



JOHANNES KEPLER
UNIVERSITÄT LINZ
Netzwerk für Forschung, Lehre und Praxis

ERWARTUNGEN OBERÖSTERREICHISCHER ARBEITGEBERINNEN
BEZÜGLICH DES QUALIFIKATIONSPROFILS VON ABSOLVENTINNEN
EINES GEISTES- ODER KULTURWISSENSCHAFTLICHEN STUDIUMS AN
DER JOHANNES KEPLER UNIVERSITÄT LINZ

ILSE BORN-LECHLEITNER, STÉPHANE GRAGNIC, OLGA GRUBER, DOROTHEA ZIEGLER

MITARBEIT: KATJA ECKER

ZENTRUM FÜR FACHSPRACHEN UND INTERKULTURELLE KOMMUNIKATION

JOHANNES KEPLER UNIVERSITÄT LINZ

Europas Grenzen verschwinden, die Welt wird zum globalen Dorf, ungezählte Möglichkeiten bieten sich für mobile Arbeitssuchende - sofern sie für geänderte Anforderungen auch ausgebildet sind. In Zeiten des Umbruches sind daher vor allem Bildungsinstitutionen gefordert, Visionen zu entwickeln und herkömmliche Denk-, Bildungs- und Ausbildungsschemata zu hinterfragen.

Die Johannes Kepler Universität hat sich dieser Herausforderung mit der Einführung von neuen Studienrichtungen gestellt. Unter den kürzlich eingeführten Studien ist auch das der Kulturwissenschaft: ein Querschnittfach, das neben Sprachen und interkulturellen Fertigkeiten bei den AbsolventInnen auch Reflexion und kritisches Denken fördern soll.

Eine Universität trägt der Gesellschaft gegenüber die Verantwortung, 'frisches Denken' zu ermöglichen und zukünftige Führungskräfte auszubilden, die nicht 'Mehr von demselben' machen, sondern Neues, Anderes, Innovatives anregen. denn, wie es InterviewpartnerIn 34w ausdrückt: „Wenn ich zwei habe, die dasselbe denken, da[nn] genügt eigentlich einer.“ Die Universität trägt aber auch ihren AbsolventInnen gegenüber die Verantwortung, Ausbildungswege anzubieten, die bei optimaler Ausnutzung einen mühelosen Einstieg in die Arbeitswelt ermöglichen: dieser Verantwortung stellt sich die vorliegende Studie.

Unser Dank gilt der Stadt Linz, die durch eine Wissenschaftsförderung die Bezahlung der Projektassistentin ermöglicht und die Fahrkosten zu den Interviews übernommen hat. Weiters danken wir dem Zentrum für Fachsprachen und interkulturelle Kommunikation, das einen Teil der Arbeitskraft von vier Mitarbeitern zur Verfügung gestellt hat. Die Autoren hoffen, dass ihre Ergebnisse über die Einführung des Faches Kulturwissenschaft hinaus Reflexionsprozesse auslösen werden und für Studierende aller Fakultäten eine Orientierungshilfe bieten.

Ilse Born-Lechleitner

Projektleitung

Vor dem Hintergrund der Einführung der Studienrichtung Kulturwissenschaften an der Johannes Kepler Universität Linz stellt die vorliegende Studie die Frage nach dem Interesse und den Erwartungen des oberösterreichischen Wirtschaftsraumes an AbsolventInnen dieser Fachrichtung. Zur Klärung wurden Experteninterviews mit 40 Personalverantwortlichen von in diesem Wirtschaftsraum tätigen Organisationen durchgeführt.

Die neue Studienrichtung wird von den InterviewpartnerInnen begrüßt, allerdings wird von der Mehrzahl der Personalverantwortlichen eine Zusatzausbildung meist in Wirtschaftswissenschaften beziehungsweise zumindest Grundlagenkenntnisse der BWL gefordert, sollten AbsolventInnen der Kulturwissenschaften eine Anstellung im oberösterreichischen Wirtschaftsraum finden wollen.

Als Pluspunkte der Ausbildung sehen die InterviewpartnerInnen die darin vermittelte Allgemeinbildung und die daraus resultierende Breite der zukünftigen MitarbeiterInnen, ihre erwarteten Fremdsprachenkenntnisse und die daraus resultierenden interkulturellen Kompetenzen.

Bedenken äußerten sie bezüglich mangelnder wirtschaftswissenschaftlicher Grundkenntnisse und der Schwierigkeit, die erworbenen Kompetenzen und Kenntnisse der AbsolventInnen so darzustellen, dass sie für Personalverantwortliche erkennbar sind.

1. EINLEITUNG

1.1 KONTEXT

Auch die „Insel der Seligen“ Österreich kann sich der zunehmenden Globalisierung nicht verschließen: Seit 1995 hat sich das Volumen der österreichischen Außenhandelsströme fast verdreifacht, und zwar von rund € 40 Mrd. im Jahr 1995 auf knapp € 120 Mrd. beziehungsweise 59% des BIP im Jahr 2008 (Statistik Austria, Entwicklung der Außenhandelsströme 1995-2008). Bereits 2006 war jeder zweite österreichische Arbeitsplatz direkt oder indirekt von Exporten abhängig.¹ 2007 lag die Exportquote bei 50% (Schmid 2010: 11), somit steht Österreich innerhalb der EU27 an sechster Stelle, weit vor dem „Exportkaiser“ Deutschland (Schmid 2010: 12). Diese Exporttätigkeit umfasst alle Branchen und Betriebsgrößen der österreichischen Wirtschaft, auch und vor allem Klein- und Mittelbetriebe (Schmid 2010: 12). De facto gibt es also kaum mehr ein Unternehmen in Österreich ohne Außenhandelsbeziehungen. Rund 320.000 MitarbeiterInnen in österreichischen privatwirtschaftlichen Organisationen sind überwiegend, weitere 180.000 fallweise „mit Internationalisierungsagenden beschäftigt“ (Schmid 2010: 53). Zwangsläufig ergibt sich daraus, dass sich auch die Anforderungen an die MitarbeiterInnen dieser Unternehmen verändert haben: Die idealen MitarbeiterInnen in der heutigen Arbeitswelt sind global denkende Menschen mit Fachwissen *und* gut ausgeprägten interkulturellen Kenntnissen, die neben Englisch als globaler Wirtschaftssprache auch die Sprache(n) des Außenhandelspartners sprechen, über die politischen, sozialen und wirtschaftlichen Strukturen des „Partnerlandes“ Bescheid wissen und Interesse für dessen Kultur und Menschen zeigen. Insofern erscheint eine verstärkte Rückbesinnung auf das Humboldtsche Bildungsideal erstrebenswert, welches die Studienfachrichtung mit einer ganzheitlichen Ausbildung kombiniert.

Der oberösterreichische Wirtschaftsraum zeichnet sich durch einen ausgesprochen hohen Anteil an international tätigen Unternehmen aus. Vor diesem Hintergrund ist es für alle am oberösterreichischen Wirtschaftsleben Beteiligten mehr denn je erforderlich, vernetzt denken zu können und ein globales Verständnis für Zusammenhänge zwischen Wirtschaft und soziokulturellen Gegebenheiten anderer Wirtschaftsräume zu entwickeln. Wie schon

¹ Siehe eu.at: Österreichs Wirtschaftssektoren: Außenhandel

Archan und Dornmayr in ihrer Studie zum Fremdsprachenbedarf in österreichischen Unternehmen gleich zu Beginn anmerken, sind Betriebe jeder Größenordnung „zunehmend auf Mitarbeiter angewiesen, deren Kenntnisse über die nationale Unternehmenskultur und die eigene Sprache hinausgehen“ (Archan & Dornmayr 2006: 3).

In der (Aus-)Bildung ebendieser MitarbeiterInnen und Nachwuchskräfte für die oberösterreichischen Unternehmen fällt der Johannes Kepler Universität Linz eine zentrale Rolle zu. Ihr Schwerpunkt liegt derzeit auf Wirtschaft, Rechtswissenschaften, Technik und Naturwissenschaften, wobei die Vermittlung von Fachwissen im Vordergrund steht. Durch die Umstellung auf das dreistufige Bologna-System im tertiären Bildungssektor wurde die Vermittlung von sozialen, fremdsprachlichen und interkulturellen Kompetenzen zumindest in der Grundausbildung des Bachelors gegenüber dem achtsemestrigen Diplomstudium stark reduziert.

AbsolventInnen jedes Studiums sollten jedoch in der Lage sein, etablierte Denkmuster kritisch zu hinterfragen, selbstständig Initiative zu ergreifen, Herausforderungen anzunehmen und kreative Lösungsansätze zu entwickeln, anders gesagt, die soziokulturelle Dimension der Globalisierung zu erfassen, die beruflichen Anforderungen der sich schnell verändernden Welt zu meistern und gesellschaftliche Verantwortung zu übernehmen. Gerade die letztgenannten Eigenschaften kommen in den Studienrichtungen, die sich auf die Vermittlung von Fachwissen konzentrieren, zu kurz, können aber in einem Studium mit geistes- und kulturwissenschaftlichem Schwerpunkt sehr gut vermittelt werden. Durch seinen interdisziplinären Ansatz bietet ein geisteswissenschaftliches Studium den Studierenden die Möglichkeit, ihr im jeweiligen Fachbereich bereits erworbenes Wissen mit weiteren für das Berufsleben notwendigen Schlüsselqualifikationen zu verbinden, die oft nicht fachlicher, sondern allgemeiner Natur sind. Voss (2001) untersucht beispielsweise die Anforderungen der Unternehmen im „Einzugsbereich“ des Passauer Kulturwirt-Studiums – ein gutes Beispiel für die erfolgreiche Verbindung von geistes-, kulturwissenschaftlichen und wirtschaftlichen Inhalten – und erstellt eine Reihung der von Unternehmen geforderten Schlüsselqualifikationen. Dabei überrascht, dass an den ersten fünf Stellen dieser Reihung allgemeine Qualifikationen wie *Teamfähigkeit*, *Kommunikationsfähigkeit*, *Eigeninitiative*, *Selbstmotivation*, und *Flexibilität/Mobilität* stehen. Erst an sechster Stelle finden wir die Qualifikation *unternehmerisches Denken*, gefolgt von *Sprachkenntnissen*, *fachübergreifendem Denken*, *Offenheit für neue Aufgaben* und *PC-Kenntnissen* (siehe auch Reuter 2004:

70f). Die Mehrzahl dieser Qualifikationen kann verstärkt in einem geistes- oder kulturwissenschaftlichen Studium erworben werden. Mit der Einführung des Studiums Kulturwissenschaften im Studienjahr 2010/11 hat die Johannes Kepler Universität ihr Studienangebot um ein geisteswissenschaftlich orientiertes Fach erweitert. Sie bietet nun den Studierenden die Möglichkeit, zusätzliche Kompetenzen zu erwerben, die durch die geänderten Bedingungen des wirtschaftlichen und öffentlichen Lebens ebenso wichtig geworden sind wie fachliche Qualifikationen.

