

Zur Diskussion

Rolf Sternberg, Hannover

Berufsfelder und -chancen von Wirtschaftsgeographen

Empirische Befunde einer Verbleibsanalyse der *Leibniz Universität Hannover* und Schlussfolgerungen für die universitäre Lehre

Occupational fields and career prospects of economic geographers. Empirical evidence from a graduate follow-up study at the *Leibniz Universität Hannover* and conclusions for teaching at universities. The employability of the alumni has become an important aspect of university teaching in Germany since bachelor and master courses were introduced some years ago. This also applies for the university education of economic geographers. The paper demonstrates the increased and still increasing relevance of employability for economic geographers studying at German universities. Based on data for 295 economic geography graduates from the *Leibniz Universität Hannover* it is shown that such alumni have rather good career opportunities to achieve both high income and satisfying work conditions. Adequate specialization of the curriculum, excellence in teaching and research, and a close relationship between university teaching (and teachers) and the professional world outside the university are important conditions for successful alumni.

Keywords: economic geography, alumni, career, teaching, geography

Problemstellung

Vor gut acht Jahren haben HENNEMANN et al. (2005) in dieser Zeitschrift einen Beitrag zu Ausbildung und Berufschancen von Wirtschaftsgeographen zur Diskussion gestellt, der die damalige Situation sehr treffend und auf Grundlage valider Hannoveraner Absolventendaten skizzierte. Seitdem ist viel passiert, in der Hannoveraner Wirtschaftsgeographie, aber auch in der Wirtschaftsgeographie, der universitären Geographie und der deutschen Hochschullandschaft generell. Die gestuften Studiengänge sind mittlerweile auch in der Geographie flächendeckend eingeführt, und Studienbeiträge haben (zumindest für einige Jahre) Studierenden das Einfordern quantitativ und qualitativ hochwertiger, *auch* praxisorientierter Lehrangebote erleichtert. Gewandelt hat sich auch – nicht nur für die wirtschaftsgeographische Lehre an Universitäten – die Bedeutung der Beschäftigungsfähigkeit der Absolventen. „Employability“ ist, stärker als noch in Zeiten der Diplombildung, ein von Studierenden wie Dozenten ernstzunehmendes Kriterium guter Lehre geworden, das in

allen Akkreditierungen und Reakkreditierungen eine wichtige Rolle spielt. Unter diesen veränderten Rahmenbedingungen stellt sich die Frage der Berufschancen und -felder von Wirtschaftsgeographen neu, zumal sich auch die Berufswelt und der Arbeitsmarkt in Deutschland verändert haben. Dieser Beitrag verfolgt daher das Ziel, die aktuellen Berufsfelder und -chancen von Wirtschaftsgeographen im Lichte disziplinärer, bildungspolitischer und wirtschaftlicher Veränderungen zu beschreiben und Schlussfolgerungen für die universitäre Ausbildung und das Alumni-management zu ziehen. Als Datenbasis fungiert zwar mit der jüngsten Absolventenbefragung der Hannoveraner Wirtschaftsgeographen die mit hoher Wahrscheinlichkeit größte Stichprobe entsprechender Erhebungen in Deutschland. Trotzdem ist sie sicherlich nicht repräsentativ für die universitäre Wirtschaftsgeographie oder gar die Geographie hierzulande insgesamt. Gerade deshalb ist zwar vor Verallgemeinerungen zu warnen, aber Lerneffekte sind partiell möglich.

Zunächst werden knapp einige Elemente des jüngeren Wandels der deutschen Hochschul-

landschaft im Allgemeinen und der universitären Geographie im Besonderen skizziert. Die im vorliegenden Zusammenhang wichtigste Veränderung, die gestiegene Relevanz der Beschäftigungsfähigkeit, wird detaillierter erläutert, anschließend wird die Situation der Wirtschaftsgeographie in Hannover knapp beschrieben. Nach einer Betrachtung der Erwerbstätigkeit der Absolventen der Hannoveraner Wirtschaftsgeographie laut Verbleibsanalyse 2012 werden abschließend ausbildungs- und fachdisziplinäre Schlussfolgerungen aus den empirischen Befunden gezogen.

Wirtschaftsgeographie an deutschen Universitäten im Wandel

Die sogenannten Bologna-Reformen haben die Universitätslandschaft in Deutschland massiv verändert. Das gilt auch für die Geographie, obwohl hier manche Prozesse länger dauerten als in anderen Fächern (z. B. der Übergang von Diplom- zu gestuften Studiengängen). Zu den deutlichsten Veränderungen in der Geographie zählt nach Ansicht des Autors, der in der Prä-Bologna-Ära studiert und zwei Dekaden lang gelehrt hat, die erheblich aufwendigere (Zahl der Prüfungen!), die inhaltlich anspruchsvollere (sic!) und relativ wichtiger gewordene Lehre (Lehrevaluationen!). Aber auch die wirtschaftsgeographische Forschung ist deutlich professioneller, wettbewerbsorientierter, transparenter und internationaler (im Sinne der Drittmittelakquise, des Vortragens auf Konferenzen und des Publizierens in global sichtbaren Journals) sowie strategisch wichtiger geworden als sie dies vor 20 Jahren war. Zu Recht werden heute endlich auch in der (Wirtschafts-)Geographie an den meisten Universitäten zum Beispiel die Drittmittelnahmen und – zumindest mancherorts – Publikationen (als echte Outputindikatoren dieser Forschung) im Rahmen der parametergestützten Mittelvergabe als Indikatoren der Forschungsleistung gewürdigt.

Eine andere, wenigstens indirekt mit Bologna zusammenhängende Veränderung ist der Trend zu komparativer Evaluation sowohl der Lehre, beispielsweise durch das Hochschulranking des *Centrums für Hochschulentwicklung* (CHE) oder die jetzt rechtlich abgesicherten Lehrevaluationen in Universitäten und Fakultäten, als auch der Forschung und ihrer in Publikationen dokumentierten Ergebnisse (z. B. CHE-Forschungsranking oder das Publikations-

und Zitationsranking *ZitArt* deutschsprachiger Wirtschaftsgeographen, vgl. <http://www.wigeo.uni-hannover.de/zitart.html>) mit quantitativen Indikatoren der Leistungsmessung. Folglich stehen heute, anders als vor 20 Jahren, zumindest in manchen Feldern genügend Daten zur Verfügung, die zeigen, dass wirtschaftsgeographische Lehre und Forschung an den zahlreichen Standorten sehr unterschiedlich umfangreich und gut ist. Dies bietet, neben Gefahren für einzelne Standorte, Chancen zur Profilierung der Standorte sowie für eine treffsichere Suche von Abiturienten (nach Studienplätzen), Doktoranden (nach Forschungsstandorten), Wissenschaftlern (nach geeigneten Kooperationspartnern) oder außeruniversitären Kooperationspartnern aus Wirtschaft und Politik (nach kompetenten Gutachtern). Diese gestiegene Transparenz fördert den Wettbewerb zwischen Standorten und daher die Qualität der wirtschaftsgeographischen Lehre und Forschung insgesamt, die eben nicht an jedem Standort gleich ist, denn auch hier gilt: *place matters!*

Bezeichnenderweise für eine in Deutschland oft übertrieben auf die Einheit des Faches ausgerichtete Disziplin wie der Geographie, etwas weniger ausgeprägt in der Wirtschaftsgeographie, wurde die erzwungene Umstellung auf gestufte Studiengänge bislang eher selten als Chance der stärkeren Profilierung einzelner Standorte und Teildisziplinen genutzt. Die Bachelorstudiengänge heißen meist nur „Geographie“ (selbst bei den meisten Masterstudiengängen ist das so), und die Inhalte des Grundstudiums vieler ehemaliger Diplomstudiengänge wurden allzu oft einfach in das Curriculum des Bachelorstudiengangs überführt. Dies wiederholte sich kurze Zeit später mit den Hauptstudiumsinhalten und den Masterstudiengängen, wenn auch in abgeschwächter Form.

Der Wandel zeigt sich noch deutlicher beim Muster der Wirtschaftsgeographiestandorte, auch wenn dieser nur indirekt mit der Bologna-Reform zusammenhängt. Die Daten der *Geographischen Taschenbücher* sowie Recherchen auf Institutswebsites zeigen, dass die Zahl der Wirtschaftsgeographieprofessuren bundesweit in den letzten zwei Dekaden abgenommen hat (aber nicht an jedem Standort), wenn auch weniger stark als die Zahl der Geographieprofessuren insgesamt. Spektakuläre Streichungen wie in München, das vor 30 Jahren noch zu den stärksten Wirtschaftsgeographiestandorten bundesweit gehörte, sind zwar die Ausnahme, aber

einzelne Professuren (oft die einzigen am Standort) verschwanden an mehreren Universitäten (z. B. in Köln, Regensburg, Düsseldorf, Stuttgart). Derzeit gibt es in Deutschland ca. 40 Professuren mit dezidierter bis mindestens indirekter Affinität zur Wirtschaftsgeographie. An den meisten Standorten ist das nur eine Professur, lediglich in Marburg, Frankfurt am Main, Aachen und Hannover existieren mindestens zwei Professuren in der Wirtschaftsgeographie. Chancen der regionalen Clusterung und Spezialisierung innerhalb der universitären Geographie, die sich im Rahmen des skizzierten Wandels der Hochschullandschaft durchaus geboten hätten, wurden von der Wirtschaftsgeographie selten genutzt, wie in anderen Teildisziplinen der Geographie auch. Das schon in der Diplombildung dominierende Dogma der „Einheitsgeographie“, die möglichst an jedem Standort möglichst viele Teilgebiete in Lehre und Forschung abzudecken versucht, wirkt weiterhin – ergo kommt eine Teildisziplin vor Ort nur selten auf die notwendige kritische Masse, um bei Nachbardisziplinen in der Forschung die fachliche Tiefe und Spitze zu erreichen, ohne die außergeographischer Reputationsgewinn unmöglich bleibt.

Die Bezeichnung und die Anzahl der gestuften Geographiestudiengänge ist Ausdruck dieser Entwicklung. Die VGDH-Website listet aktuell (Stand Oktober 2013) 75 Masterstudiengänge in Deutschland auf. Die große Mehrheit dieser Studiengänge trägt, wie auch die Bachelorstudiengänge, die Bezeichnung „Geographie“. Dies ist beim Bachelor eher nachvollziehbar als beim Master. Zielgruppe der Bachelorstudiengänge sind Abiturienten, denen die große thematische Vielfalt der Geographie entgegenkommt – hier findet fast jede/r etwas, das er/sie glaubt zu können und/oder zu mögen. Die Phase des Studiums, besonders in den ersten Semestern, wird noch immer als Orientierungs- und Suchphase begriffen (zumal die Abiturienten heute jünger als früher sind) und trotz Studiengebühren eher selten als kostenträchtige, aber prinzipiell erfolversprechende Investition in die berufliche Zukunft. Das Studienfach Geographie mit seiner sonst in kaum einem anderen Fach zu findenden thematischen Breite, die von einer echten („harten“) Naturwissenschaft bis zu einer Wirtschafts- und Sozialwissenschaft reicht, bietet traditionell reichlich Schon- und Suchraum, was viele attraktiv finden und die anhaltend hohe Popularität dieses Fachs zumindest unter Abiturienten begründet – zumal es auch nicht gerade als schweres Fach gilt.

Beim Übergang in den Beruf kann die große thematische Breite allerdings zum Problem werden. Wie schon im Diplomstudiengang gilt auch für die gestuften Studiengänge: So attraktiv die fachliche Breite am Anfang des Studiums ist, so nachteilig ist sie gegen Ende des Studiums, denn ein Arbeitgeber benötigt konkrete, methodische und andere Spezialfähigkeiten von einem Berufseinsteiger und nicht das berühmte von allem ein wenig, aber nichts Genaues. Für den Autor war die bisweilen stolze Selbstkennzeichnung vieler Geographen (und Dozenten!) als „Spezialisten für das Allgemeine“ schon immer Indiz für ein wenig verantwortungsvolles Verhalten gegenüber Studierenden. In den jungen Studiengängen stellt sich diese Frage neu: Die Masterstudiengänge, von den meisten Bachelorabsolventen nicht nur der Geographie angestrebt (vgl. REHN et al. 2011), könnten durch eine stärkere, die lokalen Kompetenzen des Instituts und die lokale Nachfrage des Arbeitsmarktes berücksichtigende Spezialisierung der Lehre standortprofilbildend wirken. Aber dies wollen bzw. erreichen bislang nur wenige Standorte. Wie Tab. 1 zeigt, gibt es unter den insgesamt 75 geographischen Masterstudiengängen in Deutschland nur wenige, deren Bezeichnung auf eine bewusste Spezialisierung in Richtung Wirtschaftsgeographie schließen ließe. In der Physischen Geographie ist dies im Übrigen ähnlich. Kriterium ist zum einen, ob die Bezeichnung des Masterstudiengangs eine solche Schwerpunktsetzung andeutet (d. h. die Bezeichnung des Masters darf nicht einfach nur „Geographie“ lauten), und zum anderen die Verfügbarkeit von Wirtschaftsgeographieprofessuren. Legt man dieses Kriterium an, lassen sich acht Studiengänge an je einem Standort identifizieren. Natürlich existieren darüber hinaus weitere Standorte mit wichtigen, wirkungsmächtigen Wirtschaftsgeographieprofessuren (z. B. in Gießen, Berlin, Heidelberg), aber keine den beiden Kriterien entsprechende Masterstudiengänge. Die personellen Ressourcen sind eine wichtige Voraussetzung für das in der wirtschaftsgeographischen Lehre und Forschung Machbare, denn selbstverständlich lässt sich eine kritische Masse an Absolventen, Forschungsprojekten und Publikationen und damit eine Profilbildung eher mit mehreren Wirtschaftsgeographieprofessuren erreichen als mit nur einer.

Tab. 1 zeigt zu einem sehr frühen Zeitpunkt der Entwicklung der Masterstudiengänge hierzulande einige Parallelen, aber auch deutliche Unterschiede zwischen diesen acht Standorten.

Alle Studiengänge erstrecken sich über vier Semester, und die meisten nehmen nur zum Wintersemester Neuzugänge auf. Die Studiengänge existieren zumeist erst seit zwei bis drei Jahren, nur Bremen startete bereits 2003. An allen Standorten hat mindestens die Hälfte der Masterstudierenden ihren Bachelor in Geographie erworben, teilweise gilt dies sogar für sämtliche Studierende. Auch die Anzahl der verfügbaren Studienplätze ist relativ homogen (zwischen 20 und 40 pro Jahr bzw. – seltener – pro Semester). Nicht überraschend angesichts des jungen Alters dieser Studiengänge gibt es erst wenige Absolventen, teilweise noch gar keine. Auch die Zahl der Studierenden ist noch überschaubar.

