen selbst haben sich verändert: Vor 15 Jahren galt das Wirtschaftsexamen als Ticket in die Welt der Finanzen. Doch Banken verloren an Attraktivität gegenüber Automobil- und Konsumgüterindustrie: PKW-Hersteller steigen in der Popularität seit 2010. Sie belegen vier der Top-5-Rangplätze. Nur noch für 7 % der deutschen Berufseinsteiger sind dagegen Banken bevorzugte Arbeitgeber, in Großbritannien sind es 40 %.

Diese Präferenzen spiegeln die öffentliche Meinung – und den Kurs des DAX – wieder: Die Konjunktur – gerade der PKW-Hersteller – sorgt für ein gutes Konsum- und Jobklima. Die EU-Wirtschafts- und Währungspolitik stärkt den dollarbezahlten Export. Niedrige Zinsen beflügeln den privaten Konsum. In vielen Bereichen sind BWLer und VWLer strategisch oder operativ tätig. Der Optimismus könnte allerdings gebremst werden durch die Schuldenkrise mancher EU-Länder – oder eine instabil werdende außenpolitische Lage.

Fern der geopolitischen Lage erlebt auch die nähergelegene, innere Einstellung einen Wandel, hört man Personalberater sagen. 2015 verstärken sich die Trends, die eine andere Arbeitskultur bedeuten: Es geht um Weiterbildung (auch E-Learning, Knowledge Management, Corporate Learning), dialogorientierte Führung auf Augenhöhe ohne Chef-Allüren oder die Vereinbarkeit von Familie und Beruf. Im EU-Vergleich hat das mittlere Management – hier wirkt das Gros der Wirtschaftswissenschaftler – die beste Work-Life-Balance. (Allerdings gilt es, an dieser Stelle die Anrede dieses Vorwortes zu beleuchten: Immer noch sind Ökonomen meistens Männer. Nur ein Drittel sind Frauen.)

Für einen Arbeitgeber versteckt sich damit hinter der Formulierung „Employer Branding“ nichts anderes als: Wie kann ich mich als Firmenmarke aufstellen, damit ich für High Potentials attraktiv bin? Wie anziehend ist mein Standort? Wie erfülle ich Erwartungen, die künftige Mitarbeiter an mich herantragen? All das sind gute Bedingungen für einen Start in den Job, meint

Ihr Dr. Hergen H. Riedel

Berufseinstieg für Wirtschaftswissenschaftler

Riedel, H.; Pohl, E.

2016, VIII, 160 S., Softcover

ISBN: 978-3-658-08232-1