1.2 FORSCHUNGSFRAGE

Begleitend zur Erstellung eines geisteswissenschaftlichen Studienangebotes sollte jedoch geklärt werden,

- ... welches Qualifikations- und Kompetenzprofil Organisationen im öffentlichen und Non-Profit-Bereich und Unternehmen des oberösterreichischen Wirtschaftsraums von AbsolventInnen mit geistes- und kulturwissenschaftlichen Abschluss erwarten ;
- ... ob eine Nachfrage nach diesen AbsolventInnen besteht ;
- ... welche sonstigen Anforderungen und Wünsche in Bezug auf Nachwuchskräfte an die Universität herangetragen werden.

Eine umfassende Klärung dieser Frage ist wichtig, um ein Studienangebot zu erstellen, das einer konkreten Nachfrage entspricht und den Erwartungen der zukünftigen ArbeitgeberInnen an die AbsolventInnen gerecht wird. Dadurch werden die Einstiegschancen dieser jungen AkademikerInnen ins Berufsleben optimiert und darüber hinaus den aktuellen Anforderungen der Wirtschaft und der gemeinwirtschaftlichen und öffentlichen Einrichtungen Rechnung getragen.

Die zentrale Forschungsfrage der gegenständlichen Untersuchung lautet daher:

Welche der für die Wirtschaft relevanten Qualifikationen und Kompetenzen von UniversitätsabsolventInnen sollen im Rahmen eines geistes- und/oder kulturwissenschaftlichen Studiums erworben werden ?

In weiterer Folge wird untersucht, welche geistes- und kulturwissenschaftlichen Studienschwerpunkte für Linz und den oberösterreichischen Wirtschaftsraum in Betracht gezogen werden sollen, und inwiefern Fremdsprachen- und Kulturvermittlung zum Erwerb der von der Wirtschaft erwünschten Qualifikationen und Kompetenzen eines Universitätsabsolventen mit einem geistes- und/oder kulturwissenschaftlichen Studienabschluss beitragen können. Dies erscheint besonders wichtig, da vor allem bei den Bachelor-Studienrichtungen den „Matchingprozessen von 'Qualifikations-Profil' und 'Absolventen-Profil' eine (...) größere Bedeutung zukommt“ (Campbell & Brechelmacher 2007: 99).

Zur Klärung dieser Forschungsfragen führten die AutorInnen dieser Studie von Februar bis Oktober 2009 40 strukturierte Interviews mit Personalverantwortlichen von im oberösterreichischen Wirtschaftsraum tätigen Organisationen und Betrieben aus dem Profit und Non-Profit-Bereich durch. Die Fragenkomplexe reichten von Erfahrungen mit UniversitätsabsolventInnen und Erwartungen an diese, speziell auch, wenn diese einen geistes- oder kulturwissenschaftlichen Abschluss haben, über die entscheidenden Kriterien beim Einstellungsprozess bis hin zum konkreten Fremdsprachenbedarf der jeweiligen Organisation.

Traditionell werden Unternehmensbefragungen eingesetzt, um zu erheben, wie die Qualität eines Studienprogramms und die Qualifikation der AbsolventInnen im öffentlichen Sektor und der Privatwirtschaft wahrgenommen werden. Im gegenwärtigen Projekt wurde diese Art der Umfrage proaktiv eingesetzt, um Erkenntnisse für ein Studienangebot zu gewinnen, das den Erwartungen der zukünftigen ArbeitgeberInnen an die AbsolventInnen Rechnung trägt. Am Zentrum für Fachsprachen und Interkulturelle Kommunikation der Johannes Kepler Universität Linz werden die Ergebnisse auch direkt in die Kursinhalte einfließen.

1.3 METHODIK

Da die befragten Unternehmen wenige Gemeinsamkeiten aufweisen und daher nur bedingt miteinander vergleichbar sind, wurde einer qualitativen Studie mit semi-strukturierten ExpertInneninterviews der Vorzug gegeben, wobei als ExpertInnen Führungskräfte der Personalabteilungen beziehungsweise CEOs definiert wurden (Liste der Interviewpartner siehe Anhang I). Die Interviews wurden mithilfe eines Interviewleitfadens (siehe Anhang

II), meistens von zwei Projektmitgliedern gemeinsam und – mit zwei Ausnahmen – in den Organisationen durchgeführt. Sie wurden mit einem digitalen Aufnahmegerät aufgezeichnet, von der Projektassistentin transkribiert, in einem weiteren Schritt bereinigt, und abschließend durch die Projektassistentin und das Projektteam in MaxQDA kodiert.

Das Prozedere des ExpertInneninterviews erlaubt es, durch die Möglichkeit des Nachfragens mehr in die Tiefe zu gehen. Durch dieses flexible Instrument kommen Themen zur Sprache, die in einem vorgegebenen Fragebogen mit großer Wahrscheinlichkeit nicht erwähnt würden. Als Nachteil erweist sich allerdings, dass während der ca. einstündigen Interviews nicht alle ExpertInnen zu allen Punkten genaue Aussagen getroffen haben.

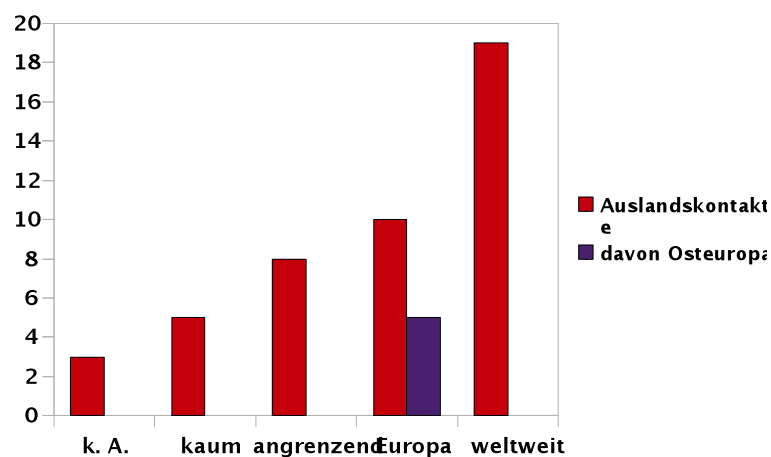
1.4. DIE BEFRAGTEN ORGANISATIONEN

1.4.1 ALLGEMEINE DATEN

Befragt wurden Organisationen jeglicher Ausrichtung, von Kultur- und Medienbetrieben über im Sozialbereich tätigen NGOs, Banken und Versicherungen bis hin zu stark technisch orientierten Produktionsbetrieben, sowie Organisationen verschiedener Größenordnung, vom Ein-Mann-Beratungsunternehmen bis zum „größten privatwirtschaftlichen Dienstgeber in Österreich mit 37.000 Mitarbeitern“ (IP 19w). Weiters wurden auch RepräsentantInnen der Interessensvertretungen interviewt sowie ein Vertreter der Stadt Linz, welche für das vorgesehene Studium der Kulturwissenschaften eine Anschubfinanzierung geleistet und das vorliegende Projekt finanziert hat. Von den 17 befragten wirtschaftlich orientierten Betrieben haben fünf weniger als 500 MitarbeiterInnen, weitere fünf zwischen 500 und 1000 MitarbeiterInnen und sieben einen Mitarbeiterstab von zum Teil deutlich über 1000. Die befragten Banken und Versicherungen weisen einen Personalstand zwischen 1500 und 3000 auf. Im Kultur-, Medien- und Dienstleistungsbereich hingegen wurden die Interviews in kleineren Organisationseinheiten durchgeführt, wobei die einzelnen Organisationen im Bereich Kultur und Medien zwischen 15 und 120, und die Beratungsunternehmen zwischen 12 und 218 MitarbeiterInnen zählen. Die hauptsächlich im sozialen Bereich tätigen Non-Profit-Organisationen haben - mit Ausnahme einer kleinen Organisation mit 25 bis 30 MitarbeiterInnen - im Durchschnitt einen Personalstand von 1800.

Der bereits in der Einleitung erwähnte hohe Internationalisierungsgrad des oberösterreichischen Wirtschaftsraumes zeigt sich auch darin, dass keine der 40 befragten Organisationen angab, überhaupt keine Auslandskontakte zu haben, während nur fünf Unternehmungen zu diesem Thema anmerkten, dass Kontakte zwar immer wieder, aber in geringem Ausmaß vorhanden wären, vor allem mit den Nachbarländern. Drei Viertel aller befragten Organisationen hatten zum Zeitpunkt des Interviews intensive Auslandskontakte, acht davon vor allem ins angrenzende Ausland, zehn in Europa (fünf davon mit Schwerpunkt Osteuropa), und 19 operieren weltweit, entweder durch eigene Niederlassungen in anderen Ländern oder durch eine Handelsvertretung (siehe Abb. 1).

Abb. 1: Auslandskontakte der befragten Organisationen²



1.4.2 AKADEMIKERINNENANTEIL

In den befragten Organisationen ließ sich die AkademikerInnenquote nur schwer ermitteln. Die Angaben, die seitens der Personalverantwortlichen gemacht wurden, waren teils unpräzise, teils aufgeschlüsselt nach operativen Bereichen, so dass branchenspezifische Größenordnungen sich nur bedingt festlegen lassen. In Wirtschaftsbetrieben dürfte die AkademikerInnenquote im Durchschnitt bei 15 bis 20% liegen, wobei dieser Prozentsatz in manchen Bereichen, die nicht direkt mit Produktionsprozessen zu tun haben, etwa Vertrieb,

² Da manche Organisationen unterschiedliche Angaben für Einkauf und Verkauf machten, ergibt sich hier eine Gesamtzahl von 45 Nennungen.

Zentrale, Forschung und Entwicklung beziehungsweise Controlling, deutlich höher ausfällt:

(...) wenn wir heute von unserer Produktion ausgehen, dann ist dieser Anteil bei 1-2%, das sind im Prinzip der Produktionsleiter oder auf dieser Ebene und ansonsten sind zu 98% die Mitarbeiter Leute, die bei uns auch die Lehre gemacht haben. Im Bereich Forschung und Entwicklung ist unser Akademikeranteil deutlich höher, da liegt er in der Größenordnung ein Drittel circa, also um die 30%, im Bereich Finanzen und Controlling ist der Akademikerbereich bei ca. 50%, im Bereich Vertrieb, Marketing, Öffentlichkeitsarbeit liegt der Akademikeranteil bei, ich würde sagen, bei 15, 16, 17%, irgendwo in dieser Größenordnung. (IP 30w)

In Kultur- und Medienbetrieben ist die AkademikerInnenquote höher als in Produktionsbetrieben – z.T. über 80 % (IP 15k). Bei den NGOs im sozialen Bereich konnten keine genauen Angaben gemacht werden, da der Berufsstand der SozialarbeiterInnen durch die Einrichtung von Fachhochschullehrgängen erst kürzlich „akademisiert“ wurde, was die Kategorisierung erschwert. Bei kleineren Organisationen ist der Anteil an AkademikerInnen größer, da in mitarbeiterstarken NGOs sehr viel Pflege- und Betreuungspersonal beschäftigt ist.