Die Unterschiede beginnen bei den für die wirtschaftsgeographische Lehre und Forschung verfügbaren personellen Ressourcen. An den acht Instituten, die mit zwei Ausnahmen „Geographisches Institut“ bzw. „Institut für Geographie“ heißen, sind aktuell zwischen einer und drei Professuren für Wirtschaftsgeographie angesiedelt. Auch die im Zeugnis verliehenen Titel sind heterogen: je viermal werden der *Master of Arts* und der *Master of Science* vergeben. In den Bezeichnungen des Studiengangs drückt sich die unterschiedliche Bedeutung der Disziplin „Wirtschaftsgeographie“ aus: In Aachen und Hannover heißt er allein „Wirtschaftsgeographie“, und in Osnabrück taucht der Begriff zumindest auch in der Bezeichnung auf, in den übrigen fünf Studiengängen dagegen nicht. Der Anteil der Studierenden, die ihren Bachelor am Ort des Masterstudiums erworben hatten, differiert zwischen 27 % und 80 %. Zwei Deutungen sind denkbar. In der positiven Variante könnte ein hoher Anteil eigener Studierender als Ausdruck großer Beliebtheit des Studienortes, der Dozenten und der Qualität des Lehrangebots gedeutet werden, weshalb das endogene Potenzial der Bachelorabsolventen gut ausgeschöpft wird. Oder: Ein hoher Anteil an externen Masterstudierenden (mit einem an einer anderen Universität erreichten Bachelor, oft auch außerhalb desselben Bundeslandes) ist Indiz für die überregionale Sichtbarkeit und die explizite Profilierung und inhaltlich spezialisierte Ausrichtung des Masterstudiengangs. Der Autor neigt zur letztgenannten Interpretation. Ein weiteres Indiz für die Verschiedenheit der Masterstudiengänge ist die Auslastung der verfügbaren Studienplätze, wofür es sehr spezifische Ursachen geben mag. Angesichts des geringen Alters fast aller Studiengänge sei aber vor übereilten Deutungen oder gar Prognosen gewarnt.

Tab. 1: Merkmale von Masterstudiengängen in Deutschland mit wirtschaftsgeographischer Ausrichtung

Merkmal	Aachen	Bayreuth	Bremen	Frankfurt a. M.	Hannover	Marburg	Osnabrück	Würzburg
Name des Studiengangs	Wirtschaftsgeographie	Human-geographie – Stadt- und Regional-forschung	Stadt- und Regional-entwicklung	Geographien der Globalisierung: Märkte und Metropolen	Wirtschafts-geographie	Human Geography: Innovation and Spatial Impacts	Wirtschafts- und Sozial-geographie	Angewandte Human-geographie
Akademischer Titel	M. Sc.	M. Sc.	M. A.	M. A.	M. A.	M. Sc.	M. A.	M. Sc.
Beginn	WS 2008/09	WS 2009/10	WS 2003/04	WS 2009/10	WS 2011/12	WS 2010/11	WS 2007/08	WS 2010/11
Dauer (Semester)	4	4	4	4	4	4	4	4
Fach des Bachelorabschlusses in % ^{1,3}								
Geographie, dieselbe Uni	55 %	ca. 45 %	29 %	27 %	39 %	27 %	65 %	80 %
nicht Geographie, dieselbe Uni	0 %	0 %	19 %	6 %	5 %	0 %	2 %	0 %
Geographie, andere Uni	44,5 %	50 %	20 %	40 %	38 %	55 %	26 %	20 %
nicht Geographie, andere Uni	0,5 %	5 %	32 %	27 %	18 %	18 %	3 %	0 %
k.A.							5 %	
Ort des Bachelorabschlusses in % ^{1,3}								
Masterstudienort	55 %	45 %	44 %	32 %	43 %	27 %	66 %	80 %
anderer Ort, dasselbe Bundesland	25 %	25 %	3 %	7 %	11 %	9 %	2 %	10 %
anderes Bundesland	20 %	25 %	50 %	55 %	45 %	55 %	26 %	10 %
Ausland	0 %	5 %	3 %	6 %	0 %	9 %	2 %	0 %
k.A.							5 %	
Anzahl Studienplätze ²	25	20	17,5	40	25,5	25	12,5	20
Anzahl Erstsemester ³	119	67	138	153	44	4	82	20–30
Anzahl Absolventen ³	48	ca. 20	mind. 58	24	Bislang keine Absolventen	1	22	ca. 7
Studienbeginn	nur im WS	nur im WS	nur im WS	nur im WS	nur im WS	nur im WS	WS + SoSe	WS + SoSe
Arbeitsort Absolventen in % ¹								
Masterstudienort	24 %	0 %	54 %			0 %		
anderer Ort, dasselbe Bundesland	28 %	50 %	4 %	k.A.	Bislang keine Absolventen	100 %	k.A.	k.A.
anderes Bundesland	38 %	50 %	29 %			0 %		
Ausland	10 %	0 %	13 %			0 %		

1 ggf. Schätzwerte 2 Mittelwert pro Semester 3 insgesamt seit
Quelle: Alle Angaben geben den Stand am 1.2.2013 wieder und wur-

den dem Autor von den jeweiligen Instituten zur Verfügung gestellt, weshalb der Autor für die Korrektheit keine Gewähr übernehmen kann

Die noch wenig belastbaren Daten zu den Arbeitsorten der Absolventen der Masterstudiengänge sind Indiz für die – erklärlicherweise – derzeit geringen Absolventenzahlen, sollten aber auch als Chance gesehen werden, die Absolventen dieser wirtschaftsgeographienahen Masterstudiengänge von Anbeginn an und unter Umständen standortübergreifend vergleichbar und langfristig ausgerichtet im Rahmen von Verbleibsanalysen zu untersuchen.

Zur gestiegenen Relevanz der *employability* in Zeiten gestufter Studiengänge

Die sogenannte Bologna-Reform hat auch in der deutschen Hochschullandschaft viel verän-

dert – wobei sich nicht immer das geändert hat, was beabsichtigt war. Drei der mit der Bologna-Reform verbundenen Ziele hängen unmittelbar mit dem Thema dieses Beitrages zusammen: Die Verkürzung der Studienzeit (ergänzend zur Verkürzung der Schulzeit durch Einführung des G8-Abiturs), der (zumindest intendierte) schnellere Berufseinstieg nach einem relativ kurzen Bachelorstudium und eine größere räumliche Mobilität zwischen sowie innerhalb von Studiengängen durch die gegenseitige Anerkennung von Studienleistungen und -abschlüssen innerhalb eines und zwischen verschiedenen EU-Staaten. Wie Analysen des *Hochschul-Information-Systems* (HIS) zeigen (vgl. REHN et al. 2011), wird das Ziel der Verkürzung der Studienzeit und damit der eigentlich intendierte frühere Einstieg der

relativ alten deutschen Hochschulabsolventen in das Berufsleben bislang kaum erreicht. 77 % der Universitätsabsolventen (Basis: Jahrgang 2009) hatten ein Jahr nach ihrem Bachelorabschluss ein Masterstudium begonnen – und sind eben nicht direkt nach dem formal berufsqualifizierenden Bachelorabschluss in den Beruf gewechselt (vgl. BRIEDIS et al. 2012, 66). Die Frage der Arbeitsmarktrelevanz von (wirtschafts)geographischer, universitärer Lehre ist also stärker in den Master- als in den Bachelorstudiengängen zu stellen. Dabei können diejenigen, die wirklich nach dem Bachelor in die berufliche Praxis gehen möchten, auf das Interesse der Unternehmen zählen, denn 84 % der Wirtschaftsunternehmen wollen Bachelorabsolventen einstellen (vgl. loc. cit.). Auch ist bislang die Arbeitslosigkeit

unter diesen Bachelorabsolventen ein Jahr nach Abschluss nicht höher (oder geringer) als bei klassischen Diplomabsolventen (vgl. loc. cit.). Allerdings sind die Differenzen zwischen Fächergruppen, was unbefristete Stellen anbelangt, gravierend. Laut dem *International Centre for Higher Education Research* (INCHER) haben unter den Bachelorabsolventen in den Naturwissenschaften, wozu auch die Wirtschaftsgeographie missverständlicherweise stets gezählt wird, ein Jahr nach Abschluss 45 % eine unbefristete Stelle inne. Bei den Diplomabsolventen waren es 68 %, während dieser Abstand in den Geisteswissenschaften wesentlich geringer ist. Schließlich zeigen die bisherigen Daten, dass die Studierenden in den neuen Studiengängen (im Master stärker als im Bachelor) häufiger einen Teil ihres Studiums im Ausland verbringen als dies bei Diplomstudierenden der Fall ist/war (27 % vs. 19 %, vgl. SCHOMBURG 2010). Dies ist offenbar unmittelbar berufsrelevant: Auslandsaufenthalte während des Studiums (insbesondere via Praktikum) erhöhen stark die Wahrscheinlichkeit, nach dem Studium im Ausland (meist im selben Land, in dem das Praktikum stattfand) einen Arbeitsplatz zu erhalten (vgl. NETZ 2012). Dies bedeutet für die wirtschaftsgeographische Ausbildung auch und gerade in Bachelor- und Masterstudiengängen, dass die Institute Auslandsaufenthalte bewusst und durch eigene Kooperationsbemühungen aktiv unterstützen und über Mobilitätsfenster in die Studiengänge einbauen sollten, ohne dass dies studienzeitverlängernd wirken muss, das heißt als Teil der regulären Ausbildung.

Einen wichtigen Aspekt des Wandels der deutschen Hochschullandschaft symbolisiert besonders gut der Begriff der *employability*, der seit der Bologna-Reform bei keiner Studiengangakkreditierung fehlen darf. Durch Bologna und die – zumindest zwischenzeitlich erhobenen – Studiengebühren hatten sich die Lehre und die Ansprüche an die berufliche Nutzbarkeit der in der Lehre behandelten Inhalte verändert. Der (auch moralische) Anspruch der Studierenden auf qualitativ und quantitativ gute Lehre sowie deren regelmäßige und möglichst auch folgenreiche Evaluation ist/war besser als früher legitimiert. Ebenso verlangen Erstsemester heute viel nachdrücklicher Antworten unter anderem auf die Fragen, was man denn nach dem Studium als (Wirtschafts-)Geograph anfangen könne und wie viel man verdiene. Dies gilt umso mehr, als schon das Bachelorstudium formal als berufsqualifizierend gilt, obwohl es nur wenig länger

dauert als die Zeit bis zum früheren Vordiplom. Natürlich darf von der gestiegenen Relevanz des Kriteriums *employability* nicht darauf geschlossen werden, dass in der Prä-Bologna-Ära die universitäre Wirtschaftsgeographie in Deutschland grundsätzlich praxis- oder berufsfern ausgebildet hätte.

Die gestiegene Relevanz des Kriteriums Beschäftigungsfähigkeit für die Bewertung der Lehre bringt manchen akademischen Lehrer und Forscher in die Bredouille. Pocht er auf sein Recht auf freie und unabhängige Lehre – womöglich gepaart mit der Forderung, auch gute Forschung betreiben zu müssen, was Zeit koste –, missachtet er unter Umständen den berechtigten Wunsch vieler Studierender nach praxisrelevanter Lehre. Konzentriert er sich andererseits sehr stark auf die Lehre und insbesondere deren Berufsadäquanz, leidet unter Umständen sein Forschungsoutput, was angesichts (forschungs)leistungsorientierter Mittelvergabemechanismen in Ministerien und Universitätsleitungen empfindliche Nachteile hätte. Der Autor vertritt dezidiert die Meinung, dass man als Universitätsdozent das eine tun sollte und kann, ohne deshalb das andere sein zu lassen. Originäre, durch Publizieren unter Wettbewerbsbedingungen belegte Forschung muss an einer wissenschaftlichen Universität für jeden Dozenten unverzichtbar sein, schließlich ist die Universität keine reine Lehranstalt, wie es die Schule ist. Das bedeutet, dass die Dozenten auch in der (Wirtschafts-)Geographie an sich selbst dauerhaft (und nicht nur bis zum ersten Ruf) den Anspruch stellen sollten, drittmittelfinanziert und international beachtet zu forschen und diese Forschungsergebnisse auch gelegentlich in die Lehre einfließen zu lassen. Wissenschaftliche Publikationen an der Forschungsfront sind dafür ein gutes Indiz. Andererseits muss es denselben Dozenten natürlich interessieren, wo seine Absolventen unterkommen. Das kann teilweise in der angewandten Forschung sein – dann sind forschungsorientierte Lehre und spätere berufliche Tätigkeit eng verknüpft. Aber in den meisten Fällen wird das nicht so sein. Trotzdem muss die Lehre den Berufseinstieg und späteren -erfolg unterstützen. Dies muss nicht bedeuten, dass ein Universitätsprofessor deshalb in seiner Freiheit der Forschung und Lehre eingeschränkt wäre und zu viel und zu praxisorientiert lehren müsste.