2. AUSWERTUNG DER INTERVIEWS

2.0 VORBEMERKUNGEN

Um der Forschungsfrage gerecht zu werden, gliederte sich der Interviewleitfaden in drei große Fragenkomplexe. Anhand der Interviewfragen sollte primär ermittelt werden, welche Qualifikationen AbsolventInnen der Kulturwissenschaften haben sollen, um ihnen nach dem Abschluss einen möglichst glatten Berufseinstieg zu ermöglichen und der oberösterreichischen Wirtschaft einen gut ausgebildeten Nachwuchs auf Führungsebene zuzuführen. Zuerst wurde daher versucht, Erkenntnisse über Erfahrungen mit und Erwartungen an UniversitätsabsolventInnen zu gewinnen und herauszufinden, wie zufrieden Personalverantwortliche mit JungakademikerInnen, insbesondere AbsolventInnen der JKU, sind. Hier wurde auch nach möglichen Mankos der universitären Ausbildung gefragt und danach, wie die UniversitätsabsolventInnen den Erwartungen der Personalverantwortlichen noch besser entsprechen könnten. Nach dieser Erhebung des Ist-Zustandes und einer kurzen Vorstellung des Kulturwissenschafts-Curriculums wurde im Interview erörtert, ob die jeweilige Organisation an solchen AbsolventInnen Interesse hätte beziehungsweise was die Universität diesen AbsolventInnen mitgeben müsste, um ihren Einstieg ins Berufsleben zu optimieren.

Da es für AbsolventInnen der Kulturwissenschaften bei ihrem Eintritt in den Arbeitsmarkt in manchen Branchen schwierig sein könnte, die Hürde der Erstselektion zu überwinden und in die engere Auswahl zu kommen, rankt sich der zweite Fragenkomplex der Interviews um den Einstellungsprozess: Welche formalen und informellen Qualifikationen und Kompetenzen müssten KulturwissenschaftlerInnen in ihrer Ausbildung erwerben, um zu einem Vorstellungsgespräch eingeladen zu werden? Welche „must have“-Qualifikationen muss die Universität ihren AbsolventInnen, speziell jenen der Kulturwissenschaften, mitgeben beziehungsweise welche „nice to have“-Charakteristika sollte ein Studienplan anbieten?

Ein dritter Fragenkomplex zielt darauf ab, den Fremdsprachenbedarf in den befragten Organisationen und ihre Anforderungen hinsichtlich der interkulturellen Fähigkeiten ihrer

zukünftigen MitarbeiterInnen zu erfassen beziehungsweise die Bedeutung von Fremdsprachen bei der Einstellungsentscheidung zu beleuchten.

2.1 ERFAHRUNGEN MIT UNIVERSITÄTSABSOLVENTINNEN

Als Manko bei der universitären Ausbildung wird die stark theoretische Ausbildung empfunden. Die damit verbundene fehlende Praxis kann möglicherweise zur Folge haben, dass AkademikerInnen – vornehmlich Fachhochschul-AbgängerInnen (IP 13w, IP 22d, IP 30w) – einen „verklärte[n] Blick auf die unternehmerische Wirklichkeit“ (IP 2w) werfen beziehungsweise überzogene Vorstellungen von Berufsleben und Gehaltshöhe haben:

(...) für uns die mit Abstand schwierigste Kategorie sind die Fachhochschulabsolventen, die wirklich mit Vorstellungen in das Berufsleben eintreten oder wieder eintreten wollen, die einfach nicht der Realität entsprechen. Da hadern wir sehr oft, weil wir sagen: Wir hätten wirklich Bewerber, die einen superguten Eindruck machen, die supergute Qualifikationen hätten, die aber aufgrund ihrer Vorstellungen, die sie mitbringen, nicht einsetzbar sind, weder zu finanzieren noch zu integrieren. (IP 30w)

Darüber hinaus vermissen einige InterviewpartnerInnen bei den BewerberInnen die Bereitschaft, „über den Tellerrand zu schauen“ (IP 18w). Diese könnte vor allem mit einem absolvierten Auslandsaufenthalt unter Beweis gestellt werden, der auch gleichzeitig wichtige interkulturellen Erfahrungen, „vor allem im asiatischen Raum“ (IP 28w), mit sich bringen würde.

Diesen relativ geringen Mängeln der universitären Ausbildung stehen umfangreiche Erwartungen gegenüber, auf welche 19 InterviewpartnerInnen konkret eingingen. Hier fällt auf, dass zwar die fachliche Kompetenz am häufigsten, nämlich sechsmal, genannt wurde, dass aber bereits an zweiter Stelle dieser Erwartungsliste allgemeine Kompetenzen wie Teamfähigkeit und soziale Kompetenzen sowie *akademische* Fähigkeiten wie „Inhalte erfassen“ (IP 37m), „denken (...) können, also einfach gut mit Problemanalyse [umgehen können]“ (IP 39w), „Zusammenhänge selbstständig erkennen“ (IP 16ngo), „gut [zu] recherchieren“ (IP 3k) und „bereichsübergreifend zu denken und handeln“ (IP 13w) je fünfmal gefordert wurden:

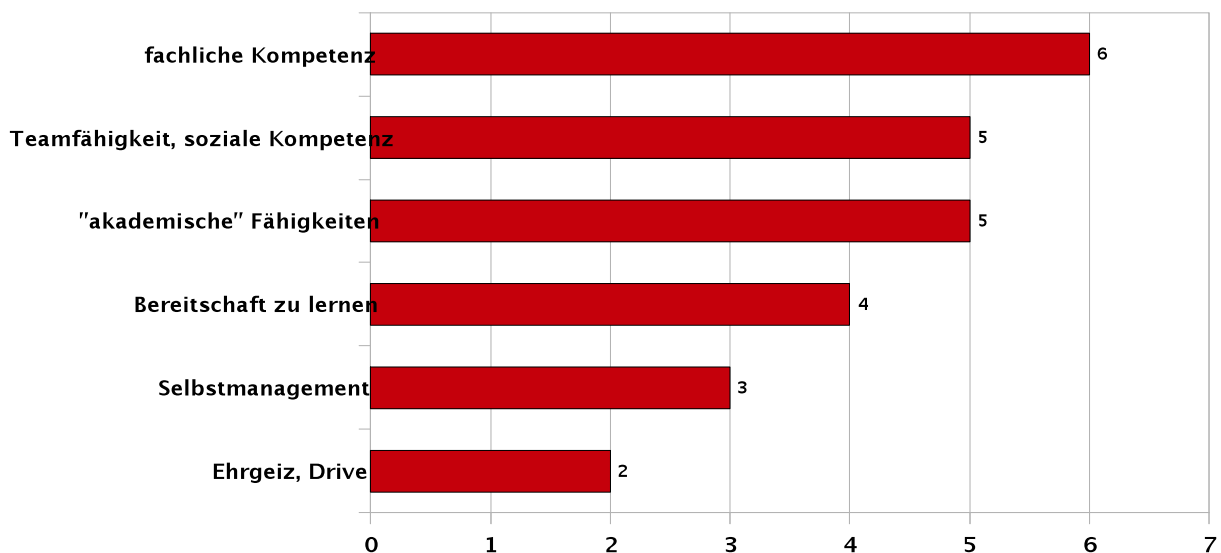
(...) wir brauchen, und man hört ja das natürlich auch aus anderen Bereichen, (...) flexible Leute, (...) die an der Universität gelernt haben korrekt, präzise, inhaltlich genau auch in der Darstellung eine Materie zu erarbeiten. (IP 37m)

Die Bereitschaft, sich weiterzubilden und „flexibel zu lernen“ (IP 30w) wurde dreimal als Erwartung an UniversitätsabsolventInnen angeführt (IP 6w, IP 30w, IP 25bv), durchaus auch im Kontext und Umgang mit anderen Kulturen:

„einfach einmal sensibilisiert sein, das anders Denken, anders Ticken (...) auch (...) mit einbeziehen in dieses [Kultur]Verständnis“ (IP 34w).

Selbstmanagement und ein hoher Grad an Selbstständigkeit wurden ebenfalls dreimal eingefordert. „Leidenschaft“ (IP 3k), „Ehrgeiz und Drive“ (IP 22d) wurden von zwei InterviewpartnerInnen als wichtige Eigenschaften genannt, die sie von AkademikerInnen erwarten.

Abb. 2 Erwartungen an UniversitätsabsolventInnen



Wenn der Wille zur persönlichen Weiterentwicklung gegeben ist, erweist sich jedoch die Theorielastigkeit der universitären Ausbildung durchaus als Vorteil:

F: Würden Sie sagen, dass Akademikern vor allem die Praxis fehlt im Job?

IP: Am Anfang ganz sicher. Später dann, wenn sie bereit sind, das [in die Praxis einzutauchen] zu tun, dann nicht. Dann tut sich der vielleicht auch leichter, die Praxis (...) dazulernen, als umgekehrt. (...) die Theorie zu lernen, die lernt man nachher nicht mehr. (IP 6w)

Trotz dieser relativ hohen Erwartungen an AkademikerInnen betonen zehn InterviewpartnerInnen, dass sie mit UniversitätsabsolventInnen gute, sehr gute beziehungsweise „sehr, sehr gute Erfahrungen“ (IP 25bv) gemacht hätten, und „sehr, sehr zufrieden sind und dass

die Ausgangsbasis immer eine sehr, sehr gute ist, weil die Lernfähigkeit, der Lernwille und die Weiterentwicklungsbereitschaft vorhanden sind]“ (IP 25bv). In vieler Hinsicht scheinen also die Universitäten und Fachhochschulen gute Arbeit zu leisten:

Wenn wir uns unsere Jungen und Nachwuchskräfte anschauen, kommen sie sehr, sehr gut ausgestattet, das muss man schon dazu sagen. Das ewige Gejammer „die Jungen können nichts“ kann ich nicht hören, die sind bestens unterwegs. (IP 31d).

Allerdings betonen 12 InterviewpartnerInnen auch, dass alle UniversitätsabgängerInnen noch „das Spezifische, das Operative“ (IP 4bv) lernen müssen. „Zusammenarbeit mit Netzwerken“ (IP 7ngo), „firmeninterne Abläufe“ (IP 13w), „Unternehmenskulturen, wie wir kommunizieren, nach außen auftreten“ (IP 23w), „Führungsverhalten, (...) den Umgang mit Mitarbeitern“ (IP 35ngo), also das unternehmensspezifische Prozedere, kann nur in der jeweiligen Organisation erfahren werden:

(...) banal ausgedrückt, das sind Rohdiamanten, die irgendwie noch geschliffen werden müssen, und das erfolgt dann in den ersten Jahren in der Praxis in der Privatwirtschaft. (IP 32w)

Allerdings muss auch erwähnt werden, dass einzelne AbsolventInnen die an sie gestellten Erwartungen nicht immer erfüllen. So meint etwa InterviewpartnerIn 4bv, auf die Erwartung eines hohen Grades an Selbständigkeit hin angesprochen, dass dieser manchmal fehle. InterviewpartnerIn 22d, viel mit der Rekrutierung von TechnikerInnen befasst, bemerkt, dass „die soziale Kompetenz (...) bei manchen sehr in den Hintergrund getreten [ist]“. Weiters wurde auch angemerkt, dass „die Bereitschaft zu persönlicher Weiterentwicklung, Bereitschaft zum Lernen“ extrem fehle (IP 30w). Außerdem wurde die mangelnde Flexibilität von JungakademikerInnen ebenso kritisiert (IP 37m) wie ein gewisser Mangel an „persönlichen Kompetenzen“ (IP 36w).