Trotz des ganz offensichtlichen Bedeutungszuwachses der Beschäftigungsfähigkeit der Ab-

solventen, der sich beispielsweise in den Kriterienkatalogen der Akkreditierungsagenturen widerspiegelt, sind dem Autor bislang keine empirisch validen Analysen bekannt, die den Zusammenhang zwischen der Erfüllung der *Employability*-Kriterien während des Studiums einerseits und dem späteren beruflichen Erfolg andererseits untersuchen. Ein solcher Zusammenhang scheint zwar plausibel, belegt ist er aber derzeit nicht. Ebenfalls erstaunlich wenig Aktuelles, statistisch Repräsentatives und hinreichend Spezifisches (wirtschaftsgeographische Schwerpunktbildung innerhalb des Studiums) zeigt der Forschungsstand zu den Arbeitsmarktchancen von Geographen in Deutschland im Allgemeinen und von Wirtschaftsgeographen im Besonderen. Von Fallstudien weniger Einzelstandorte abgesehen, wird der Arbeitsmarkt meist nur für die Geographie insgesamt betrachtet, was den sehr verschiedenen Fähigkeiten der Geographieabsolventen je nach thematischem Schwerpunkt nicht gerecht wird. Für den vorliegenden Beitrag ist als Referenz die Arbeit von HENNEMANN et al. (2005) sehr wichtig, die auf Basis der Daten einer älteren Absolventenbefragung Hannoveraner Wirtschaftsgeographen akzentuierte Forderungen zur universitären Ausbildung von Wirtschaftsgeographen zur Diskussion stellt. Standardisierte und damit prinzipiell zwischen Standorten vergleichbare Absolventendaten existieren mittlerweile für viele Universitäten, die am *Kooperationsprojekt Absolventenstudien* (KOAB) des INCHER (vgl. <http://koab.uni-kassel.de/>) partizipieren. Daten zu Berufsfeldern und -chancen spielen dabei eine prominente Rolle und werden von mehreren an KOAB partizipierenden Universitäten fachspezifisch ausgewertet und publiziert (vgl. z. B. *Universität Münster* o. J., *Universität Osnabrück* 2011, *Philipps-Universität Marburg* o. J.). Auch die seit vielen Jahren vom HIS in Hannover durchgeführten Absolventenanalysen basieren auf einem standardisierten Fragebogen und intendieren bundesweite Aussagen (vgl. REHN et al. 2011; FABIAN/BRIEDIS 2009). Allerdings sind sowohl für die KOAB-Daten als auch für die Daten des HIS aufgrund der geringen Fallzahlen vergleichende Aussagen für verschiedene Standorte desselben Faches kaum möglich. Die amtlichen Daten (*Bundesagentur für Arbeit*) der jüngsten Analyse des Arbeitsmarktes für Geographen sind schon fast zehn Jahre alt (vgl. *Bundesagentur für Arbeit* 2005) und erlauben keine Differenzierung nach Teilbereichen der Geographie wie zum Beispiel der Wirtschaftsgeographie. Einige wenige empirische Studien werten

bundesweit Absolventendaten von Geographen aus, beispielsweise SCHIERBAUM (2011) und BERAN et al. (2012) mit Daten von 368 Absolventen aus allerdings nur zehn Instituten. Zudem haben mehrere Geographiestandorte die Berufschancen ihrer eigenen Absolventen analysiert und teils auch publiziert (z. B. LANGHAGEN-ROHRBACH/BRAUNER 2006 zu Frankfurt am Main; FÖBKER et al. 2005 zu Bonn, HENNEMANN 2008 zu Gießen, HILLMANN 2006 zur FU Berlin, MONHEIM 1998 zu Trier). Auch hier dominiert aber leider die Darstellung der Geographieabsolventen insgesamt, ohne dass empirisch fundierte Aussagen zu Wirtschaftsgeographieabsolventen möglich wären. Zumindest zukünftig böten sich hier neue Chancen, denn die teils viel spezifischer als frühere Diplomstudiengänge auf wirtschaftsgeographische Inhalte und Labels fokussierte Masterstudiengänge (vgl. Tab. 1) könnten und sollten separat von den grundständigen Bachelorstudiengängen hinsichtlich der beruflichen Werdegänge der Absolventen analysiert werden.

Die Wirtschaftsgeographie in Hannover

Die Wirtschaftsgeographie in Hannover gehört seit den 1980er Jahren zu den wichtigen Standorten dieser Disziplin im deutschsprachigen Raum. Die Hannoveraner Schule der Wirtschaftsgeographie, von *Ludwig Schätzl* begründet und als raumwirtschaftlicher Ansatz (vgl. auch THOMI 2012; BATHELT/GLÜCKLER 2012) auf einem halben Dutzend Lehrstühlen durch Hannoveraner Absolventen gelehrt, sind dafür ebenso Indiz wie die starke Performance in einschlägigen Publikations- und Zitationsrankings wie *ZitArt* (vgl. <http://www.wigeo.uni-hannover.de/zitart.html>) oder RePEc (<http://repec.org/>). Vertreter dieser Schule haben frühzeitig eine Debatte zugunsten solcher Publikationsstrategien in der deutschsprachigen Wirtschaftsgeographie angestoßen, was offenbar nachhaltig gefruchtet hat, wie ein Kommentar zum aktuellen Diskurs um Netzwerke in der deutschen Humangeographie zur internationalen Sichtbarkeit deutscher Wirtschaftsgeographen (im Unterschied zu sonstigen deutschen Humangeographen) signalisiert (vgl. KORF 2012). Dem Autor ist es wichtig zu betonen, dass Forschungsexzellenz nicht auf Kosten guter und praxisorientierter Lehre gehen muss. Die Wirtschaftsgeographen haben beispielsweise maßgeblich dazu beigetragen, dass die Hannoveraner Geographie (insgesamt) bei den beiden jüngsten CHE-Hochschulrankings der Jahre 2012 und 2008 in der Lehre sehr gut abschneidet

(vgl. HACHMEISTER 2013 sowie <http://ranking.zeit.de/che2012/de/>).

Die Hannoveraner Wirtschaftsgeographie gehört zum *Institut für Wirtschafts- und Kulturgeographie*, in dem die Humangeographie am Standort Hannover konzentriert ist. Eine zukunftsweisende, in der deutschsprachigen Geographie relativ seltene Entscheidung *Ludwig Schätzls* im Jahre 2005 führte zu einer Teilung des bis dato bestehenden Geographischen Instituts in zwei Institute, neben dem genannten jenes für Physische Geographie und Landschaftsökologie. Die Wirtschaftsgeographie war bis 2006 mit einer Professur ausgestattet, seitdem gibt es als Resultat der Berufungsverhandlungen des Autors zwei W3-Professuren für Wirtschaftsgeographie. Zurzeit ist seit 2010 zusätzlich eine Juniorprofessur für empirische Wirtschaftsgeographie für maximal sechs Jahre besetzt, die anschließend für denselben Zeitraum erneut zur Verfügung steht. Mit dieser in Deutschland einmaligen Zahl an Wirtschaftsgeographie-Professuren ist allerdings auch ein erheblicher Lehraufwand zu bewältigen. Die Wirtschaftsgeographie des genannten Instituts betreibt nahezu allein den Masterstudiengang „Wirtschaftsgeographie“ (seit 2011, 25 Studienplätze, ausgelastet), beteiligt sich maßgeblich am Bachelor Geographie (seit 2008, ca. 65 Studienplätze, ausgelastet) sowie am fächerübergreifenden Bachelor.

Für das Image der Absolventen der Hannoveraner Wirtschaftsgeographie von strategisch großer Bedeutung ist der genannte Masterstudiengang (vgl. auch Tab. 1), der die Leitbilder der Wirtschaftsgeographie in Hannover widerspiegelt: Exzellenz in der Forschung und der Lehre, inhaltliche Fokussierung auf wenige Teilgebiete des Faches, in denen die Wissenschaftler internationale Sichtbarkeit bei Publikationen und Drittmittelakquise anstreben sowie ausbildungsadäquate berufliche Karrieren der Absolventen, die dabei massiv durch das Institut unterstützt werden (Alumnimanagement). Beispielsweise lädt das Institut seit 1996 alle zwei Jahre die Absolventen der Wirtschaftsgeographie zu einem Alumnitreffen ein, das sich zu einer wichtigen Börse für Anbieter von (ältere Absolventen) und Nachfrager nach (jüngere Absolventen) Arbeitsplätzen entwickelt hat und regelmäßig von ca. 150 Gästen besucht wird.

Insgesamt ist Hannover in Deutschlands Geographie ein Universitätsstandort mittlerer Größe, was die Zahl der Stellen, der Professoren,

der Studierenden, der Absolventen oder der drittmittelfinanzierten Forschungsprojekte anbelangt. Betrachtet man die Wirtschaftsgeographie allein, dürfte Hannover dagegen deutschlandweit zu den führenden (und daher nicht repräsentativen) Standorten nach den vorgenannten Kriterien gehören, auch wenn dafür vergleichbare Zahlen schwierig zu ermitteln sind. Nach Kenntnis des Autors gibt es in Deutschland nur wenige Standorte mit zwei Wirtschaftsgeographieprofessuren (Marburg, Aachen, Frankfurt am Main), aber keinen mit dreien. Auch die Zahl der mit Adressen identifizierbaren Absolventen, die eine dezidiert wirtschaftsgeographische Vertiefung im Rahmen ihres Studiums wählten (also nicht z. B. Kulturgeographie, Sozialgeographie), dürfte mit gut 500 seit 1979 (Stand Herbst 2012) in Deutschland nicht an vielen Standorten überschritten werden.

Absolventenbefragung der Wirtschaftsgeographie in Hannover

Daten, Definitionen, Erhebungsdesign

Die skizzierten organisatorischen und personellen Rahmenbedingungen sind wichtig, um die Relevanz der Berufschancen der Absolventen für die Wirtschaftsgeographie an der *Leibniz Universität Hannover* (im Folgenden LUH) einschätzen zu können. Verbleibsanalysen zu den Hannoveraner Wirtschaftsgeographen sind für das Selbstbild des Instituts von großer Bedeutung und werden mit entsprechendem Aufwand betrieben. Seit 1989 führt die Wirtschaftsgeographie alle vier bis fünf Jahre eine standardisierte Vollerhebung aller ihrer Absolventen durch. Damit sind die Absolventen seit Amtsantritt von *Ludwig Schätzl* im Jahre 1978 nahezu komplett erfasst. Die vorletzte Erhebung mit Daten von Ende 2003/Anfang 2004 ist in dieser Zeitschrift gut dokumentiert (vgl. HENNEMANN et al. 2005). Um die intertemporale Vergleichbarkeit zu gewährleisten, wurden viele Themen und die Formulierung etlicher Fragen dieser Erhebung beibehalten. Gleichwohl hat sich in den vergangenen Jahren viel verändert, weshalb der Fragebogen teils ergänzt, teils modifiziert wurde. Auch wurde bei einigen Themen das Wording der Fragen bewusst an jenes der mittlerweile bundesweit an zahlreichen Standorten standardisiert durchgeführten Absolventenbefragungen des INCHER (vgl. <http://koab.uni-kassel.de/>) angepasst, an dem zudem auch die *Leibniz Universität Hannover* und damit die Geographie insgesamt teilnimmt. Eine

wichtige Innovation der jüngsten Erhebung 2012 betrifft den Einstieg in ein echtes Panel, das dazu führt, dass bei Wiederholungsbefragungen älteren Absolventen zukünftig nur noch jene Fragen gestellt werden, bei denen sich die Antworten gegenüber der Erstbefragung geändert haben können. Ein solches Panel wird in Zukunft Zeitvergleiche für dieselben Kohorten erlauben und den Aufwand für die Befragten reduzieren. Dieser Schritt zum Panel erfordert allerdings das Aufgeben der Anonymität der Befragung, was – trotz mancher Befürchtungen auch des Autors selbst – keine gravierenden Rücklaufprobleme erzeugte, wie die Nonresponse-Analyse zeigt.

Als Absolventen der Wirtschaftsgeographie in Hannover gelten alle Personen, die ihre Abschlussarbeit seit dem Amtsantritt von *Ludwig Schätzl* 1978 bei einem Professor in der Wirtschaftsgeographie (nur Erstgutachter) geschrieben haben. Dies betrifft Absolventen der Studiengänge „Geographie“ (Abschlüsse Diplom oder Bachelor), Lehramt an Gymnasien, fächerübergreifender Bachelor, Wirtschaftswissenschaften (Diplom oder Bachelor) sowie Promovenden, die ihren ersten akademischen Abschluss zuvor nicht in Hannovers Wirtschaftsgeographie erworben hatten. Es reicht *ein* Abschluss dieser Art in Hannovers Wirtschaftsgeographie. Absolventen des Masterstudiengangs „Wirtschaftsgeographie“ konnten leider noch nicht befragt

werden, da die ersten 16 Absolventen dieses im WS 2011/12 gestarteten Studiengangs erst im Sommer 2013 ihren Masterabschluss machten. Absolventen des im WS 2008/09 begonnenen sechssemestrigen Bachelorstudiengangs Geographie sind in der Stichprobe enthalten, sofern sie Wirtschaftsgeographieabsolventen im genannten Sinne sind. Insgesamt hatten bis zum Ende des WS 2012/13 67 Bachelorstudierende ihr Studium abgeschlossen, davon 26 mit einer Vertiefung in der Wirtschaftsgeographie.

Die Abgrenzung der Grundgesamtheit basiert auf der laufend aktualisierten Datenbank des Instituts. Demnach gehörten zum Abschluss der Erhebung Anfang Oktober 2012 543 Personen zur Grundgesamtheit der Hannoveraner Wirtschaftsgeographieabsolventen. Die Daten wurden im Rahmen eines vom Autor geleiteten Studienprojekts im SoS 2012 erhoben, während die hier präsentierte Auswertung vom Autor selbst durchgeführt wurde. Das Adressverzeichnis der Absolventen enthielt zu Beginn der Recherchen im Sommer 2012 die E-Mail- und/oder Postadresse von 562 Personen, an die der standardisierte Fragebogen postalisch und/oder per E-Mail (im Falle der internetgestützten Beantwortung über den ScoSci-Online-Fragebogen, Programm-Version 2.3.05-i) versandt wurde. Zwei der Angeschriebenen waren mittlerweile verstorben, für 17 weitere Personen waren die Fragebogen nicht zu-

Tab. 2: Vergleich von Merkmalen der Grundgesamtheit und der Stichprobe

Merkmal	Grundgesamtheit (n = 543) (Prozent)	Stichprobe (n = 295) (Prozent)	Anteilsdifferenzen Grundgesamtheit minus Stichprobe (Prozentpunkte)
Geschlecht			
– männlich	62,4	62,4	±0
– weiblich	37,6	37,6	±0
Abschlussjahrgang			
– vor 1993	23,1	19,3	–3,8
– 1993–1998	23,9	21,0	–2,9
– 1999–2005	26,1	25,3	–0,8
– 2006–2012	26,9	34,4	+7,5
Höchster Studienabschluss in Hannover			
– Diplom	85,5	84,1	–1,4
– Bachelor	4,6	4,7	+0,1
– Lehramt	0,4	1,4	+1,0
– Promotion	9,5	9,8	+0,3
Wohnort (Zeitpunkt der Befragung)			
– Kfz-Kennz. „H“ für Hannover	45,6	52,3	+6,7
– Anderes Kfz-Kennz.	54,4	47,7	–6,7

Quelle: Absolventenbefragung Wirtschaftsgeographie, Leibniz Universität Hannover, Herbst 2012

stellbar. Während beim Rücklauf der postalischen Befragung alle rückgesandten Bogen nutzbar waren, konnten von den digital beantworteten Fragebogen acht nicht verwendet werden. Die kombinierte Online- und postalische Befragung erfolgte zwischen 5. Juli und 9. Oktober 2012 und war als Totalerhebung konzipiert.