Zu denken gibt die Bemerkung von InterviewpartnerIn 2w, dass es in seinem/ihrem Unternehmen AkademikerInnen gäbe, die „wirklich artikulationsunfähig“ seien – eine Äußerung, die auch die Bedeutung von Allgemeinbildung unterstreicht. Diese ist überall dort wichtig, wo „es über fachspezifische Themen hinausgeht“ (IP 4bv) beziehungsweise „allgemeine Lebensthemen“ (IP 1w) ins Spiel kommen, und ist für vier Organisationen – zwei davon im Bank- und Versicherungswesen tätig – ein Kriterium beim Einstellungsge-

sprach,³ denn „Leute, die sich nicht für alles interessieren und die nicht allen Neuigkeiten [gegenüber] aufgeschlossen sind, werden zu den Verlierern zählen“ (IP 31w).

Ein ähnliches Argument, welches die Rolle von Allgemeinbildung unterstreicht, wurde auch von InterviewpartnerIn 6w gebracht:

(...) wenn die [jungen Leute] möglichst breite Informationen haben von verschiedenen Bereichen, dann ist denen damit sicher ein guter Dienst erwiesen (...), weil sie wissen ja nicht, wie die Anforderungen der Zukunft sein werden und sie müssen sehr flexibel reagieren, (...) darum [ist] eine Querschnittausbildung (...) sicher zu unterstützen und auch sinnvoll. (IP 6w)

Für alle 17 InterviewpartnerInnen, die sich zu diesem Thema äußerten, ist Allgemeinbildung sehr wichtig, vor allem im Kundenkontakt⁴ und in Führungspositionen: „je höher in der Hierarchie positioniert oder je höher in der Breitenwirkung positioniert, desto wesentlicher ist es, dass man eine Allgemeinbildung mitbringt“ (IP 39w).

Zumindest ein „gewisses Maß“ an Allgemeinbildung bringen AkademikerInnen „in der Regel mit“ (IP 28w). Sieben der befragten Organisationen⁵ gaben zu Protokoll, dass die Allgemeinbildung von UniversitätsabsolventInnen „eigentlich gut“ (IP 10d) sei beziehungsweise dass sie diesbezüglich zumindest „keine negativen Erfahrungen“ (IP 7ngo) gemacht hätten. Andererseits empfinden sechs Organisationen diese Allgemeinbildung als „schlecht (...) sehr schlecht“ (IP 26w).⁶ Hier fällt auf, dass von diesen sechs Organisationen drei hauptsächlich mit AbsolventInnen von technischen Studienrichtungen zu tun haben und das Fehlen von Allgemeinbildung bei TechnikerInnen auch explizit kritisieren (IP 11w, IP 22d, IP 26w).

IP 27bv bringt sogar die sich während der Durchführungsphase des Projektes entwickelnde Finanzkrise in direkten Zusammenhang mit fehlender Allgemeinbildung:

F: Wie wichtig ist (...) diese Allgemeinbildung für Akademiker?

IP: schon sehr wichtig (...) schon sehr wichtig (...), weil wenn jemand heute Kommerzkundenbetreuer ist, der fährt ja raus und muss mit dem ein Geschäft machen, der muss vertrauensbildende Maßnahmen setzen, und wie kommt man mit jemandem ins Gespräch, wie entsteht eine soziale Wärme zwischen zwei Leuten, dass der Finanz-

³ IP 4bv, IP 25bv, IP 29w, IP 31w.

⁴ IP 2w, IP 4bv, IP10d, IP 11w, IP13w, IP 22d, IP 23w, IP 25bv, IP 27bv, IP 28w.

⁵ IP 1w, IP 7ngo, IP 10d, IP 21k, IP 28w, IP 32w, IP 33w.

⁶ IP 11w, IP 22d, IP 26w, IP27bv.

chef eines großen Unternehmens mir sein Geld anvertraut (...) oder auch eine Privatperson, (...) und jetzt gerade in letzter Zeit sieht man ja was für Idioten da herumgelaufen sind (...) die Zinsen mit langem i schreiben und bei irgendwelchen dubiosen Beratungsunternehmen arbeiten. [Im] Normalfall und wenn alles gut geht, läuft es ja, nur wenn die Wirtschaft schlecht wird, (...) da ist Vertrauen, also Auftreten, dass mir wirklich jemand das Geld anvertraut, wichtig. (IP27bv)

Es zeigt sich also, dass der oberösterreichische Wirtschaftsraum große Erwartungen an UniversitätsabsolventInnen stellt, nicht nur in fachlicher Hinsicht, sondern auch, was ihre persönlichen, sozialen und allgemeinen 'akademischen' Fertigkeiten und Fähigkeiten betrifft. Diese Erwartungen werden im Großen und Ganzen erfüllt. Dennoch orten InterviewpartnerInnen im Einzelfall Mängel, wie z.B. fehlende soziale Kompetenz, fehlende Flexibilität und keine oder nur geringe Bereitschaft zur fachlichen und persönlichen Weiterbildung. Großer Wert wird auch auf eine solide Allgemeinbildung gelegt, da diese es ermöglicht, dass „ich auch Dinge, die ich noch nie gehört habe, irgendwie einordnen kann“ (IP 29w), denn

(...) das, was vielleicht noch vor einem Jahr Gültigkeit hatte, gilt halt nicht mehr, und man muss sich wieder neu orientieren. Da ist es sehr vorteilhaft, wenn man eine gewisse Allgemeinbildung mitbringt – genauso wie Kritikfähigkeit und [die Fähigkeit, sich eine] eigene Meinung zu bilden, ohne dabei überheblich zu werden – das sind Qualifikationen, die wir gerne hätten. (IP 29w).

Das derzeitige Curriculum des kulturwissenschaftlichen Bachelorstudiums würde die bei der Befragung genannten Erwartungen seitens des oberösterreichischen Wirtschaftsraumes, nämlich soziale, persönliche und 'akademische' Kompetenzen und Allgemeinbildung, erfüllen. AbsolventInnen dieser Studienrichtung hätten also gute Chancen, in die Führungsebenen oberösterreichischer Organisationen aufzusteigen und dort zu reüssieren. Allerdings ergibt sich aus den Antworten zum nächsten Fragenkreis die Erkenntnis, dass sie diese Chance zu Beginn ihrer Berufslaufbahn nur bekommen werden, wenn sie zusätzlich noch eine fachliche (sprich: wirtschaftswissenschaftliche oder technische) Qualifikation vorweisen können.

3 KULTURWISSENSCHAFTEN AUS DER SICHT DES OBERÖSTERREICHISCHEN WIRTSCHAFTSRAUMES

3.0 VORBEMERKUNGEN

In der Vorbereitungsphase des Projektes und während der ersten Interviews wurde seitens der Studienkommission Kulturwissenschaften das Curriculum für dieses Studium ausgearbeitet. Das „Profil“ von AbsolventInnen dieser Studienrichtung war zur Zeit der ersten Interviews noch nicht klar definiert. Während der ersten Vorbereitungen und der ersten Befragungen (im Februar 2009) war von einem Studium der KulturWIRTSCHAFT (nach Vorbild der Universität Passau) die Rede. Im Laufe des Sommersemesters 2009 wurde der Name der Studienrichtung und das damit verbundene Curriculum mit KulturWISSENSCHAFTEN festgelegt.

Neben einer Spezialisierung auf entweder Philosophie, Geschichte oder Literaturwissenschaft sieht der Studienplan drei zur Wahl stehende Schwerpunkte vor, nämlich (1) *Management und Kultur*, (2) *Kulturwissenschaften und Sprachen* und (3) *interdisziplinäre Kulturwissenschaften*. Dabei wird nur im Studienschwerpunkt *Management und Kultur* wirtschaftswissenschaftliches Grundlagenwissen vermittelt. In den anderen Studienschwerpunkten können Grundlagen der BWL nun nur im Rahmen der freien Studienleistungen (früher: Freifächer) erworben werden.

Eine der wichtigsten Erkenntnisse dieser Befragung, die im Folgenden ausführlich behandelt wird, ist allerdings, dass ohne Grundlagenwissen der BWL Bewerbungen von AbsolventInnen der Kulturwissenschaften in Organisationen im oberösterreichischen Wirtschaftsraum wenig Beachtung finden würden. Laut Aussagen der InterviewpartnerInnen kämen sie wahrscheinlich nicht in die engere Auswahl und hätten auch nicht die Möglichkeit, in einem persönlichen Vorstellungsgespräch ihr Studium näher vorzustellen sowie ihre zukünftigen ArbeitgeberInnen persönlich von ihren Qualifikationen und Kompetenzen zu überzeugen. Die Chancen auf einen glatten Berufseinstieg werden daher dem Geschick und dem Weitblick der StudienanfängerInnen überlassen, die sich die notwendigen Qualifikationen wahrscheinlich nur aneignen, wenn sie entsprechend gut beraten werden.

3.1 DERZEITIGE EINSATZGEBIETE VON ABSOLVENTINNEN DER GEISTESWISSENSCHAFTEN IM OBERÖSTERREICHISCHEN WIRTSCHAFTSRAUM

Derzeit finden sich in Wirtschaftsbetrieben nur wenige AkademikerInnen, die keinen wirtschaftswissenschaftlichen, technischen oder juristischen Abschluss haben. Hier werden vor allem AbsolventInnen der Psychologie, Sozialwirtschaft, Soziologie oder Wirtschaftspädagogik genannt. Am ehesten stehen geisteswissenschaftliche 'Exoten' im Bereich Öffentlichkeitsarbeit, Kommunikation und Marketing im Einsatz. So findet sich z. B. in der Organisation von IP 23w „eine Dame in Marketing, die Sprachen studiert hat“ (IP 23w). Vereinzelt beschäftigen wirtschaftlich orientierte Organisationen bereits jetzt MitarbeiterInnen mit kulturspezifischer Ausbildung: „wir haben sogar einen, der irgendein Kultursegment studiert hat – wir suchen Leute, die *open-minded* kommen.“ (IP 30w).

Etwas mehr AbsolventInnen von geisteswissenschaftlichen Studien arbeiten in Organisationen, die sich mit Dienstleistungen beschäftigen (Beratungsfirmen, Banken, Versicherungen). Dort finden wir z.B. auch „einen Germanisten, der (...) im Recruiting tätig [ist]“ (IP 22d), wobei in den Interviews allerdings betont wird, dass so etwas „eine Ausnahme“ (IP 27bv) sei – solche Ausnahmen entstünden oft durch „irgendwelches Networking“ (IP 4bv). Ein anderer Interviewpartner bestätigt, dass seine Organisation auch „Pädagogen, (...) [AbsolventInnen der] Politik- und Kommunikationswissenschaften, (...) Sportwissenschaften in nicht klassisch zahlenorientierten Bereichen“ aufnehme, dies sei „jetzt aber nicht die große Masse“ (IP 25bv).

Im NGO-Bereich besteht ein größerer Bedarf an PsychologInnen und AbsolventInnen der Fachhochschulen für Sozialarbeit, und somit gibt es auch eine Nachfrage nach 'klassischen' AbsolventInnen der Geisteswissenschaften, „da gehe ich jede Wette ein, dass wir eine ganze Reihe haben“ (IP 38ngo). Die größte Zahl an geisteswissenschaftlichen AbsolventInnen findet sich allerdings im Kultur- und Medienbereich, in dem „außer BWL noch [Absolventinnen der] Publizistik und Kommunikationswissenschaften“ (IP 12k) tätig sind. Weiters beschäftigt dieser Bereich „KunsthistorikerInnen mit Zusatzausbildung Kulturmanagement“ (IP 21k), AbsolventInnen der Germanistik (IP 3k, IP 37m) oder „hauptsächliche Geisteswissenschaftler in der Kommunikation und im Programmbereich“ (IP 14k).

Abschließend darf festgehalten werden, dass der oberösterreichische Wirtschaftsraum schon jetzt für AbsolventInnen von geisteswissenschaftlichen Studien offen ist, wenn auch in einem viel geringeren Ausmaß als für AbsolventInnen der wirtschaftswissenschaftlichen, juristischen und technischen Studienrichtungen. Österreichweit scheint sich eine deutliche Öffnung der Privatwirtschaft gegenüber AbsolventInnen von geistes- und kulturwissenschaftlichen Studien abzuzeichnen (siehe Schmid 2010: 117), da fast die Hälfte der international ausgerichteten Unternehmen AbsolventInnen aus diesem Bereich rekrutiert. Diese Zahl deutet auf den hohen Stellenwert von Fremdsprachen im internationalen Geschäftsleben hin.

3.2 SIND ABSOLVENTINNEN DER KULTURWISSENSCHAFTEN FÜR DEN OBERÖSTERREICHISCHEN WIRTSCHAFTSRAUM INTERESSANT?

Fünf der befragten Organisationen geben an, das Profil von Kulturwissenschafts-AbsolventInnen nicht interessant zu finden. Eine Organisation begründet ihre Ablehnung damit, dass sie nur im deutschsprachigen Raum agiere und daher keine KulturspezialistInnen unter ihren (zahlenmäßig ohnehin geringen) AkademikerInnen benötige. Zwei weitere Firmen betonten, sie wären stark technisch orientiert, und technisches Fachwissen wäre auch im Vertrieb wichtiger als Wissen über Kulturen und Kulturräume (IP 32w); überhaupt dächten GeisteswissenschaftlerInnen anders als TechnikerInnen:

(...) ein Akademiker, der Geisteswissenschaften oder was studiert hat, der tut sich wahrscheinlich schwer. Weil der studiert ja deswegen Geisteswissenschaften, weil er eigentlich ein anderes Denkschema hat (...) als ein Techniker. Das sind ja grundverschiedene Typen. (IP 1w)

Das Argument, AbsolventInnen der Geisteswissenschaften hätten „ein ganz anderes *thinking*“ (IP 20w), wird auch von einem/einer weiteren InterviewpartnerIn verwendet, der/die allerdings meint, im Bereich Marketing und Werbung oder Marktentwicklung wären AbsolventInnen der Kulturwissenschaften in Kombination mit einem Marketingstudium oder dem Exportlehrgang gut vorstellbar.

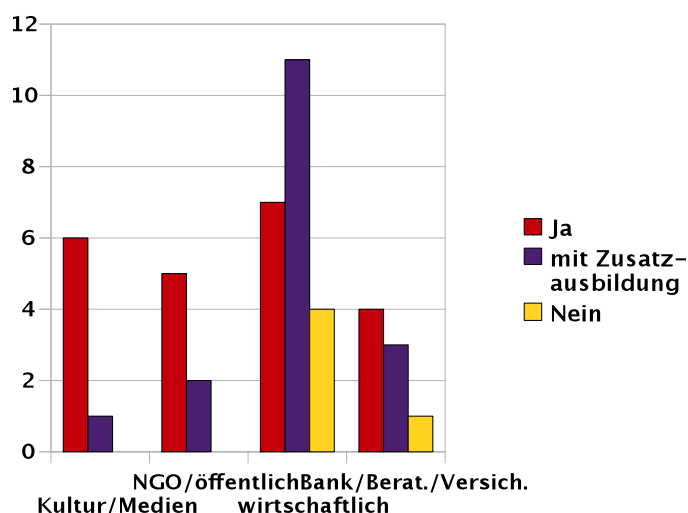
Dies ist auch die vorherrschende Meinung jener 35 anderen InterviewpartnerInnen, die sich AbsolventInnen der Kulturwissenschaften als MitarbeiterInnen durchaus vorstellen können. Vier InterviewpartnerInnen schränken allerdings ihre Zustimmung dahingehend ein,

dass sie für diese Absolventinnen in ihrer Organisation nicht „massenhaft Chancen“ (IP 24ö, siehe auch 4w, 7ngo, 23d) sehen. Auch betonen elf dieser GesprächspartnerInnen, das Studium wäre nur „mit BWL Grundausbildung“ (IP 5w) oder „als Zusatz zu einem wirklichen [sic!] Studium“ (IP 24ö) oder zumindest „mit Vorwissen /Interesse Richtung Industrie“ (IP 34w) interessant. Drei InterviewpartnerInnen meinen sogar, dass AbsolventInnen der 'reinen Kulturwissenschaften' beziehungsweise der 'reinen Geisteswissenschaften' nicht gefragt wären:

(...) wenn man nur in schwarz und weiß denkt und sagt: es ist jemand, der wirklich rein geisteswissenschaftlich ausgebildet ist und auch nur so tickt – also bewusst in Kästchen gedacht – muss ich sagen: nein. Wenn jemand mit diesem Profil kommt, also grenzübergreifend zu denken, Mauern einzureißen, Netzwerke zu bilden, aber nicht in einer geisteswissenschaftlichen Sphäre lebt, sondern auch einen direkten Bezug zur Realwirtschaft hat und auch überzeugen kann, da muss ich sagen: Ja, 100% ja. (IP 30w)

Wie aus Abb. 3 ersichtlich ist, stehen Organisationen aus dem Kultur- und Medienbereich AbsolventInnen der neuen Studienrichtung aufgeschlossen gegenüber, während InterviewpartnerInnen aus wirtschaftlich orientierten Organisationen die meisten Vorbehalte äußern, am häufigsten eine Zusatzausbildung einfordern oder das AbsolventInnenprofil nicht interessant finden.⁷

Abb. 3 Finden Sie das Profil von AbsolventInnen der Kulturwissenschaften interessant?



⁷ Da auch hier wieder Doppelaussagen getroffen wurden, ist die Gesamtzahl größer als 40.

Qualifikationen, die AbsolventInnen der Kulturwissenschaften für die Organisation interessant machen, sind laut Meinung der InterviewpartnerInnen die Vielfalt, die ein solches Studium mit sich bringt (IP 18w), die Tatsache, dass diese AbsolventInnen „breiter aufgestellt“ (IP 28w) sind, mehr Allgemeinbildung mitbrächten (IP 25bv, IP 11w) und bereit wären, das erwartete Wissen über „verschiedene Kulturen und Nationen“ (IP 13w) auch einzusetzen und anzuwenden, z.B. durch die Bereitschaft, für einen längeren Zeitraum ins Ausland zu gehen (IP 6w, IP 8ö).

Als mögliche Einsatzbereiche für Kulturwissenschaftler werden von allen InterviewpartnerInnen vor allem Marketing⁸, Vertrieb⁹ sowie Öffentlichkeitsarbeit und Kommunikation¹⁰ wie auch der Personalbereich (Verwaltung, Management, Entwicklung)¹¹ genannt. Kulturbetriebe nehmen insofern eine Sonderstellung ein, als es ohnehin „keinen Kulturbetrieb [gibt] ohne gut ausgebildete Menschen, die nicht Künstler sind“ (IP 3k).

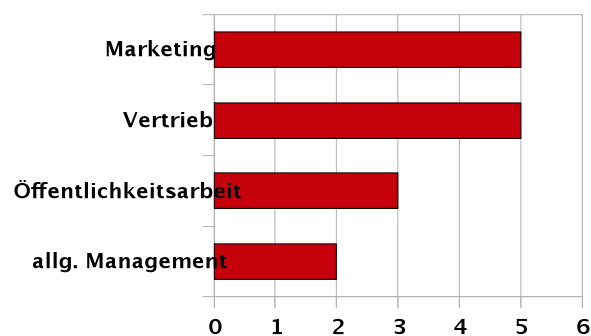


Abb. 4 Mögliche Einsatzgebiete für AbsolventInnen der Kulturwissenschaften

Angesichts der vorhin erwähnten Betonung der wirtschaftswissenschaftlichen Qualifikation überrascht es nicht, dass 27 der 40 InterviewpartnerInnen bezüglich möglicher Verbesserungen des Studienplans eine zusätzliche fachliche Qualifikation der Studierenden einfordern. Drei InterviewpartnerInnen äußerten, dass das Curriculum etwas enthalten sollte, das „eine inhaltliche Gleichwertigkeit [zur BWL]“ (IP 17d) darstellt, denn „irgendwo braucht es auch Dinge, die ein Anker sind oder ein erster Ansatz für instrumentelles Wer-

⁸ IP 1w, IP 21k, IP 23w, IP 25bv, IP 30w.

⁹ IP 5w, IP 11w, IP 20w, IP 26w, IP 28w.

¹⁰ IP 16ngo, IP 25bv, IP 30w.

¹¹ IP 24ö, IP 30w.

ken“ (IP 9ö). Kulturwissenschaft sei eine „Erweiterung der Perspektiven, aber diese Erweiterung selbst ohne einen Fokus auf ein bestimmtes Feld, wird wenig Anwendungsfelder finden“ (IP 15k). Die anderen 24 Organisationen¹² fordern dezidiert eine wirtschaftswissenschaftliche und/oder technische Fachrichtung ein, oder zumindest die bereits oben erwähnten wirtschaftswissenschaftlichen Grundlagen:

Das [ist] was anderes, wenn das wer als Zweitstudium zu einem Mechatronikstudium oder zu einem Wirtschaftswissenschaftenstudium macht, aber wenn man das als alleiniges Studium macht und gar nichts Kaufmännisches drinnen hat, dann wird es schwierig werden am Arbeitsmarkt (IP26wb).

Die Grundlagen, die hier vor allem von wirtschaftsorientierten Betrieben eingefordert werden, müssen nicht unbedingt sehr in die Tiefe gehen:

Insofern also genügt es aus meiner Sicht, wenn eine Basis da ist, also von nicht so tiefgehendem betriebswirtschaftlichen Know-how, aber es müssen die Begriffe als solche (...) klar und bekannt sein [denn] der Bewerber muss [sich] mit dem Personalisten oder mit dem Abteilungsleiter in dessen Vokabular unterhalten können, das ist schon die Grundvoraussetzung. (IP8ö).