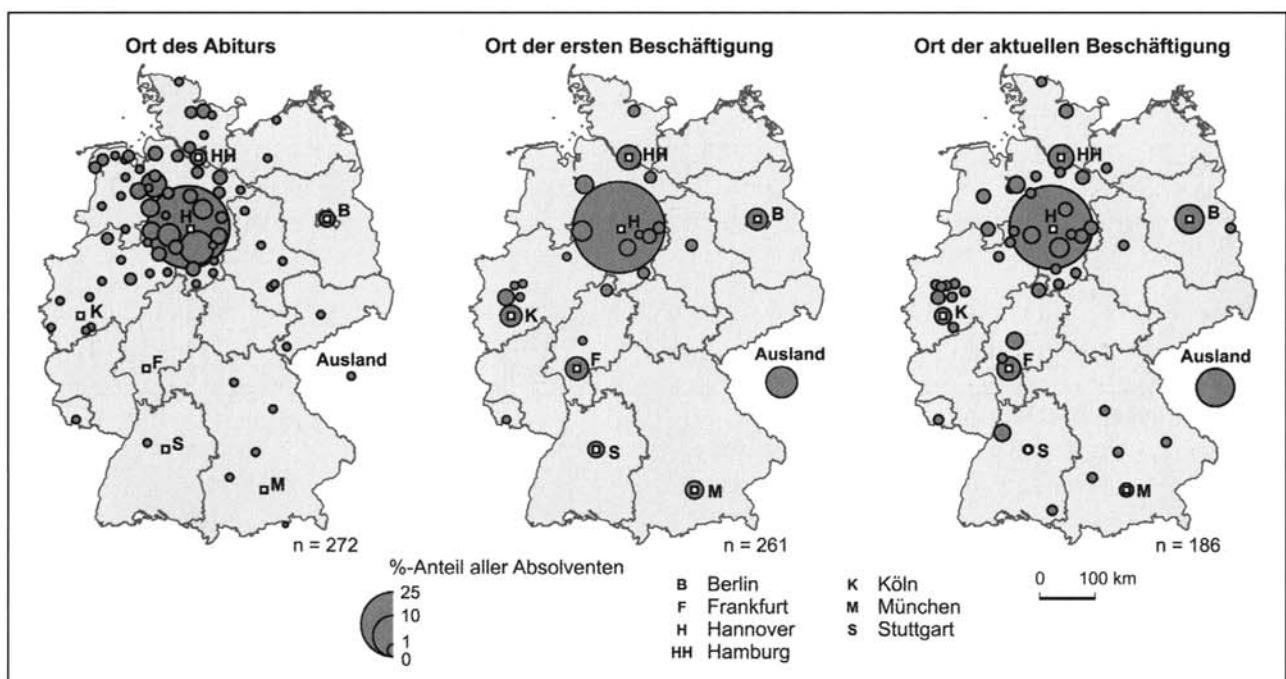
Der Rücklauf lag bei 295 auswertbaren Fragebogen; 54,3 % der korrigierten Grundgesamtheit von 543 Absolventen. 242 oder 82 % der Bogen gingen online ein, die restlichen 53 per Briefpost. In Tab. 2 werden die Ausprägungen für jene Merkmale, für die Daten der Stichprobe *und* der Grundgesamtheit vorliegen, verglichen. Die hohe Repräsentativität der Stichprobe ist offensichtlich, lediglich die in der Region Hannover beschäftigten Absolventen sind in der Stichprobe leicht überrepräsentiert. Mit hoher Wahrscheinlichkeit dürfte es auch bei dieser Absolventenbefragung einen Bias zugunsten erfolgreicherer Absolventen (nach deren eigener Wahrnehmung) geben, wie bei Verbleibsanalysen üblich. Das exakte Ausmaß dieses Effekts lässt sich mit den vorliegenden Daten aber nicht quantifizieren.

Merkmale der Stichprobe

Wie zahlreiche Absolventenstudien, auch der Geographie, zeigen, korrelieren Berufsfähigkeit, -erfolg und -einstieg mit demographischen

oder Strukturmerkmalen der Absolventen, die deshalb vorab knapp beschrieben werden. Die Absolventendaten der Hannoveraner Wirtschaftsgeographie decken einen relativ langen Zeitraum ab. So sind 50 % der Befragten vor 1964 geboren und ebenfalls 50 % haben ihr (Wirtschafts-)Geographiestudium vor 2001 abgeschlossen. Andererseits sind 20 % der Befragten nach 1980 geboren (Median: 1974). Die Abiturnoten der Absolventen des seit vielen Jahren hochschulintern zulassungsbeschränkten Studiengangs (Diplom wie auch Bachelor) weisen einen arithmetischen Mittelwert von 2,5 auf und korrelieren negativ mit dem Geburtsjahr. Knapp ein Fünftel der Absolventen hatte vor dem Geographiestudium eine Berufsausbildung abgeschlossen, 2 % taten das nach dem Studium. Erfreulich ist die Tatsache, dass zum Zeitpunkt der Befragung 96,3 % erwerbstätig waren, aber nur 3,0 % ungewollt nicht erwerbstätig, also arbeitssuchend. Für die Einschätzung der Attraktivität des Standortes Hannover und des ausbildenden Instituts für Wirtschafts- und Kulturgeographie nicht unerheblich sind die Herkunfts- und Zielregionen der Absolventen vor bzw. nach dem Studium. Die „Region Hannover“ ist als Studien- und Arbeitsort in etwa gleich bedeutend (Abb. 1), das sonstige räumliche Muster zwischen dem Ort des Erwerbs der Hochschulreife und der späteren Arbeitsorte unterscheidet sich aber nicht unerheblich. Der erste und der aktuel-

Abb. 1: Herkunfts- und Zielregionen der Absolventen



Quelle: Absolventenbefragung Wirtschaftsgeographie, Leibniz Universität Hannover, Herbst 2012

le Arbeitsort sind bei einem Drittel der Befragten identisch.

Die Ursachen für die Bedeutung der Region Hannover dürften aber zeitlich variieren. Bei Studienantritt spielt die (kostensparende) Nähe zum Elternhaus eine wichtige Rolle (wie in anderen Studiengängen der LUH auch, vgl. STERNBERG et al. 2008 zu den Studienortwahlmotiven der Erstsemester der LUH), bei den jüngeren Jahrgängen aber auch das seit einigen Jahren gute Abschneiden der Geographie in Hannover beim CHE-Hochschulranking, an dem sich Abiturienten zunehmend orientieren. Erfreulich in diesem Zusammenhang sind die Motive der Studienortwahl, unter denen das „Interesse am Studium“ (92 %) deutlich am häufigsten genannt wird.

Nachrichtlich sei erwähnt, dass sich das räumliche Muster des Abiturortes der Wirtschaftsgeographieabsolventen in der Stichprobe sehr von den Orten des Bachelorstudiums der aktuellen Studierenden im Masterstudiengang „Wirtschaftsgeographie“ unterscheidet. Von den bisherigen Absolventen hatten 51 % ihr Abitur in der „Region Hannover“ und 72 % in Niedersachsen gemacht, während bei den bisher zwei Jahrgängen des Masterstudiengangs zusammen lediglich 43 % bzw. 54 % ihren Bachelorabschluss in Hannover bzw. in Niedersachsen erworben hatten. Der Autor deutet dies – zumindest für Hannovers Wirtschaftsgeographie – positiv im Sinne einer größeren Reichweite spezialisierter Masterstudiengänge.

Wichtige Merkmale des Studiums, die Berufseinstieg und -erfolg beeinflussen (können), sind die Studiendauer, der Studienabschluss, die Abschlussnote, etwaige Auslandsaufenthalte und die Nebenfächer. Die Studiendauer variiert erwartungsgemäß stark zwischen den Studiengängen der Wirtschaftsgeographieabsolventen. Die arithmetischen Mittelwerte in Semestern reichen von 11,6 (Diplomabsolventen) bis zu 6,1 (Bachelorabsolventen). Die Promovierten haben für ihr Promotionsstudium im Anschluss an das Diplom im Mittel 11,1 Semester benötigt. Die Differenzierung nach Studiengängen (jeweils letzter und damit höchster Abschluss in der Wirtschaftsgeographie in Hannover) ergibt – derzeit noch überraschungsfrei – eine Dominanz der Absolventen des Studiengangs Diplom-Geographie (84 %), während 5 % der Stichprobe auf Bachelorabsolventen und 10 % auf in Hannover Promovierte entfallen. Das Sample erfasst den weitaus größten Teil der bisherigen (absolut we-

nigen) wirtschaftsgeographischen Bachelorabsolventen in Hannover. Die Absolventen haben erfreulich häufig das vom Institut seit vielen Jahren offensiv beworbene Auslandsstudium in Anspruch genommen: 34 % verbrachten zwischen einem und drei Semestern zu Studienzwecken im Ausland. Die Abschlussnote des Studiums liegt im Durchschnitt bei 1,9 (Spannweite 1,0 bis 3,2), womit die vom *Wissenschaftsrat* (2012) jüngst zu recht kritisierte Noteninflation in vielen deutschen Bachelorstudiengängen (auch der Geographie) zumindest für die Vertiefungsrichtung Wirtschaftsgeographie nicht zutrifft.

Unter den gewählten Nebenfächern im Geographiestudium dominieren erwartungsgemäß die dem Fach *Wirtschafts*(sic!)geographie am engsten benachbarten Fächer BWL (66 %) und VWL (58 %) bei jeweils maximal drei Nennungen je Absolvent. Im aktuellen Bachelorstudiengang (Vertiefung Wirtschaftsgeographie, ähnlich beim Master Wirtschaftsgeographie) sind diese beiden Disziplinen die wesentlichen „Ergänzungsfächer“. Im früheren Diplomstudiengang gab es mehr Auswahl, aber die übergroße Mehrheit der Wirtschaftsgeographiestudierenden hatte auch schon damals diese Fächer gewählt, mit deutlichem Abstand gefolgt von Städtebau/Stadtplanung sowie Landes-/Regionalplanung.

Übergang vom Studium in den Beruf

Wichtige Weichenstellungen für die spätere Berufstätigkeit erfolgen (auch) aufgrund der bekannten Pfadabhängigkeit von Karriereverläufen schon bei Berufseinstieg. Der Zeitdauer zwischen Studienende und Berufseinstieg, der Art des Suchens und Findens der ersten Stelle sowie deren Merkmalen wird daher in der Hannoveraner Absolventenstudie besondere Aufmerksamkeit geschenkt. Aufgrund ihrer Signalwirkung auf potenzielle Arbeitgeber sind die vorgenannten Merkmale des Studiums (z. B. Abschlussnote, Titel, Disziplin) beim Berufseinstieg zu beachten, während im späteren Berufsweg die Leistungen in vorherigen oder aktuellen Beschäftigungen an Bedeutung gewinnen.

Ein knapper Exkurs sei erlaubt zur Situation der Bachelorabsolventen in der Stichprobe (n = 14, nachrichtlich ergänzt um vier Bachelorabsolventen, die nach Ende der Erhebung, aber vor Redaktionsschluss dieses Beitrages ihr Studium abschlossen). Von diesen 18 Bachelorabsolventen sind nur zwei direkt in eine berufliche Tätigkeit gewechselt. Die restlichen Bachelorabsol-

venten wollten ein Masterstudium anschließen oder hatten dies bereits begonnen. Von den 22 Hannoveraner Bachelorabsolventen mit Schwerpunkt Wirtschaftsgeographie hatten zu Beginn des WS 2012/13 17 den Master „Wirtschaftsgeographie“ in Hannover begonnen.

Der Einstieg in die erste Beschäftigung nach Abschluss ihres Studiums gelingt den Absolventen erfreulich schnell, auch verglichen mit anderen Geographiestandorten wie zum Beispiel Mannheim (vgl. SCHRÖDER/BRÜDERL 2004, 37). Vier Wochen nach der letzten Prüfung waren 30% bereits regulär abhängig beschäftigt (ohne 16% drittmittelfinanzierte Doktoranden als Fortsetzung der akademischen Erstausbildung). Weitere 9% übten eine selbstständige/freiberufliche Tätigkeit aus. Ein gutes Drittel der Absolventen war zum genannten Zeitpunkt (noch) nicht erwerbstätig, suchte aber eine Beschäftigung. Die übrigen Befragten suchten zu diesem Zeitpunkt keine Beschäftigung. Es sei diesbezüglich nochmals auf Abb. 1 verwiesen: 56% der Absolventen fanden ihre erste Stelle in der „Region Hannover“, was auf eine hinreichend große Nachfrage des lokalen Arbeitsmarktes nach Hannoveraner Wirtschaftsgeographieabsolventen deutet. Der Aufwand, den die Absolventen für das Finden der ersten Stelle betreiben wollen bzw. müssen, ist sehr unterschiedlich (vgl. Tab. 3): Insbesondere streut die Anzahl der verschickten Bewerbungen sehr stark um den arithmetischen Mittelwert von 16, denn der Modalwert liegt bei 1! Offenbar finden die meisten Hannoveraner Wirtschaftsgeographen mit rela-

Tab. 3: Aufwand für das Finden der ersten Beschäftigung

Merkmal	Mittelwert	Standardabweichung	Median	Modus
Anzahl Bewerbungen	16,4	26,6	4	1
Anzahl Vorstellungsgespräche	2,8	2,9	2	1
Anzahl Zusagen	1,3	0,7	1	1
Dauer der Suche (Monate)	3,8	6,7	2	0
Zeit bis Stellenantritt (Monate seit Abschluss)	4,2	7,1	2	1

Quelle: Absolventenbefragung Wirtschaftsgeographie, Leibniz Universität Hannover, Herbst 2012

tiv wenig Suchaufwand und schnell einen ersten Arbeitsplatz nach dem Studium. Immerhin 20% der Absolventen hatten mehr als eine Zusage, konnten also auswählen.

Die Absolventen wählen recht unterschiedliche Methoden der Suche nach dem ersten Arbeitsplatz. Die vier häufigsten Suchmethoden (Mehrfachnennungen) sind das Reagieren auf eine Stellenausschreibung (66%), der eigenständige Kontakt zu potenziellen Arbeitgebern (51%), vorhandene Kontakte durch ein Praktikum während des Studiums (39%) sowie vorhandene Kontakte durch (Neben-)Jobs während des Studiums (29%). Die gewählten Suchmethoden sind allerdings sehr verschieden erfolgreich, wie Abb. 2 zeigt.

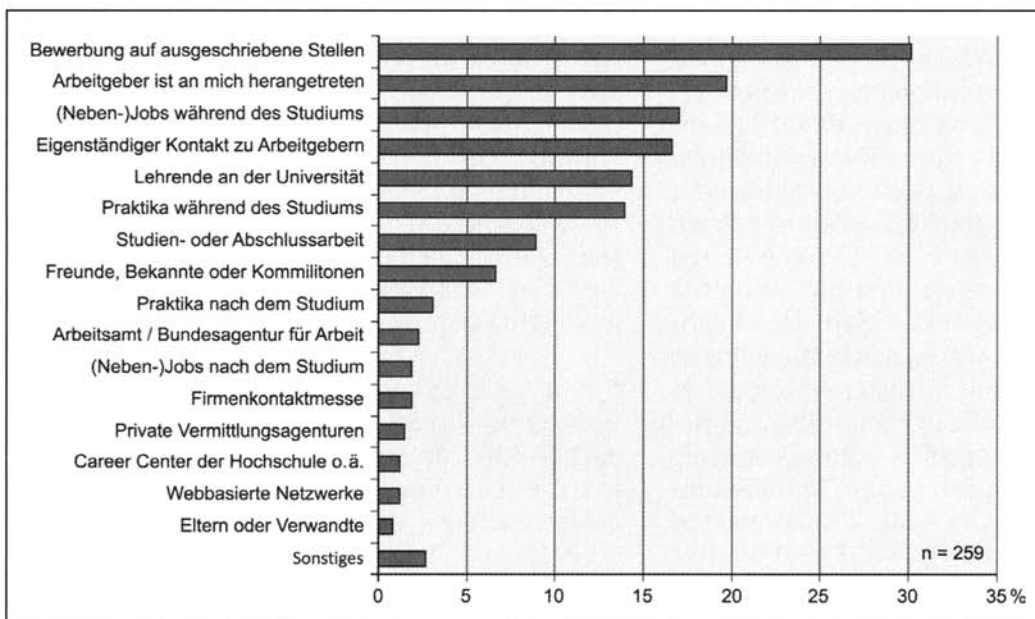


Abb. 2: Wie wurde die erste Beschäftigung gefunden?

Quelle: Absolventenbefragung Wirtschaftsgeographie, Leibniz Universität Hannover, Herbst 2012

Die Diskrepanz zwischen Nutzung und Erfolg ist bei der Bewerbung auf ausgeschriebene Stellen am größten: 67% wählen diesen Weg, aber nur bei 30% der Befragten führte er zum Arbeitsplatz (was aber gleichwohl der häufigste Weg des Findens, nicht nur des Suchens, eines Arbeitsplatzes ist). Diese Werte sind vergleichbar mit jenen für die Mannheimer Geographie (vgl. SCHRÖDER/BRÜDERL 2004, 38 f.), weichen aber vom Muster Marburger Geographieabsolventen ab (vgl. *Philipps-Universität Marburg* o. J., 20). Positiv aus Sicht des Instituts sind zwei Befunde: Ein Fünftel der Absolventen hat seinen ersten Arbeitsplatz dadurch erhalten, dass der Arbeitgeber selbst an sie herangetreten ist. Bei weiteren 14% der Absolventen haben Lehrende des Instituts den Arbeitsplatz vermittelt. Angesichts der Tatsache, dass ein erheblicher Teil der Absolventen seine erste Stelle in der Region Hannover antritt (vgl. Abb. 1), sprechen beide Befunde für die Bekanntheit und Reputation der Hannoveraner Wirtschaftsgeographie und ihrer Dozenten zumindest in der Arbeitsmarktregion Hannover. Zudem fungieren die zahlreichen Absolventen, die aktuell (nicht nur im ersten Job) in Hannover tätig sind und mit zunehmender Dauer der Berufstätigkeit auch Personalverantwortung erhalten, als Rollenvorbilder und Türöffner für jüngere Absolventen, denen die geographieübliche Rechtfertigung und Erklärung des Labels „Geographie“ erspart bleibt. Die für einen solchen Prozess notwendige kritische Masse innerhalb einer hinreichend absorptionsfähigen Arbeitsmarktregion scheint in Hannover nach mehr als 40 Jahren dezidierter universitärer Wirtschaftsgeographieausbildung erreicht.

Aktuelle berufliche Situation

Angesichts des langen Zeitraums, den die Abschlussjahre der Befragten mittlerweile abdecken, können zwischen dem Antritt der ersten Stelle und der aktuellen Beschäftigung teils mehrere Jahrzehnte liegen. Es macht daher Sinn, die Beschäftigungsmerkmale separat für die erste und die aktuelle Stelle zu analysieren (die mittlere Dauer der Beschäftigung auf der aktuellen Stelle beträgt vier Jahre). 79% der abhängig Erwerbstätigen haben zum Zeitpunkt der Befragung eine unbefristete Stelle, beim Rest ist der Arbeitsvertrag zeitlich befristet. Differenziert nach Abschlussjahren zeigt sich ein klares Resultat: Je jünger der Abschlussjahrgang, umso geringer der Anteil der unbefristeten Stellen. 60% der Abschlussjahrgänge nach 2005, aber 89% der Jahrgänge vor 1993 haben einen un-

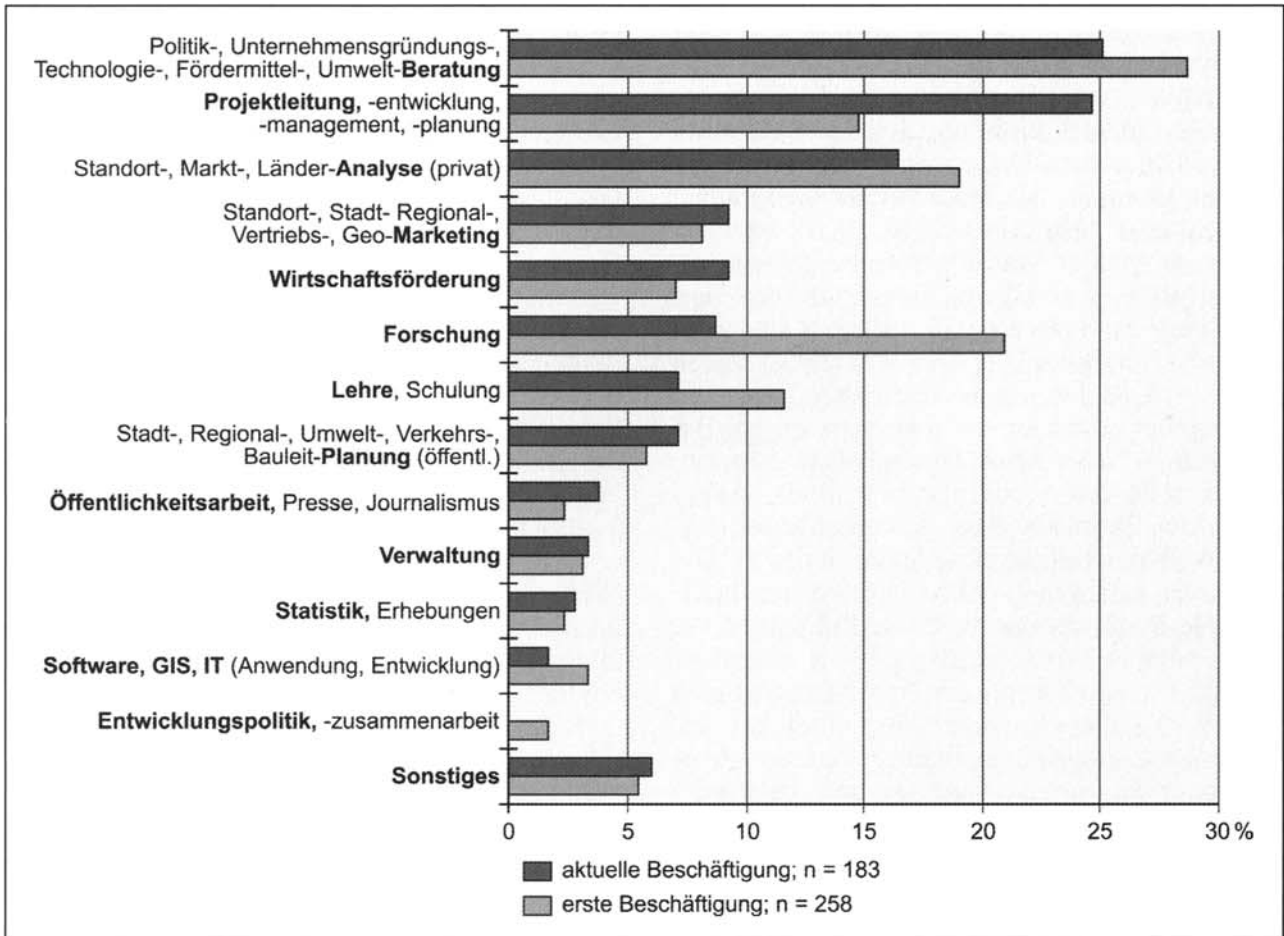
befristeten Vertrag. Dies spiegelt sowohl den bundesweiten Trend zugunsten befristeter und (Teilzeit-)Tätigkeiten wider als auch die Tatsache, dass die älteren Abschlussjahrgänge schon allein aufgrund ihrer längeren Berufstätigkeit häufiger unbefristete Stellen innehaben.

Gerade in einem Studiengang wie der Geographie mit bisweilen als schlecht bezeichneten Berufschancen und einem zumindest diffusen Berufsbild ist die Frage von großem Interesse, ob die aktuelle berufliche Situation den Erwartungen bei Studienbeginn entspricht, zumal sich darin ein Aspekt der Zufriedenheit mit der beruflichen Tätigkeit zeigen kann. Fast zwei Drittel der Befragten entscheiden sich für die beiden höchsten Werte auf der Fünfer-Likert-Skala von „viel schlechter als erwartet“ bis „viel besser als erwartet“. Nur 3,3% wählen den schlechtesten Wert. Auch hier zeigt sich bei Differenzierung nach Abschlussjahren eine klare Tendenz: für ältere Jahrgänge ist die berufliche Realität viel besser als einst bei Studienbeginn erwartet (73% entfallen auf die beiden positivsten Kategorien!). Dies heißt aber auch: Die Absolventen der jüngeren Jahrgänge kamen schon mit höheren Erwartungen an die Universität – und die wurden meist erfüllt, denn auch hier entfallen 58% auf die beiden positivsten Kategorien.

Die sehr vereinfachende Trennung nach nur drei Wirtschaftssektoren zeigt, dass gut die Hälfte der Wirtschaftsgeographieabsolventen in der Privatwirtschaft und weitere 42% im öffentlichen Bereich tätig sind. Der kleine Rest ist in Organisationen ohne Erwerbscharakter beschäftigt. Aufschlussreicher, auch im Hinblick auf die Konsequenzen im Hinblick auf die in der universitären Ausbildung zu vermittelnden Kompetenzen, sind die konkreten Tätigkeiten der Befragten (vgl. Abb. 3). Dieses sehr relevante, aber nicht einfach zu fassende Thema wurde mit einer offenen Frage angegangen. Die Antworten wurden anschließend vom Autor zu 13 Tätigkeitsfeldern zusammengefasst und jeder Absolvent exakt einem dieser Tätigkeitsfelder zugeordnet.

Die Kompetenz der Hannoveraner Wirtschaftsgeographen, aber auch die entsprechenden Bedarfe des Arbeitsmarkts scheinen insbesondere in der öffentlich finanzierten Beratungstätigkeit sowie in privat finanzierten Analyseaktivitäten zu liegen, denn auf diese beiden Tätigkeitsfelder entfallen allein fast 50% der Erstbeschäftigungen. Bei den aktuellen Tätigkeiten spielen diese

Abb. 3: Tätigkeitsfelder: aktuelle vs. erste Beschäftigung



Quelle: Absolventenbefragung Wirtschaftsgeographie, Leibniz Universität Hannover, Herbst 2012

beiden Bereiche ebenfalls eine wichtige Rolle, aber jetzt kommt Projektleitung, -entwicklung und -management hinzu. Auffällig ist die große Diskrepanz zwischen erster und aktueller Beschäftigung bei der Forschung: hier finden 22 % der Absolventen ihren erste ausbildungsadäquate Stelle nach dem Studium (darunter mehrere Absolventen im Institut selbst als Doktorand/wissenschaftlicher Mitarbeiter), aber aktuell sind dort lediglich noch 8 % tätig. Dieser geringe, stark durch Absolventen des Diplomstudiengangs geprägte Wert dürfte sich mittelfristig erhöhen, wenn die Studierenden des forschungsorientierten Masterstudiengangs „Wirtschaftsgeographie“ auf den Arbeitsmarkt kommen. Im Vergleich zu früheren Erhebungen unter Hannoveraner Wirtschaftsgeographieabsolventen (vgl. HENNEMANN et al. 2005) haben insbesondere die öffentliche Planung sowie die Entwicklungszusammenarbeit an Bedeutung verloren.

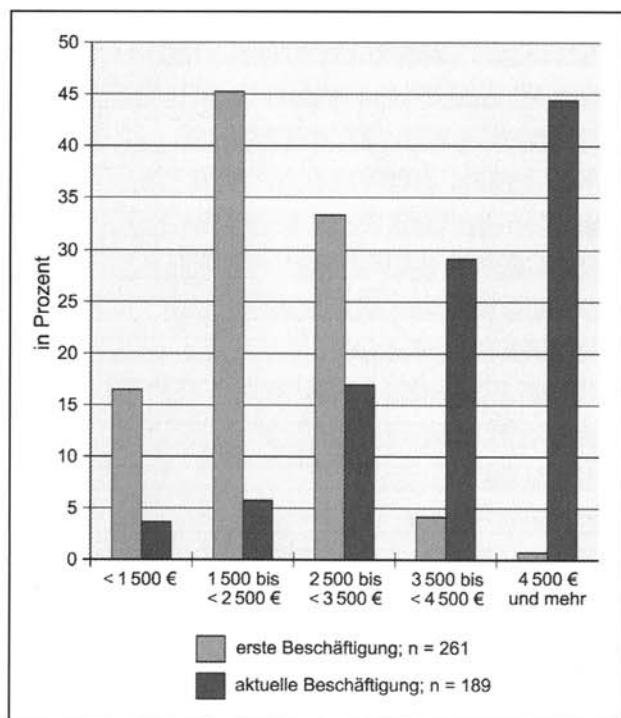
Die berufliche Stellung zeigt aus ähnlichen wie den zuvor genannten Gründen einen Zu-

sammenhang zwischen Abschlussjahr und der Positionierung in der beruflichen Hierarchie: je länger ein Absolvent bereits erwerbstätig ist, desto höher ist tendenziell und ceteris paribus seine berufliche Stellung. Bezogen auf alle erwerbstätigen Hannoveraner Wirtschaftsgeographieabsolventen ist knapp ein Drittel im höheren Beamtendienst oder als leitender Angestellter in der Privatwirtschaft tätig. Der Anteil der Selbstständigen in freien Berufen zusammen mit den selbstständigen Unternehmern liegt deutlich unter 10 % und damit niedriger als in geographischen Referenzstudien. Hier besteht Handlungsbedarf.