Daher würden laut InterviewpartnerIn 26wb die allgemeinen BWL-Grundkurse des WIWI-Diplomstudiums vollkommen ausreichen. Grundsätzlich, so InterviewpartnerIn 34w, würden sich wahrscheinlich ohnehin nur AbsolventInnen der Kulturwissenschaften in wirtschaftsorientierten Bereichen bewerben, die ein betriebswirtschaftliches Vorwissen in irgendeiner Form bereits erworben haben:

Die Frage ist dann aus meiner Sicht immer, wo kommt der Absolvent her? Kommt der von einer HTL, kommt der von einer HAK, kommt der von einer AHS? Hat er es schon ein bisschen drinnen? (...) Aber ich denke mir, Leute, die das Studium haben, aber trotzdem interessiert sind, auch in Industrien Fuß zu fassen, haben schon irgendein gewisses Vorwissen oder zeigen mindestens ein Interesse und das ist auch etwas, was man dann abklopfen kann. (IP 34w)

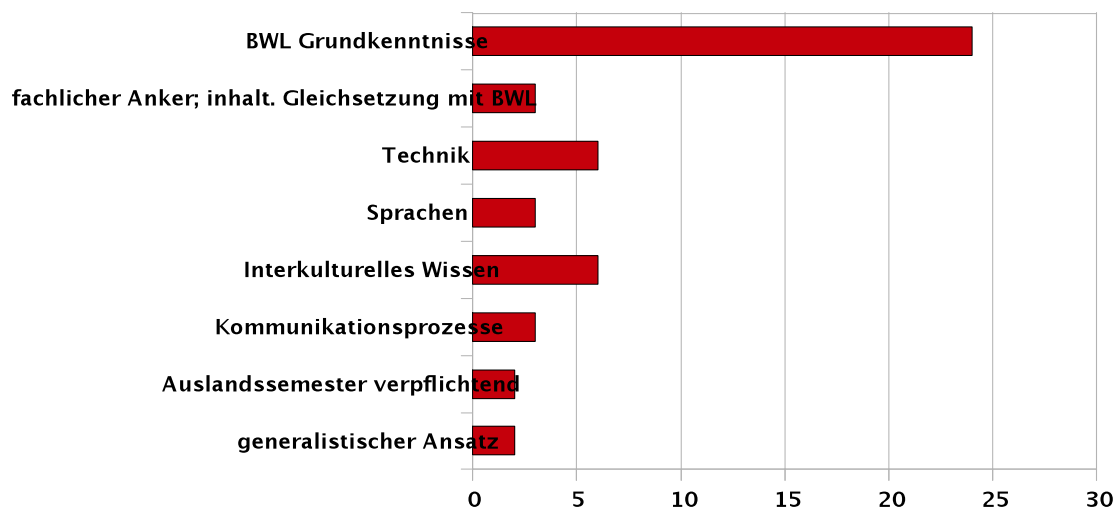
Weitere Ergänzungen des Curriculums wurden in weitaus geringerem Ausmaß eingefordert: So wünschen sich IP 3k, IP 4bv und IP 24ö theoretisches Wissen über Kommunikationsprozesse. IP 5w, IP 17d, IP 18w, IP 24ö, IP 30w, IP 31d und IP 38ngo betonen die Wichtigkeit, über Kulturkreise Bescheid zu wissen, und IP 17d, IP 29w und IP 33w fordern eine stärkere Vermittlung der Sprachen, vor allem der Ostsprachen, ein. Zumindest

¹² IP 4av, IP 4bv, IP 5w, IP 6w, IP8ö, IP 11w, IP 12k, IP 13w, IP 18w, IP 20w, IP 22d, IP 23w, IP 26w, IP 27bv, IP 28w, IP 29w, IP 32w, IP 33w, IP 34w, IP 35ngo, IP 36w, IP 37m, IP 38ngo, IP 39w.

ein verpflichtendes Auslandssemester, das den AbsolventInnen die nötige Auslandserfahrung vermittelt, wird von IP 8ö und IP 17d in das Curriculum reklamiert. Für IP 10d und IP 14k ist sogar der generalistische Ansatz des geplanten Studiums das Wesentliche:

Das generalistische, universalistische Verständnis liegt mir nahe. Hier würde ich mir immer wünschen, dass jemand was mitbringt, wo Management ein Zusatz ist, aber der Kern von Kulturwissenschaft ist eben Kultur und die Wissenschaft von Kultur. (14k)

Abb. 5 Mit welchen Inhalten soll das Curriculum der Kulturwissenschaften ergänzt



werden?

Von den vier befragten Non-Profit-Organisationen fordern zwei BWL-Grundkenntnisse ein (IP 35ngo, IP 38ngo)¹³; von den befragten Kulturbetrieben kommen kaum Ergänzungsvorschläge. Dort scheint das AbsolventInnenprofil am ehesten bekannt zu sein:

Wenn jemand kommt und sagt: ich habe Kulturwissenschaft studiert, dann bringe ich dem sicher eine Art von Aufmerksamkeit entgegen wo ich denke, das ist *per se* ein allgemeinerer Ansatz als jetzt Kunstwissenschaften oder so, und das passt mir. (IP 14ak)

Ohne Ergänzungen wie etwa Grundkenntnisse in Recht und Wirtschaft (IP 3k) sind KulturwissenschaftlerInnen aber auch in Kulturbetrieben nur in zeitlich begrenzten Projekten oder in der Kulturvermittlung einsetzbar:

¹³ Die zwei anderen NGOs äußerten sich nicht konkret zu diesem Punkt, zumindest eine davon stellt aber regelmäßig AbsolventInnen der Betriebs- oder Sozialwirtschaft ein.

Wir arbeiten ja in dem Bereich mit einem externen Team zusammen: Die sind komplett gemischt – Künstler, Lehrer, Studenten – und machen die Umsetzung. Wir haben aber auch [eine] Fixbeschäftigte, die sozusagen die ganze Gruppe koordiniert, viele administrative Dinge macht aber auch irgendwie so konzeptionell ein bisschen die Linie versucht vorzugeben beziehungsweise Projekte vergibt: Für die Position könnte ich mir ein Studium [wie Kulturwissenschaften] schon als gute Voraussetzung vorstellen. (IP 21k)

Zumindest in dem Bereich, der durch Interviews abgedeckt wurde, ist allerdings nur ein sehr geringer Pool an fixen Anstellungen vorhanden: „Schließlich sind die Institutionen [in Linz] halt doch sehr beschränkt“ (IP 21k).

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass potentielle ArbeitgeberInnen durchaus an AbsolventInnen der Kulturwissenschaften interessiert sind. Jedoch besteht dieses Interesse nur dann, wenn sie betriebswirtschaftliche Grundlagen mitbringen, sei es, dass sie diese außerhalb des Studiums erwerben, in der Schule gelernt haben oder sich über die im Studium vorgesehenen freien Wahlfächer aneignen konnten. Ohne wirtschaftliches oder technisches Fachwissen „ist die Chance, vom Unternehmen angestellt zu werden, minimiert (...)“ (IP 17d). Eine weitere Herausforderung für jede/n AbsolventIn dieses Studiums wird auch sein, bereits in den Bewerbungsunterlagen sichtbar zu machen, wie die erworbenen Kompetenzen „wirtschaftlich nutzbar“ (IP 5w) sind.

Bei der Auswahl der im Rahmen der vorliegenden Studie befragten Unternehmen beziehungsweise Organisationen wurde ein besonderes Augenmerk auf Vielfalt gelegt. Befragt wurden daher sowohl NGOs als auch Dienstleistungsunternehmen, aber auch Industrie- und Medienbetriebe. Die von den InterviewpartnerInnen getroffenen Aussagen zum Thema Personaleinstellung gelten zumeist nur für die jeweilige, spezifische Institution. Darüber hinaus wurde nicht immer explizit präzisiert, ob sich diese Aussagen auf alle oder nur auf akademische MitarbeiterInnen beziehen, was insofern problematisch ist, als das Einstellungsprozedere für diese beiden Kategorien gegebenenfalls gravierende Unterschiede aufweisen kann.

Immer wieder weisen InterviewpartnerInnen nachdrücklich darauf hin, dass das Rekrutieren von adäquatem Personal eine große Herausforderung darstellt – und eigentlich oft „Glückssache“ ist (IP 14k). Auf diesem Gebiet seien viele Entscheidungen „irrational“ (IP 38ngo): Rekrutieren neuer Mitarbeiter sei „nach wie vor eine Bauchgeschichte“ (IP 19wa, siehe auch IP 33w, IP 20w). Solche Entscheidungen „evidenzbasiert [zu] treffen“ beziehungsweise zu „verobjektivieren“ (IP 38w) sei unmöglich, auch wenn es diesbezüglich sehr wohl Bemühungen gibt – in zumindest zwei befragten Organisation richtet sich das Einstellungsverfahren nach dem dort gültigen Objektivierungsgesetz (IP 21k, IP 24ö).

Ebenso freimütig geben die InterviewpartnerInnen eine gewisse 'Konzeptlosigkeit' bei der Einstellung von Personal zu: „Rekrutiert wird nach einem Prozess, den wir nicht festgeschrieben haben“ (IP 10d). Oft fehlen klare, nachvollziehbare und allgemeingültige Richtlinien. Auch wenn ein Rahmenprozedere vorgeschrieben ist, bietet dieses einen gewissen Spielraum: "Wie wir die Gespräche führen und welche Anforderungen wir stellen, das [wird] von uns festgelegt und ist (...) sehr unterschiedlich" (IP 21k). Vielfach variiert die Vorgehensweise von Fall zu Fall (IP 31d). Nicht zuletzt deswegen ist es umso wichtiger, dass vorher schon das Profil der erforderlichen Kompetenzen definiert worden ist (IP 13w, IP 39w).

Vor dem Hintergrund der Komplexität ihrer Aufgabe und im Sinne einer gewissen „Transparenz“ (IP 8ö) nehmen Organisationen gerne die Dienste externer PersonalberaterInnen in Anspruch. Andere behelfen sich mit eigenen Kriterien, die sie fallweise anwenden: „Eine Bewerbung an sich ist so ein Mosaik, wo man verschiedene Kriterien hat, verschiedene Bausteine: Nach und nach setzt sich ein Bild zusammen“ (IP 13w), oder, wie ein/e andere/r GesprächspartnerIn erklärt, „es muss schon das Gesamtbild passen“ (IP 23w). Um dieses zu ermitteln, eigne sich kein vordefiniertes Prozedere: „Das ist wirklich von Job zu Job unterschiedlich, wie viel Energie wir bei der Auswahl hineinsetzen und wie speziell der Job ist.“ (IP 27bv).

So wie die Einstellung von Personal in den befragten Unternehmen nicht einem strengen, vordefinierten Muster folgt, sind auch die im Zuge des Einstellungsprozesses eingeschalteten Medien beziehungsweise Personalvermittlungsagenturen von Fall zu Fall unterschiedlich.

Drei InterviewpartnerInnen weisen ausdrücklich darauf hin, dass sie die Stellen zunächst betriebsintern ausschreiben (IP 7ngo, IP 13w, IP 38ngo), auch „(...) weil ich internes Wissen und internes Wechseln und Rotationen unterstützen will“ (IP 38ngo).¹⁴ Darüber hinaus verweisen sechs befragte Personalverantwortliche unaufgefordert auf die „Blindbewerbungen“, die bei Personalentscheidungen berücksichtigt werden.¹⁵

Bei der Auswahl der Printmedien, in denen ihre Anzeigen erscheinen, zeigen sich die Befragten pragmatisch. Die *Oberösterreichischen Nachrichten* mit 11 Nennungen werden eindeutig bevorzugt. Diese Tageszeitung würde, so IP 22, einen "gewissen Stellenwert" in Oberösterreich genießen.¹⁶

Wie aus Abb. 6 hervorgeht, spielt neben den klassischen Printmedien das Internet eine große Rolle: Onlineplattformen und sonstige Internet-Jobbörsen werden insgesamt elfmal

¹⁴ Diese Aussagen wurden 'spontan' getroffen, also ohne direkte Bezugnahme auf eine entsprechende, gezielte Frage. Man kann daher nicht ausschließen, dass auch in den anderen befragten Firmen diese Möglichkeit der internen (Nach-)Besetzung einer Stelle systematisch angewendet wird.