Ein auch für die Vermarktung der betreffenden Studiengänge nicht zu unterschätzender Aspekt ist das monatliche oder jährliche Einkommen, auch wenn es nicht allein den beruflichen Erfolg oder gar die berufliche Zufriedenheit repräsentiert. Auch dieses Merkmal hängt natürlich tendenziell von der Dauer der Berufstätigkeit ab. Gleichwohl zeigt Abb. 4 deutlich, dass

Hannoveraner Wirtschaftsgeographen offenbar besser verdienen als Geographen bundesweit (vgl. SCHIERBAUM 2011, der ein mittleres Monatsbruttoeinkommen von 3 150 € ermittelt) und sich vor Akademikern insgesamt nicht zu verstecken brauchen, die laut www.karriere.de auf im Mittel 3 410 € nach fünf Jahren Berufstätigkeit kommen. Auch die Daten des Projekts „Lohnspiegel“ des *Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Instituts* (WSI), basierend auf den Angaben von 4 300 Akademikern mit bis zu drei Jahren Berufserfahrung, lassen die Hannoveraner Wirtschaftsgeographen in gutem Licht dastehen, auch wenn dort leider nicht nach Studienfächern, sondern nur nach Berufsgruppen differenziert wird (vgl. BISPINCK et al. 2010, 2012). Die Daten des aktuellen *Bundesberichts Wissenschaftlicher Nachwuchs* 2013 (vgl. Konsortium 2013), vergleicht man sie mit den Daten der Wirtschaftsgeographieabsolventen in Hannover, bestätigen diesen Befund: Bundesweit erzielen 20 % der 35–45-jährigen Erwerbstätigen mit Universitätsabschluss ein Monateinkommen von mindestens 3 600 €, in der Hannoveraner Referenzgruppe sind es 58 %. Auch bei den gleichaltrigen Promovierten schneiden die Hannoveraner Wirtschaftsgeographen besser ab als die bundesdeutsche Vergleichsgruppe.

Abb. 4: Monatlicher Bruttolohn: aktuelle vs. erste Beschäftigung

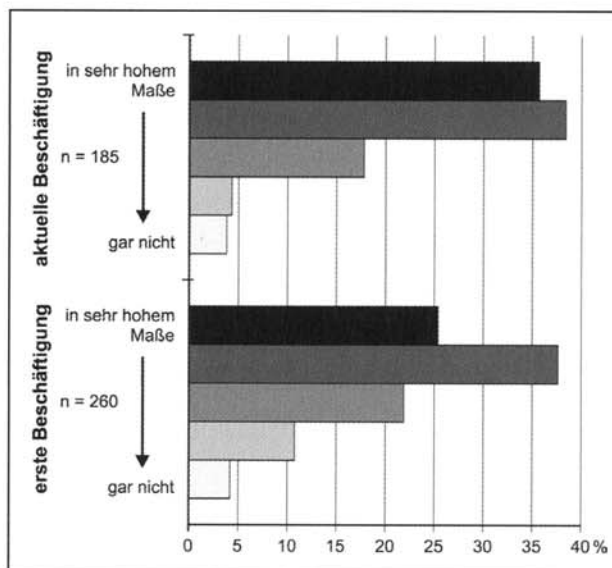


Quelle: Absolventenbefragung Wirtschaftsgeographie, Leibniz Universität Hannover, Herbst 2012

Selbst wenn das Einkommen ein wichtiges Element des beruflichen Erfolgs ist und bleibt, so haben in den letzten Jahren, nicht nur unter Hochschulabsolventen der Geographie, nicht-monetäre Aspekte beruflicher Zufriedenheit an Bedeutung gewonnen. Dieser Trend dürfte sich angesichts des erkennbaren und noch zunehmenden Fachkräftemangels einerseits und der (auch deshalb) relevanter gewordenen *work-life balance* des einzelnen Erwerbstätigen fortsetzen. Berufliche Zufriedenheit – im Übrigen auch als ein Merkmal des beruflichen Erfolgs interpretierbar – muss also nicht mit der Höhe des Bruttoeinkommens korrelieren. Die Absolventen wurden deshalb nach ihrer generellen Zufriedenheit mit der aktuellen Beschäftigung gefragt. Auf der Fünfer-Antwortskala, die von „in sehr hohem Maße“ bis „gar nicht“ reichte, antworteten 80 % zugunsten der beiden höchsten Kategorien. Eine Ursache für dieses höchst erfreuliche Ergebnis mag sein, dass sowohl für die erste als – noch stärker – für die aktuelle Beschäftigung die Befragten die Adäquanz von beruflichen Inhalte und den Inhalten der wirtschaftsgeographischen Ausbildung in hohem Maße bestätigen (vgl. Abb. 5). Dies ist ein stichhaltiges Indiz für die Praxisorientierung der wirtschaftsgeographischen Lehre, die die Absolventen zuvor genossen hatten.

Employability ist ein zunehmend wichtiges Kriterium der Bewertung von Lehrqualität. Folglich

Abb. 5: Adäquanz von Studium und Beschäftigung: aktuelle vs. erste Beschäftigung



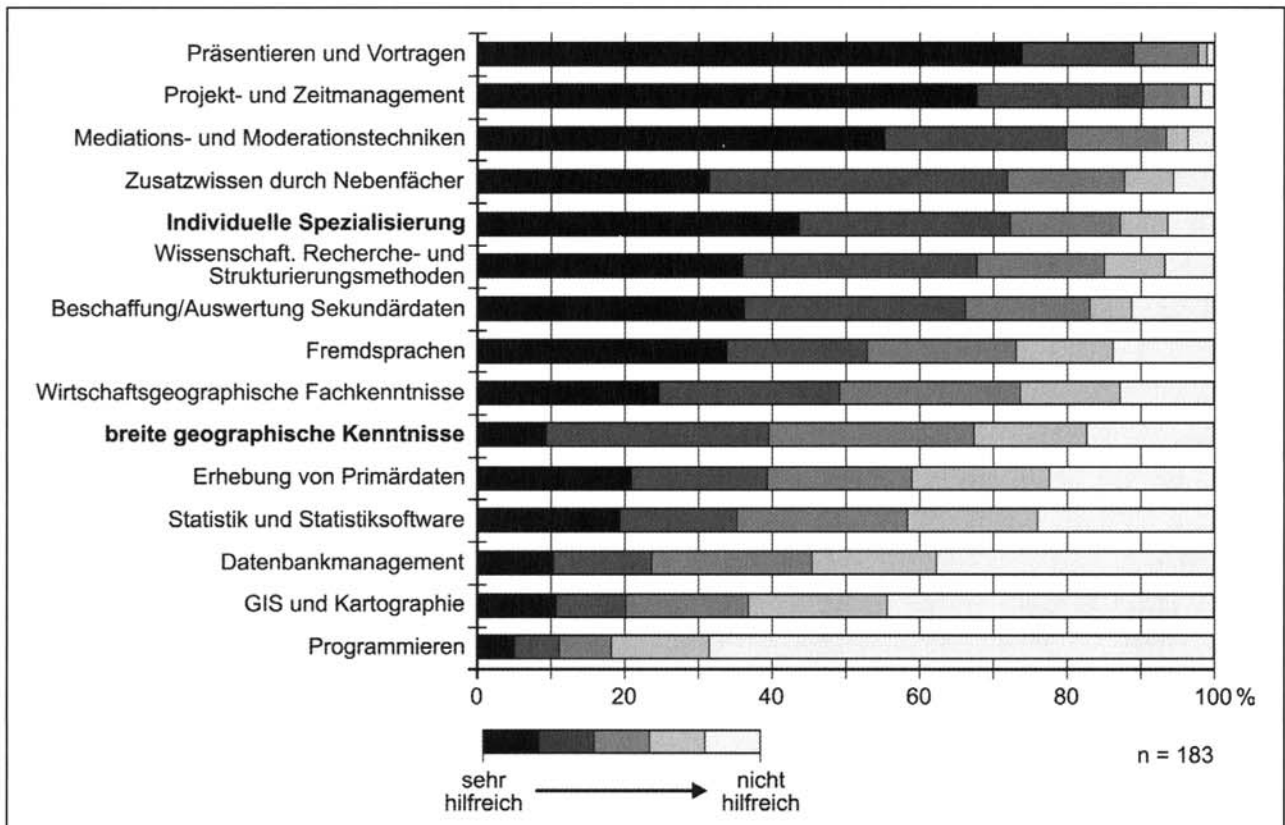
Quelle: Absolventenbefragung Wirtschaftsgeographie, Leibniz Universität Hannover, Herbst 2012

muss es auch für Lehrzwecke interessieren, welche Fähigkeiten/Kenntnisse die Absolventen später in der beruflichen Tätigkeit benötigen. Selbst wenn ein Teil der später erwarteten Fähigkeiten erst *on the job*, also nach dem Studium erworben wird bzw. erworben werden kann, bleibt dieses Thema höchst relevant, da es direkt auf das rekurriert, was zuvor im Studium gelehrt wurde. Die in Abb. 6 dargestellten Befunde sind vielfältig, hier seien nur zwei Aspekte betont. Erstens scheinen ganz praktische Techniken und Fähigkeiten sehr wichtig, die weder mit geographischen noch mit spezifisch wirtschaftsgeographischen Kenntnissen zu tun haben. Das Präsentieren von Vorträgen, das Projekt- und Zeitmanagement sowie Mediations- und Moderationstechniken waren die drei wichtigsten Kenntnisse/Fähigkeiten bei der Einstellung der Wirtschaftsgeographieabsolventen (aktuelle Beschäftigung) – und die Absolventen haben sie offenbar besessen, sonst wären sie kaum eingestellt worden. Dies bedeutet, dass diese Fähigkeiten offenbar zuvor im Studium auch vermittelt wurden, was plausibel erscheint, da in Hannover nach Möglichkeit (insbesondere in Seminaren und Übungen mit überschaubarer Teilneh-

merzahl) auf solche Fähigkeiten Wert gelegt wird. Zweitens waren für ein Viertel der Befragten „wirtschaftsgeographische Fachkenntnisse“ und für 42 % die „individuelle Spezialisierung“ „sehr hilfreich“ (wichtigste der fünf wählbaren Kategorien) für den Erhalt der aktuellen Beschäftigung. Dagegen waren „breite geographische Kenntnisse“ nur bei 4 % der Befragten „sehr hilfreich“ bei der Bewerbung auf die aktuelle Stelle. Dies darf als klare Unterstützung einer spezialisierten Wirtschaftsgeographieausbildung gedeutet werden, denn solche Kenntnisse werden später im Beruf offenbar benötigt. Oder wie SCHIERBAUM (2011, 7) in seiner bundesweiten Analyse von Geographieabsolventen treffend formuliert: „Wir müssen uns also womöglich eingestehen, dass Geographen oftmals eher Spezialisten als Generalisten sind“. Der Autor des vorliegenden Beitrages hält allerdings statt des bedauernden Tonfalls des Zitats Selbstbewusstsein für angemessener: Es ist erfreulich, dass Wirtschaftsgeographen als Spezialisten gesucht und eingestellt werden.

Eng verknüpft mit dem Thema der vorhandenen bzw. den in der Praxis benötigten Fähigkeiten

Abb. 6: Wichtigkeit ausgewählter Fähigkeiten/Kenntnisse für die aktuelle Beschäftigung



Quelle: Absolventenbefragung Wirtschaftsgeographie, Leibniz Universität Hannover, Herbst 2012

und Kompetenzen ist die Frage nach der disziplinären Konkurrenz im Berufsalltag: Bei zwei Dritteln der berufstätigen Wirtschaftsgeographen üben Wirtschaftswissenschaftler beim Arbeitgeber dieselbe Tätigkeit aus wie sie selbst, mit deutlichen Abstand gefolgt von Juristen, Soziologen und Raumplanern. Es macht also auch aus diesem Grund Sinn, in der wirtschaftsgeographischen Ausbildung erstens wirtschaftswissenschaftliche Inhalte und Kompetenzen zu behandeln bzw. zu vermitteln und zweitens in manchen Lehrveranstaltungen sowohl Studierende der Wirtschaftswissenschaften als auch solche der Wirtschaftsgeographie gemeinsam zu unterrichten. Die Hannoveraner Erfahrungen belegen wirkungsmächtige Wissens-Spillover in beide Richtungen!

Determinanten des beruflichen Erfolgs

Falls die Beschäftigungsfähigkeit der Absolventen ein wichtiges Ziel der universitären Lehre ist, müsste es die Dozenten auch interessieren, welche universitätsbezogene Merkmale (neben vielen anderen, durch Dozenten eher nicht steuerbare Merkmale) den beruflichen Erfolg der Absolventen beeinflussen. Die Daten erlauben auch hier einige Analysen. Nicht banal ist allerdings die Definition und Operationalisierung beruflichen Erfolgs, denn diesen können schon die Absolventen selbst sehr verschieden definieren. Als Erfolg kann beispielsweise gelten, dass ein ausbildungsadäquater Arbeitsplatz gefunden wurde, dass dies schnell nach Abschluss passierte, dass der Absolvent eine hohe Stellung im ausgeübten Beruf innehat oder aber mit seiner ersten und/oder aktuellen Stelle zufrieden ist. Zu all diesen möglichen Interpretationen beruflichen Erfolgs liegen Daten für die Hannoveraner Wirtschaftsgeographen vor. Die allerdings mit Abstand am einfachsten zu kommunizierende und am häufigsten in Vergleichsstudien untersuchte Operationalisierung von Erfolg ist jene über den Verdienst. Diese monetäre Größe, erfasst als Brutto- oder Nettowert, als Monats- oder als Jahreswert, hat unter anderem den Vorteil, dass sie direkt mit anderen Abschlüssen verglichen und auch über die Zeit, bei Berücksichtigung allgemeiner Lohnzuwächse und inflationsbereinigt, untersucht werden kann. Schließlich werden solche Werte bei aktuellen Studierenden (und neuerdings auch bei Erstsemestern!) sehr interessiert perzeptiert, ja oft aktiv erfragt. Nachteile dieses Indikators für beruflichen Erfolg sind aber zu berücksichtigen („Geld ist nicht alles“). Auch die Abhängigkeit dieses Erfolgsindikators

etwa von der Dauer der Berufstätigkeit ist bei empirischen Analysen zu kontrollieren.

In dieser knappen Analyse der empirisch erfassbaren Ursachen des beruflichen Erfolgs wird das Bruttomonatseinkommen auf der ersten Stelle als abhängige Variable verwendet, die wie der Verdienst auf der aktuellen Stelle (vgl. Abb. 4) mit denselben fünf Klassen abgefragt wurde. Natürlich ist der Verdienst auf der ersten Stelle geringer als auf der aktuellen: 79 % der Absolventen verdienen auf ihrer ersten Stelle zwischen 1 500 € und 3 500 €, 5 % über 3 500 €. Tab. 4 zeigt für diese Einkommensklassen die Mittelwerte, Prozentanteile sowie Zusammenhangsmaße (inkl. Signifikanzniveaus) für einige Variablen, die theoretisch plausibel den Erfolg erklären können. Zusätzlich wurde die Geschlechtervariable aufgenommen. Die Tabelle beschränkt sich auf Diplomabsolventen, da im Datensatz keine bereits berufstätigen Bachelorabsolventen enthalten sind.

Für mehrere der Determinanten, die teilweise statistisch signifikant und positiv miteinander korrelieren (z.B. die Abiturnote und die Abschlussnote im Studium sowie beide mit dem Lebensalter am Ende des Studiums), dominieren die erwarteten Zusammenhänge. Beispielsweise sind unter den höheren Einkommensklassen Absolventen mit vorher abgeschlossener Berufsausbildung oder mit einer besseren Abschlussnote im Studium überrepräsentiert. Rein monetär und über alle Absolventen betrachtet (nicht in jedem Einzelfall!) lohnen sich also eine besonders gute Gesamtnote im Studium und eine abgeschlossene Berufsausbildung vor dem Studium. Statistisch signifikant ist der (lineare) Zusammenhang allerdings nur für die universitäre Abschlussnote. Andere in der schulischen oder der universitären Ausbildung häufig zu hörende Ursachen eines hohen beruflichen Ersteinkommens bestätigen sich zumindest für die Hannoveraner Wirtschaftsgeographen nicht: Weder die Abiturnote noch die Studiendauer noch das Alter bei Studienende haben einen statistisch messbaren Einfluss auf das Einkommen bei der ersten Beschäftigung. Auch zwischen den Geschlechtern gibt es bei der ersten Beschäftigung keine signifikanten Unterschiede, bei der aktuellen Beschäftigung (nicht in Tab. 4 enthalten) sind sie allerdings zuungunsten der Absolventinnen hochsignifikant. Umgekehrt verhält es sich beim Zusammenhang zwischen Erfolg und vorheriger Berufsausbildung: Letztere beeinflusst den Verdienst in der ersten Beschäftigung positiv, für die

Tab. 4: Zusammenhang zwischen Einkommen bei der ersten Beschäftigung und erklärenden Variablen

Determinante ¹	N	Bruttomonatsgehalt in Euro bei erster Beschäftigung nach Studienende					Zusammenhangsmaß ²
		< 1 500	1 500 bis 2 500	2 500 bis 3 500	3 500 bis 4 500	≥ 4 500	
Abiturnote (MW)	242	2,45	2,54	2,46	2,62	2,10	-0,00
Abschlussnote Studium (MW)	234	1,74	2,00	1,86	1,61	1,55	-0,04
Studiendauer (Semester, MW)	249	10,9	11,6	11,6	10,5	10,5	+0,04
Lebensalter Studienende (Jahre, MW)	233	25,9	27,5	27,6	28,0	27,0	+0,22*
Promotion							+0,01
Ja (%)		23,1	30,8	38,5	7,7	0,0	
Nein (%)		15,6	46,3	33,3	3,9	0,9	
Berufsausbildung vor Studium	229						+0,15
Ja (%)	39	10,3	43,6	38,5	7,7	0,0	
Nein (%)	190	17,9	44,7	33,2	3,7	0,5	
<i>Nachrichtlich:</i>							
Geschlecht	257						+0,26*
Männlich (%)	168	14,3	41,7	37,5	6,0	0,6	
Weiblich (%)	89	20,2	50,6	27,0	1,1	1,1	

1 bei allen intervallskalierten Variablen ist der arithmetische Mittelwert angegeben, bei den übrigen drei Variablen (Geschlecht, Promotion, Berufsausbildung) Prozentwerte

2 Spearmans Rho, bei den drei nominalskalierten Variablen ETA; *: das Zusammenhangsmaß ist mindestens auf dem 5 %-Niveau statistisch signifikant

Quelle: Absolventenbefragung Wirtschaftsgeographie, Leibniz Universität Hannover, Herbst 2012

aktuelle Beschäftigung dagegen ist kein linearer Zusammenhang nachweisbar. Dieses Ergebnis zeigt sich auch für die Promovierten: Sie üben ihre erste Beschäftigung nach dem Abschluss des Diplomstudiums (nicht des Promotionsstudiums) in Hannover in aller Regel als drittmittel-finanzierte Doktoranden aus, was üblicherweise nicht üppig bezahlt wird, sondern als Investition in die berufliche Zukunft gesehen wird. Ergo sind die Promovierten bei der ersten Beschäftigung in der niedrigsten Einkommensklasse häufiger vertreten als die Nichtpromovierten. Einen generellen Zusammenhang zwischen der Einkommenshöhe und dem Status Promotion (ja/nein) gibt es bei der ersten Beschäftigung aber nicht. Dies ist bei der aktuellen Beschäftigung ganz anders: Der statistische Zusammenhang zwischen beiden Variablen ist hochsignifikant. Die Promovierten sind jetzt in den beiden höchsten Einkommensklassen deutlich überrepräsentiert und in der niedrigsten Klasse findet sich keine/r von ihnen. Das Promovieren lohnt sich also auch finanziell, aber nicht schon bei der ersten Beschäftigung nach Abschluss des Erststudiums, sondern erst mittel- bis langfristig (Ähn-

liches berichten FALK/KÜPPER 2013 mit Daten des *Bayerischen Absolventenpanels* für die ersten fünf Berufsjahre). Die Ergebnisse einer ordinalen Regression mit den genannten abhängigen Variablen bestätigen den relativ stärksten Einfluss der Studienabschlussnote sowie der vorherigen Berufsausbildung auf die abhängige Variable, sind hier aus Platzgründen aber nicht dokumentiert (Ergebnisse auf Nachfrage beim Autor erhältlich).

Abschließend sei erwähnt, dass bei dieser Analyse Absolventen des Masterstudiengangs Wirtschaftsgeographie leider noch nicht berücksichtigt werden konnten, da es diese erst im Sommer 2013 geben wird (nachrichtlich: 16 Absolventen des 1. Jahrgangs beendeten im Sommer 2013 ihr Studium erfolgreich). Einige Strukturmerkmale der ersten beiden Masterjahrgänge (44 Studierende, bei Redaktionsschluss dieses Beitrags alle noch im Studium) zeigen aber deutliche Unterschiede zwischen diesen Studierenden und den im Datensatz hauptsächlich enthaltenen Absolventen des Diplomstudiengangs Geographie sowie des Bachelors Geographie (jeweils nur

Vertiefung Wirtschaftsgeographie). Die Masterstudierenden haben ihr Abitur deutlich häufiger außerhalb der Region Hannover abgelegt (77 % vs. 51 % bei Diplom- und Bachelorabsolventen), haben bessere Abiturnoten (Mittelwert 2,3 vs. 2,5) und haben häufiger einen Teil ihres Masterstudiums im Ausland verbracht (70 % vs. 34 % mindestens ein Semester lang).

Schlussfolgerungen für die universitäre Lehre

Der Beitrag wollte zeigen, dass die Beschäftigungsfähigkeit von Universitätsabsolventen im Allgemeinen und von Wirtschaftsgeographieabsolventen im Besonderen nach flächenhafter Umsetzung der Bologna-Reform eine höhere Relevanz bekommen hat. Dies muss nicht zulasten exzellenter wissenschaftlicher (sic!) Ausbildung und Forschung gehen, sondern kann auch dadurch die Berufschancen von Wirtschaftsgeographen weiter erhöhen. Die – für die deutsche Wirtschaftsgeographielandschaft für manche Aspekte sicher nicht repräsentative – Fallstudie Hannoveraner Wirtschaftsgeographen hat gezeigt, dass die Berufschancen gut, die Verdienstmöglichkeiten im interdisziplinären und interuniversitären Vergleich überdurchschnittlich und die Zufriedenheit am Arbeitsplatz erfreulich hoch sind. Es gibt also zumindest kaum empirisch belegbare Gründe, um über die Berufschancen von Wirtschaftsgeographen zu klagen.

Allerdings, auch das zeigt die Analyse deutlich, sind einige Voraussetzungen der universitären Lehre zu beachten, ohne die gute Berufschancen unwahrscheinlicher werden. Vier Schlussfolgerungen für die universitäre Lehre sind nach Ansicht des Autors und auf Basis der empirischen Befunde besonders wichtig. Es sei nochmals darauf hingewiesen, dass aufgrund der teils nicht repräsentativen Rahmenbedingungen der Wirtschaftsgeographie in Hannover manche dieser Schlussfolgerungen nicht für alle Wirtschaftsgeographiestandorte in Deutschland gelten können – sondern nur für Hannover selbst.

Erstens scheint in der Ausbildung eine moderate Spezialisierung der Lehrinhalte – innerhalb der Humangeographie auf die Wirtschaftsgeographie und innerhalb der Wirtschaftsgeographie auf einzelne theoretische und methodische Aspekte – sowie die Vermittlung spezifischer Methodenkenntnisse, auch der Wirtschaftswis-

senschaften als wichtigster Nachbardisziplin, unerlässlich. Dies heißt nicht, dass diese Spezialisierung auf wirtschaftsgeographische Inhalte bzw. die entsprechenden Studierenden beschränkt bleiben müsse, im Gegenteil: Es sollten *auch* in der wirtschaftsgeographischen Ausbildung wirtschaftswissenschaftliche Inhalte und Kompetenzen behandelt bzw. vermittelt werden. Zudem kann es für beide Fachrichtungen sowie für Studierende wie für Dozenten sehr erhellend sein, wenn in manchen Seminaren (max. 15 Studierende) sowohl Studierende der Wirtschaftswissenschaften als auch solche der Wirtschaftsgeographie gemeinsam unterrichtet werden. Die Hannoveraner Erfahrungen belegen erhebliche Lerneffekte und wirkungsmächtige Wissensspillover – und zwar in beide Richtungen.

Zweitens sind auch beim Thema Beschäftigungsfähigkeit die Qualitätsmerkmale Transparenz und Profilbildung von hoher Relevanz: Jeder Abiturient auf der Suche nach einem Geographiestudienort und jeder Bachelorabsolvent auf der Suche nach einem Masterstudienort sollte wissen, welche Berufschancen die entsprechenden Standorte und Studiengänge ihren Absolventen bieten – oder zumindest versprechen. Laufend aktualisierte, möglichst umfassende und vor allem öffentlich zugängliche Verbleibsanalysen der Absolventen sind dafür unabdingbar, sie werden von Erstsemestern dankbar aufgenommen. Die für solche aufwendigen Analysen eingesetzten Ressourcen sind mittel- und langfristig gut investiert, weshalb hier nicht gespart werden sollte. Sie können durchaus in Lehrveranstaltungen integriert werden, da so nebenbei auch die große Bedeutung plausibel transportiert wird, die das Institut den Berufschancen seiner Absolventen beimisst.

Drittens steckt, auch in Hannover, das Alumni-management noch in den Kinderschuhen. Mehr Fantasie und Engagement sind nötig, um die Ressource Alumni zum beiderseitigen Vorteil besser zu nutzen. Regelmäßige Alumnitreffen oder Alumnivereine können ein Anfang und die sozialen Netzwerke eine große praktische Hilfe sein. Aktuell scheinen die Studiengänge in Deutschland im Allgemeinen und die Geographie im Besonderen (auch die Wirtschaftsgeographie in Hannover) von einem konsequenten, ergebnisorientierten Alumnimanagement kombiniert mit angepassten Fundraising-Konzepten, wie sie in anderen Ländern und Fächern zunehmend entwickelt und genutzt werden (vgl. z. B. ROHLMANN/WÖMPENER 2009), weit entfernt.

Mehr Aktivitäten könnten die Berufschancen der Absolventen verbessern, aber auch die Lehre und die Reputation des betreffenden Universitätsinstituts könnten dauerhaft davon profitieren. Sehr hilfreich kann es dabei sein, die Berufsfeldorientierung noch stärker in der Lehre sichtbar werden zu lassen – was im Übrigen, so die Erfahrungen aus Hannover, von den Studierenden begrüßt und nachgefragt wird (auch ohne Kreditpunkte). Beispielhaft genannt seien die regelmäßige Einbindung von Absolventen der Wirtschaftsgeographie in (einzelne) Sitzungen von Lehrveranstaltungen als Dozenten oder Gäste sowie die Berichte von Wirtschaftsgeographiestudierenden über die Inhalte ihrer Praktika im Rahmen von kolloquiumsähnlichen Lehrveranstaltungen, die offen für Wirtschaftsgeographen niederer Semester sein sollten.

Viertens sollte der thematische Zusammenhang zwischen universitärer (sic!) und daher natürlich wissenschaftlich ausgerichteter Lehre und späterer Praxis betont und täglich gelebt werden: Ein Masterstudent der Wirtschaftsgeographie muss in einem akademischen Studium die wichtigsten Theorien, Methoden und politischen Implikationen seiner und der wichtigsten Nachbardisziplinen kennenlernen. Hier ist zunächst Orientierung an Forschungsexzellenz gefragt und nicht, ob dies direkt im späteren Berufsalltag nutzbar ist. Insofern sind Berufsfeldorientierung und Forschungsorientierung kein Widerspruch, sondern zwei Seiten derselben Medaille. Praxisorientierung heißt nicht Forschungsferne, zumal ein Teil der Absolventen tatsächlich dauerhaft in der Grundlagen- (seltener) oder der Angewandten Forschung (häufiger) tätig ist. Diese Synthese von Berufsfeld- und Forschungsorientierung muss aber themenbezogen sein: Ein Masterstudent der Wirtschaftsgeographie braucht nicht Korngrößenklassen bestimmen oder Wolkentypen identifizieren zu können, aber er sollte – nur exemplarisch (für mehr ist nicht der Platz) – den selbsternannten Wirtschaftsgeographen und Nobelpreisträger *Krugman* und zumindest die Grundzüge seiner „New Economic Geography“ kennen. Für physisch-geographische Kenntnisse wird er hingegen in einer fachadäquaten Beschäftigung nicht bezahlt werden, wirtschaftswissenschaftliche Kenntnisse werden ihm aber helfen, das Denken und die Diskussionen von Ökonomen zu verstehen, mit denen er im Berufsalltag häufig zu tun haben wird. Wenn er sich früh im Studium (am besten schon früh im Bachelor, spätestens aber spezialisiert im Master)

auf wirtschaftsgeographische Themen konzentriert, erlangt er profunderes Wissen, als wenn er dies erst relativ spät zur Masterarbeit oder gar nie (in einem breiten Master Geographie) während seines akademischen Studiums tut. Die aus zahlreichen Erwerbsbiographien von Geographen bekannten jahrelangen Umwege (Zitat anonymer Absolvent: „ich bin zwar Geograph, habe aber erstmal viele fachfremde Tätigkeiten ausgeübt“) mögen zwar in Einzelfällen erfüllend gewesen sein, aber sie verhindern eine frühzeitige Nutzung der erworbenen Kompetenz im Beruf und damit das Vorankommen dort.