¹⁵ IP 2w, IP 5w, IP 7ngo, IP 14k, IP 15k, IP 26w.

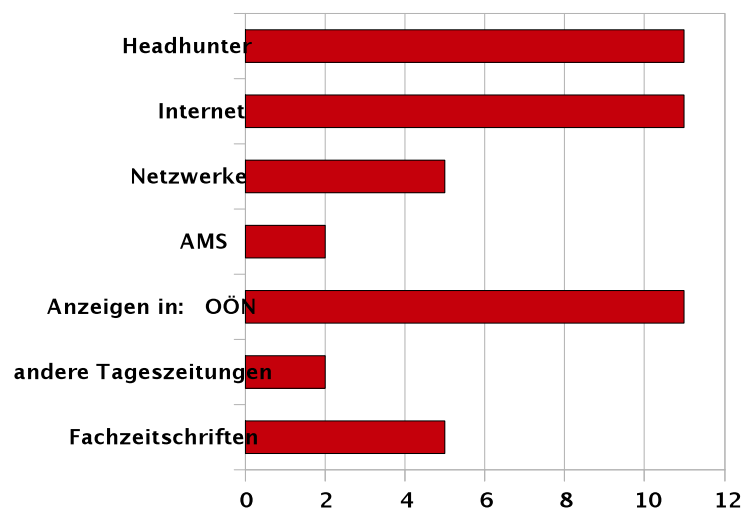
¹⁶ IP 2w, IP4bv, IP5w, IP7ngo, IP21k, IP22d, IP25bv, IP32w, IP38ngo, IP40m. In diesem Zusammenhang sei auch angemerkt, dass die auflagenstärkste Zeitung des Landes, die *Kronenzeitung*, nur einmal genannt wurde (gegenüber etwa drei Nennungen von Fachzeitschriften), und zwar, so wie die ebenfalls einmal genannten lokalen (Gratis-)Zeitungen, ausschließlich für die Rekrutierung von FacharbeiterInnen.

genannt, wobei manchmal konkrete Internetseiten wie "Jobpilot" oder "karriere.at" angeführt werden. Laut InterviewpartnerIn IP 25bv hat das Internet als Medium vor allem bis vor etwa fünf Jahren ständig an Bedeutung gewonnen. Die Entwicklung sei seitdem stabil.

Als externe Partnerinstitution in Sachen Mitarbeiterrekrutierung wurde das AMS nur zweimal genannt (IP7, IP13), während die Inanspruchnahme von externen BeraterInnen, z.B. von HeadhunterInnen für „die ganz speziellen Jobs“ (IP27) von insgesamt elf Befragten erwähnt wurde.¹⁷ Für InterviewpartnerIn 8ö galt es, durch die Inanspruchnahme einer externen Beratungsfirma „eine gewisse Transparenz an den Tag zu legen“. Die anderen InterviewpartnerInnen führen als Grund für diesen Schritt die kaum bewältigbare Anzahl von Bewerbungen an: Den HeadhunterInnen obliegt es, eine „Vorauswahl [zu] machen“, und zwar nach eigenen Kriterien (IP 34w). Diese relativ starke Inanspruchnahme von Personalberatungsfirmen stellt möglicherweise eine weitere Hürde für AbsolventInnen der Kulturwissenschaften dar:

(...) für diesen Studiengang ein ganz interessantes Thema, dass man auch mit den Headhuntern darüber redet: okay, was kann der, weil es hilft Ihnen nichts, wenn die Personaler dann sagen: ja, aber der Headhunter hat es [das Profil von Kulturwissenschafts-AbsolventInnen] noch nicht gesehen und der kriegt halt immer die 300 Bewerbungen rein und sortiert nach seinen Kriterien aus ...“ (IP 34w)

Abb. 6 Wie rekrutieren Sie neue Mitarbeiter



¹⁷ IP25, IP23, IP13, IP8, IP28, IP27, IP34.

Einzelne Personalverantwortliche setzen bei der Einstellung von MitarbeiterInnen gerne auf Netzwerke, vor allem bei Stellen für AkademikerInnen und „spezifische Funktionen“ (IP 39w). Diese Technik, so InterviewpartnerIn 29w, sei „das Effizienteste, weil sonst alles unüberschaubar wird“: Die BewerberInnen könne man „ganz gut einordnen“, wenn sie diese(r) oder jene(r), bereits bekannte UniversitätsprofessorIn empfehle. Die Organisation bekennt sich auch offen zum „Rundruf der internationalen Universitäten (...) mit der klassischen Frage: «Wir suchen für diesen und jenen Bereich jemanden, habt ihr wen?»“. InterviewpartnerIn IP10d betonte, es hätte sich „immer als sehr positiv herausgestellt, (...) über die eigenen Netzwerke [zu schauen]“, indem zum Beispiel MitarbeiterInnen mit akademischem Abschluss aufgefordert werden, in dem eigenen „Freundes-, Bekanntenkreis oder Kollegenkreis von der Uni“ nach passenden BewerberInnen zu suchen. Außerdem erspare man sich dadurch die „Flut von Bewerbungen“ (IP10d), die beispielsweise Inserate in den Oberösterreichischen Nachrichten nach sich ziehen. Anders ausgedrückt, die Frage „ (...) gibt es Empfehlungen: Kennt jemand jemanden?“ (IP13w) sei bei der Personalauswahl durchaus zielführend, nicht zuletzt deswegen, weil sie es ermögliche, eine „gewisse Vorselektion“ (IP13w) vorzunehmen.

4.1 EINSTELLUNGSPROZESS

Wie aus Abb. 7 (siehe S. 26) ersichtlich, gaben nur vier der befragten Personalverantwortlichen an, bei Stellenausschreibungen eine konkrete Studienrichtung beziehungsweise einen konkreten Studienabschluss einzufordern. Hier handelt es sich um einen Kulturbetrieb mit starker fachspezifischer Ausprägung, einen Dienstleistungsanbieter mit technischem Schwerpunkt, um eine Organisation im Banken- und Versicherungsbereich und um eine Non-Profit-Organisation. Neun Organisationen gaben auf diese Frage keine Antwort. Dies liegt zum Teil daran, dass sie als kleines Beratungsunternehmen oder als Interessensvertretung selbst nicht oder nur in geringem Ausmaß rekrutieren (IP 17d bzw. 9ö), in einer so engen Nische operieren, dass nur aus dem eigenen Betrieb rekrutiert wird (IP 1w), oder dass sie aufgrund zahlreicher Blindbewerbungen Stellen nicht ausschreiben müssen (IP 29w).

Weiters geben 13 Organisationen an, sowohl nach Studienrichtung als auch nach Kompetenzen zu rekrutieren. Das ergibt sich zum Teil durch die ausgeschriebene Stelle:

(...) wenn wir, zum Beispiel, einen Pressereferenten suchen, dann muss das (...) ein Medienmensch sein. Oder wenn jemand gesucht wird als Netzwerkadministrator, dann muss er Netzwerkadministrator sein, oder Rechnungswesen, das muss dann einer sein, der Wirtschaft gemacht hat. Aber wenn es jetzt jemand ist aus Abteilungspositionen oder im Spitzenführungsbereich wird es weicher. Da sind zum Teil Theologen, auch Geisteswissenschaftler oder Psychologen, Sozialarbeiter, Soziologen, sehr viele Sozialwirte. Da wird es dann schon interessant für verschiedenere Ausbildungsformen (...). (IP 38ngo)

Andererseits ist es oft schwierig, trotz angegebenen Ausbildungsschwerpunkts jemanden zu finden, der genau in das Anforderungsprofil passt:

Es ist in der Regel so, dass man auf alle Fälle eine Basisqualifikation formuliert – entweder als Technikbasis oder kaufmännisches (...) Profil und vorzugsweise, das steht dann schon auch drinnen, mit akademischem Abschluss (...). Aber da haben wir immer das Problem, (...) dass wir [uns] bei unserer speziellen Situation eigentlich immer sehr hart getan haben, vom Markt direkt jemanden zu bekommen, der, sagen wir einmal, sofort so einsetzbar gewesen wäre, sodass eher Kompetenzen gefragt waren. (IP 36wa)

Mehr als ein Drittel – nämlich 14 – der befragten Organisationen orientiert sich bei Stellenausschreibungen überwiegend an den Kompetenzen, die für die Erfüllung des ausgeschriebenen Aufgabenbereiches notwendig sind, und formulieren Stellenausschreibungen sehr offen.

Also wir sagen jetzt nicht: du musst das oder das studiert haben, wir schreiben rein: unser Anforderungsprofil wäre: was musst du mitbringen lieber Student,...das, das, das, und wenn du das mitbringst, egal aus welchem Studiengang du kommst oder aus welchem Schulzweig du kommst, bist du herzlich eingeladen, dich bei uns zu bewerben. (IP 30w)

Zwei dieser Organisationen, beide Handelsketten, achten beim Nachwuchs für ihr mittleres Management zwar auf einen akademischen Abschluss, sind aber für praktisch alle Studienrichtungen offen:

Da ist es uns grundsätzlich egal, aus welcher Studienrichtung sie kommen, (...) weil man sich diese fachliche Kompetenz für den Verkauf sehr schnell aneignen kann. (IP 19w)

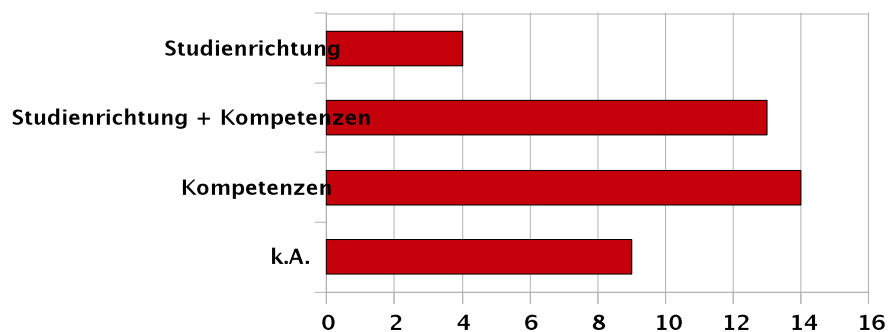
Entscheidend sind hier andere Kriterien:

(...) da schauen wir einfach auf das Gesamtpaket und dass jemand einen Hochschulabschluss hat, und alles andere sind eben Kriterien wie: Wie schnell habe ich studiert, was habe ich sonst gemacht, was bringe ich an Sprachen mit, oder an anderen Qualifikationen, aber jedenfalls nicht nur die Studienrichtung. (IP 18w)

In anderen Organisationen, die in den Stellenanzeigen vorwiegend Kompetenzen ausschreiben, ist wiederum ein akademischer Abschluss nicht zwingend vorgegeben, da auch interne oder externe Weiterbildungsmaßnahmen anerkannt werden:

(...) wir rekrutieren ja nicht nur Mitarbeiter mit akademischem Abschluss, sondern allgemein Mitarbeiter, ob es ein Akademiker wird oder nicht, das ergibt sich aus den Rahmenbedingungen, was brauche ich und wer liefert das. Beispiel Controlling, als Controller kann ich genauso jemanden bekommen, der durch einen Lehrgang sich dieses Controllingwissen aneignet. (...) Und wenn jemand über die Controllerakademie zum Beispiel die Ausbildung macht, dann kann das genauso ein HAK Absolvent sein. Also wir schreiben nicht per se rein, das muss jetzt ein Universitätsabsolvent sein mit dem und dem Ausbildungsschwerpunkt, sondern wir schreiben hinein, welche Anforderungen wir haben und wenn jemand das über viele Jahre in der Praxis sich angeeignet hat, dann ist das genauso okay. (IP 5w)

Abb. 7 Die Ausschreibung orientiert sich an...