Selbstverständlich dürfen einige Ergebnisse dieses Beitrags nicht verallgemeinert werden. Manche Schwächen des Untersuchungsdesigns sollten in späteren Wellen des nun installierten Panels der (Hannoveraner) Wirtschaftsgeographie ausgemerzt werden. Beispielsweise ist die Ressourcenausstattung der Wirtschaftsgeographie in Hannover sicher günstiger als in vielen anderen deutschen Wirtschaftsgeographiestandorten, was natürlich den Output auch an qualifizierten Absolventen beeinflusst. Hannover ist *nicht* überall! Zu den Mängeln gehört die Tatsache, dass im Datensatz bislang nur wenige Bachelorabsolventen und keine Masterabsolventen sind (sein können!), da die entsprechenden Studiengänge noch relativ jung sind. Obwohl Optimismus durchaus angebracht ist, muss sich zeigen, wie der lokale und bundesdeutsche Arbeitsmarkt die Absolventen mit den neuen Titeln aufnehmen und entlohnen wird. Spätere Absolventenanalysen sollten auf den Vergleich alter und neuer Studienabschlüsse ein besonderes Augenmerk legen. Reizvoll ist aber auch der Vergleich der Absolventen verschiedener wirtschaftsgeographischer Studiengänge deutschlandweit. Der Autor würde sich freuen (und sich gerne auch persönlich engagieren), wenn der Beitrag dazu anregen könnte, zeitnah eine standortübergreifende, vergleichende und koordinierte Verbleibsanalyse der Absolventen wirtschaftsgeographischer Masterstudiengänge (siehe Tab. 1, gerne auch anderer wirtschaftsgeographieaffiner Masterstudiengänge) vorzunehmen, die als Pilot für regelmäßige Absolventenbefragungen dienen könnte. Dies wäre eine wichtige Ergänzung der bundesweiten Analysen des INCHER, die aber aufgrund zu geringer Fallzahlen keine Standortvergleiche für einzelne Fächer wie die Geographie erlauben und insbesondere nur die Geographie insgesamt betrachten, aber nicht die Wirtschaftsgeographie allein.

Natürlich gibt es auch in Hannovers wirtschaftsgeographischer Ausbildung nicht nur Positives zu berichten, wenn es um die Beschäftigungsfähigkeit der Studierenden geht. Zwei Aspekte seien wenigstens kurz erwähnt. *Erstens* erachten einige Arbeitgeber die vier Monate Praktikumszeit im sechssemestrigen Bachelor als zu kurz, während manche Studierende meinen, die Praktika seien zu lang und schwierig in den eng getakteten Semester- und Prüfungsrhythmus integrierbar. Hier braucht es viel Fantasie und nachhaltiges Engagement, um den teils divergierenden Ansprüchen der Studierenden, der die Praktika anbietenden Unternehmen und des Instituts in gleichem Maße gerecht zu werden. *Zweitens* sei die potenzielle große Bedeutung von Auslandsaufenthalten während des Studiums für die spätere berufliche Tätigkeit erwähnt. Allerdings ist es in den gestuften, teils stark verschulerten Studiengängen schwieriger als im früheren Diplomstudiengang, entsprechende Zeiträume im Curriculum einzubauen. Hinzu kommt, dass die in Hannover schon seit langem nicht proportionalen Bewegungen zwischen *incomings* und *outgoings* in den letzten Jahren beispielsweise bei ERASMUS-Programmen noch disparater geworden sind, was durch den – primär finanziell bedingten – Ausstieg mancher Universitäten aus Austauschprogrammen noch verstärkt wird. Davon ist auch die Wirtschaftsgeographie in Hannover nicht unbeeinflusst geblieben, denn manche langjährigen Kooperationspartner aus anderen europäischen Universitäten haben nach Jahrzehnten der Partnerschaft insbesondere auf Druck ihrer Universitäten diesen allzu einseitigen Austausch beendet (Hannoveraner Wirtschaftsgeographiestudierende waren zwar gern gesehene Gäste, aber es kamen kaum Studierende aus diesen Universitäten nach Hannover). Möglicherweise könnten englischsprachige Studiengänge oder einzelne Veranstaltungen in englischer Sprache diese Disproportionalität des Austausches verringern, sicher ist das aber nicht. Viel wichtiger erscheint den Verantwortlichen in der Hannoveraner Wirtschaftsgeographie hingegen, dass die Institute selbst Auslandsaufenthalte gerade in den neuen Studiengängen bewusst und durch eigene Kooperationsbemühungen aktiv unterstützen und als Mobilitätsfenster in das Curriculum einbauen, ohne dass dies studienzeitverlängernd wirken muss, das heißt als Teil der regulären Ausbildung. Falls dies aus vom Institut nicht zu beeinflussenden Gründen über ERASMUS-Programme zunehmend schwieriger wird, muss dies eben außerhalb von ERAS-

MUS und gegebenenfalls auch eher außerhalb Europas passieren. Dies ist ein schwieriges, aufwendiges und bisweilen auch mit Enttäuschungen verbundenes Unterfangen der Wirtschaftsgeographieprofessoren, aber prinzipiell lohnend – wie der Masterstudiengang Wirtschaftsgeographie zeigt. Das dritte (von vier) Studiensemestern ist im Modulkatalog als – allerdings nicht verpflichtendes – Auslandssemester konzipiert, was von der Mehrzahl der bisherigen Masterstudierenden auch als solches genutzt wird, massiv unterstützt von den Dozenten der Wirtschaftsgeographie beispielsweise durch gezielte Ansprache von Kollegen an den Gastuniversitäten und durch individuelle Lösungen bei der Anrechenbarkeit von Prüfungsleistungen. Allerdings muss den nicht ins Ausland gehenden Masterstudierenden natürlich ein adäquates Lehrangebot in Hannover gemacht werden, was die personellen Ressourcen nicht wenig in Anspruch nimmt. Zentrales Ziel bei diesen und allen anderen Bemühungen um eine (auch) berufsorientierte Ausbildung muss neben der Erreichung der selbstgesetzten Ziele universitärer Lehre die Zufriedenheit der Studierenden und – noch wichtiger – der Absolventen sein. Letztere sind, das zeigen die hier vorgestellten empirischen Befunde deutlich – mit ihrer Ausbildung in der Wirtschaftsgeographie bei retrospektiver Betrachtung sehr zufrieden: Zwei Drittel der Absolventen würden sich wieder für ein Studium der Wirtschaftsgeographie in Hannover entscheiden. Ergo sind Absolventen wichtige Multiplikatoren, die die Reputation eines Faches und Standortes und damit die zukünftige Nachfrage nach Studienplätzen positiv beeinflussen können.

Danksagung

Der ausdrückliche Dank des Autors gilt den Kolleginnen und Kollegen *Fromhold-Eisebith* (Aachen), *Brenner* (Marburg), *Hahn* (Würzburg), *Lindner* (Frankfurt am Main), *Matuschewski* (Bayreuth), *Mossig* (Bremen) und *Steiner* (Osnabrück), die für die von ihnen zu verantwortenden Masterstudiengänge sehr schnell aktuelle Daten beisteuerten, die als Basis für Tab. 1 dienten. *Christoph Alfken* sowie den Studierenden des wirtschaftsgeographischen Studienprojekts im Sommersemester 2012 sei herzlich für die wertvolle Unterstützung bei der Datenerhebung der Befragung Hannoveraner Wirtschaftsgeographieabsolventen im Herbst 2012 gedankt.

Literatur

- BATHELT, H./GLÜCKLER, J. (2012): Wirtschaftsgeographie. Stuttgart.
- BISPINCK, R./DRIBBUSCH, H./ÖZ, F. (2010): Das Projekt LohnSpiegel: Tatsächlich gezahlte Löhne und Gehälter. In: WSI-Mitteilungen, (63)1, 42–49.
- BISPINCK, R./DRIBBUSCH, H./ÖZ, F./STOLL, E. (2012): Bachelor, Master und Co. Einstiegsgehälter und Arbeitsbedingungen von jungen Akademikerinnen und Akademikern. Eine Analyse auf Basis der WSI-Lohnspiegel-Datenbank. Internet: www.lohnspiegel.de, 12.3.2013 (Arbeitspapier 10/2012, Projekt LohnSpiegel.de).
- BRIEDIS, K./HEINE, C./KONEGEN-GRENIER, C./SCHRÖDER, A.-K. (2012): Mit dem Bachelor in den Beruf. Arbeitsmarktbefähigung und -akzeptanz von Bachelorstudierenden und -absolventen. Essen.
- Bundesagentur für Arbeit* (2005): Der Arbeitsmarkt für Geographinnen und Geographen. Arbeitsmarkt-Information für qualifizierte Fach- und Führungskräfte. Bonn.
- BERAN, F./SCHIERBAUM, T./NUSSL, H./HAASE, D. (2012): Berufsperspektiven nach dem Geographiestudium. Eine Befragung von Absolventinnen und Absolventen. In: Standort – Zeitschrift für Angewandte Geographie, 36, 64–70.
- FABIAN, G./BRIEDIS, K. (2009): Aufgestiegen und erfolgreich. Ergebnisse der dritten HIS-Absolventenbefragung des Jahrgangs 1997 zehn Jahre nach dem Examen. Hannover (HIS: Forum Hochschule 2/2009).
- FALK, S./KÜPPER, H.-U. (2013): Verbessert der Dokortitel die Karrierechancen von Hochschulabsolventen? In: Beiträge zur Hochschulforschung, (35)1, 58–77.
- FÖBKER, S./FREI, A./WIEGAND, C.C. (2006): Geographiestudium in Bonn – und dann? In: Standort – Zeitschrift für Angewandte Geographie, (4), 186–188.
- HACHMEISTER, C.D. (2013): Vielfältige Exzellenz 2012 – Forschung – Anwendungsbezug – Internationalität – Studierendenorientierung. Sonderauswertung aus dem CHE-Ranking für die mathematisch-naturwissenschaftliche Fächergruppe. Gütersloh.
- HENNEMANN, S. (2008): Arbeitsmarkt und Beschäftigung Gießener Geographen. Universität Gießen. Internet: <http://fss.plone.uni-giessen.de/fss/fbz/fb07/fachgebiete/geographie/bereiche/lehrstuhl/wirtschaft/pdf-bilder/absolventen/file/absolventen.pdf>, 22.4.2012.
- HENNEMANN, S./LIEFNER, I./SCHÄTZL, L. (2005): Wirtschaftsgeograph – was tun? Universitäre Ausbildung und Berufschancen der Abteilung Wirtschaftsgeographie des Geographischen Instituts der Universität Hannover. In: Zeitschrift für Wirtschaftsgeographie, (49)1, 50–61.
- HILLMANN, F. (2006): Studie über den Verbleib der Absolventen(inn)en des Diplomstudiengangs Geographie an der Freien Universität Berlin: Jahrgänge 2000 bis 2004. Berlin.
- Konsortium Bundesbericht Wissenschaftlicher Nachwuchs* (Hrsg.) (2013): Bundesbericht wissenschaftlicher Nachwuchs 2013. Bielefeld.
- KORF, B. (2012): Geographien akademischer Resonanz. In: Berichte zur deutschen Landeskunde, (86)4, 419–425.
- LANGHAGEN-ROHRBACH, C./BRAUNER, M. (2006): Geographen im Beruf. Ergebnisse einer Befragung Frankfurter Diplom-Geographinnen und -Geographen zu den Anforderungen des Arbeitsmarktes. Frankfurt am Main. (Werkstattberichte aus dem Institut für Humangeographie, KSR36, Heft 9).
- MONHEIM, H. (1998): Ergebnisse und Folgerungen aus einer Absolventenbefragung im Rahmen des Forschungsprogramms „Universität, Stadt und Region“. In: Geoid – Sonderheft 1/98, 29–33.
- NETZ, N. (2012): Studienbezogene Auslandsmobilität und Berufsverbleib von Hochschulabsolvent(inn)en. In: Grotheer, M./Isleib, S./Netz, N./Briedis, K. (Hrsg.): Hochqualifiziert und gefragt. Ergebnisse der zweiten HIS-HF-Absolventenbefragung des Jahrgangs 2005. Hannover. (HIS: Forum Hochschule 14/2012, 259–313).
- Philipps-Universität Marburg* (o.J.): Ergebnisse der Absolventenbefragung 2008. Befragung des Prüfungsjahrgangs 2007. Marburg. Internet: <http://www.uni-marburg.de/studium/qs/absolventenbefragung/ergebnisse/#absolventen> 2010, 4.5.2013.
- REHN, T./BRANDT, G./FABIAN, G./BRIEDIS, K. (2011): Hochschulabschlüsse im Umbruch. Studium und Übergang von Absolventinnen und Absolventen reformierter und traditioneller Studiengänge des Jahrgangs 2009. Hannover (HIS: Forum Hochschule 17/2011).
- ROHLMANN, A./WÖMPENER, A. (2009): Alumni Relationship Management als Erfolgsfaktor im Wettbewerb der Hochschulen. In: Zeitschrift für Betriebswirtschaft, 79, 473–502.
- SCHIERBAUM, T. (2011): Berufsperspektiven von Geographinnen und Geographen. Berlin. (Qualifizierungsarbeit am Lehrstuhl für Angewandte Geographie der HU Berlin).
- SCHOMBURG, H. (2010): Employability and mobility of bachelor graduates in Germany. Berlin. (Vortrag auf der internationalen Konferenz „Employability and Mobility of Bachelor Graduates in Europe EMBAC 2010“, Berlin, 30.9.–1.10.2010).
- SCHRÖDER, J./BRÜDERL, J. (2004): Die Mannheimer Absolventenstudie 2003. Mannheim. Internet: http://www2.vwl.uni-mannheim.de/fileadmin/user_upload/vwl/pdf/Abolventenstudie2003.pdf, 14.3.2013.
- STERNBERG, R./IMHOFF-DANIEL, A./BIELINSKI, J. (2008): Motive der Studienortwahl – Untersuchung im WS 2007/08 im Auftrag des Präsidiums der Leibniz Universität Hannover. Hannover.
- THOMI, W. (2012): Neue Wirtschaftsgeographien? Zum fachwissenschaftlichen Entwicklungs(zu)stand der Wirtschaftsgeographie. In: Zeitschrift für Wirtschaftsgeographie, (56)4, 274–283.
- Universität Münster; Planung, Entwicklung, Controlling* (o.J.): Kurzzusammenfassung erster Ergebnisse der Absolventenbefragung 2010 für das Fach Geographie. Münster. Internet: <http://www.uni-muenster.de/absolventenbefragung/ergebnisse.html>, 14.3.2013.
- Universität Osnabrück, Servicestelle Lehrevaluation* (2011): Ergebnisbericht zur Absolventenbefragung im Prüfungsjahrgang 2009 der Lehreinheit Geographie. Osnabrück. Internet: <http://www.absolvent.uni-osnabrueck.de/index.php/Main/Downloads>, 15.3.2013.
- Wissenschaftsrat* (2012): Prüfungsnoten an Hochschulen im Prüfungsjahr 2010. Bonn.