Für AbsolventInnen der Kulturwissenschaften ist dies insofern interessant, als bei Nachweis der notwendigen Kompetenzen durchaus auch die Möglichkeit bestünde, in die engere Auswahl zu kommen. Allerdings kommt es häufig vor, dass sich aus dem Anforderungsprofil fast zwingend ein bestimmter Studienabschluss ergibt, auch wenn dies nicht explizit in der Stellenausschreibung eingefordert wird:

Wir haben Stellenausschreibungen natürlich auf Kompetenzen ausgelegt aber nachdem wir dann wissen, wo ungefähr in welchen Institutionen welche Kompetenzen vermittelt werden, ist dann auch immer eine Ausbildungslegende dabei, wo man sagt: das sollten Absolventen dieser oder jener Studienrichtung sein. (IP 39w)

Für 19 und somit knapp die Hälfte der befragten Organisationen ist das vorab erstellte Anforderungsprofil auch das entscheidende Kriterium für eine Vorselektion der Bewerbungen, bei der durchschnittlich ein Drittel der BewerberInnen ausgeschieden wird, wobei fünf Organisationen hier wieder die fachlichen Qualifikationen wie z.B die Studienrich-

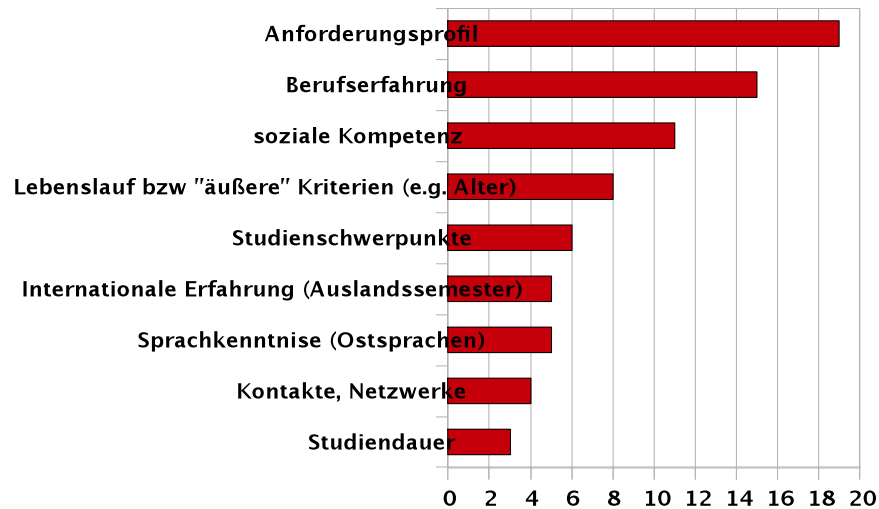
tung (IP 8ö, siehe auch IP 10d, IP 23w, IP 25bv, IP 26w) besonders betonen. Für weitere fünf Organisationen sind der Lebenslauf und die daraus ersichtlichen Informationen, z.B. allzu häufiger beruflicher Wechsel oder das Alter der KandidatInnen, die entscheidende Informationsquelle für eine Vorauswahl (IP 1w, IP 14k, IP 28w, IP 33w, IP 34w). Rein formale Kriterien, die an die äußere Form der Bewerbung angelegt werden, sind für drei Organisationen mit entscheidend (IP 23w, IP 30w, IP 39w), für eine, vorwiegend mit der Rekrutierung von Technikern befasst, sogar das entscheidende Kriterium der Vorauswahl.

Es gibt welche, die kann man grundsätzlich ausschließen. Was überhaupt nicht geht, sind Fehler in der Bewerbung. Was man gar nicht glaubt, was da noch drinnen ist an falschen Ansprechpartnern, falschen Firmen, Rechtschreibfehlern, Schlampigkeitsfehlern, also da kann man gleich einmal einen Großteil entfernen, (...) Wenn das [Layout] ordentlich ist, kann man darauf schließen, dass er grundsätzlich einmal seine Arbeit ordentlich macht. Wenn da schon irgendwelche Schmierflecken oben sind, fragt man sich halt, wie er grundsätzlich arbeitet. (Ip 22d)

Im Kultur- und Medienbereich spielen die Kontakte, die BewerberInnen mitbringen, eine entscheidende Rolle und werden bei der Vorauswahl berücksichtigt (IP 3k, IP 14k, IP 37m, IP 40m).

Weitere Auswahlkriterien, um die Zahl der zu einem Vorstellungsgespräch geladenen BewerberInnen einzuschränken, sind aus den Bewerbungsunterlagen ersichtliche vorhandene soziale Kompetenzen (13mal erwähnt) beziehungsweise „ob jemand bei irgendwelchen Gruppen dabei ist“ (IP 4bva), wobei es offensichtlich „vollkommen gleichgültig ist, in welchen“(IP 27bv). Ebenfalls eine gewichtige Rolle spielen durch Praktika erworbenen Berufserfahrung (15 Nennungen), internationale Erfahrung durch Auslandssemester (5 Nennungen) und Sprachkenntnisse, womit in erster Linie die sogenannten Ostsprachen gemeint sind (5 Nennungen). Die Berücksichtigung der Zeugnisse wurde von sechs InterviewpartnerInnen als Auswahlkriterium genannt, um die Schwerpunkte oder den Werdegang der AbsolventInnen zu erkennen. Noten spielen in fünf der befragten Organisationen eine – wenn auch untergeordnete – Rolle. In diesem Zusammenhang sei, so drei Organisationen, die Studiendauer, oder „jegliches Engagement, das über die Universität hinausgeht“, aussagekräftiger. (IP 27bv).

Abb. 8 Kriterien, nach denen eine Vorauswahl bei der Bewerbung getroffen wird



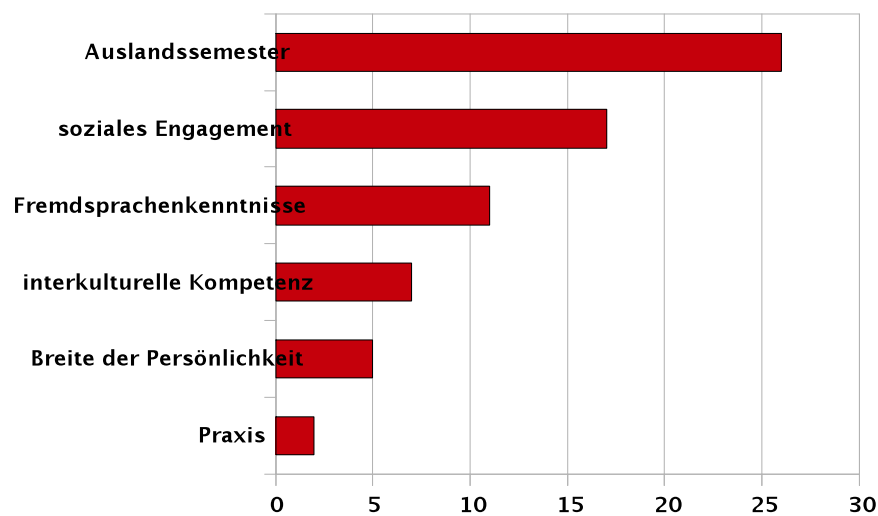
Sieben InterviewpartnerInnen bekräftigen, dass der persönliche Eindruck entscheidend sei, und laden daher eine größere Gruppe von BewerberInnen zum persönlichen Gespräch:

(...) ich muss ja das einschränken, das heißt, nehme ich als Informationsquelle vordergründig den Lebenslauf mit Unterlagen dazu und man schaut sich den einfach einmal an von jeder Person. Man schaut, wie der vom Werdegang, von der Berufsbildung, die er hat, wie passt die hinein, von der weiteren Berufserfahrung, welche Unternehmen waren das, welche Funktionen hat er bekleidet, wie steht das im Zusammenhang mit [den] Fremdsprachen, die wir uns wünschen, wie oft wechselt der, (...) aus welchen Gründen. Man versucht sich einfach ein bisschen ein Bild zu machen (...) Das ist die Grundlage, und dann gibt es im Normalfall doch eine relativ breite Gruppe, die wir einladen (...), weil ich immer der Meinung bin, vom Papier weg kann man sich oft täuschen. Für mich ist das Gespräch immer wichtig. Es werden auch die ganzen Fakten, die da drinnen sind, in normaler Gesprächsform einfach abgefragt (...) also da tue ich mir persönlich leichter. Weil man es besser einschätzen kann als [das], was einer aufs Papier legt. Bei uns ist dann im Regelfall die erste Auswahlrunde noch relativ breit gestreut. (IP 28w)

Im persönlichen Gespräch entscheidet dann bei praktisch allen befragten Organisationen „das Gesamtbild“ (IP 23w), die Persönlichkeit der BewerberInnen, „ob er zu uns passt“ (IP 19w, siehe auch IP 13w, IP 27bv). Drei Organisationen betonen, dass ihnen Praktika oder „Schnuppertage“ die Möglichkeit geben, BewerberInnen etwas länger zu beobachten (IP 16ngo, IP 29w, IP 40m). Eine weitere Organisation holt nach dem persönlichen Gespräch Referenzen über Netzwerke ein (IP 2w), und für drei Organisationen sind die Gehaltsvorstellungen der KandidatInnen wichtig (IP 1w, IP 13w, IP 14k). Zwei weitere InterviewpartnerInnen legen Wert darauf, ob sich der Lebensmittelpunkt der KandidatInnen in der Nähe

des Firmensitzes befindet (IP 13w, IP 27bv). Als Pluspunkte, die die Entscheidung für eine Kandidatin/einen Kandidaten erleichtern, gelten Auslandssemester od. -aufenthalte (26 mal erwähnt), soziales Engagement (17 mal), Fremdsprachenkenntnisse (11 mal), interkulturelle Kompetenz (7 mal) oder „Berührungspunkte mit Praxissystemen“ (IP 9ö, insgesamt 5 mal erwähnt). Fünf Organisationen betonen auch, dass die 'Breite' der Persönlichkeit oft ausschlaggebend ist: „je reicher jemand daher kommt, umso vorteilhafter ist das“ (IP IP38).

Abb. 9 Pluspunkte im Lebenslauf



Trotz der Vielfalt der befragten Organisationen und ihrer unterschiedlichen Bedürfnisse fällt also eine weitgehende Übereinstimmung der Aussagen zu einzelnen Fragestellungen auf. So betonen viele Interviewpartner, die Einstellung von adäquatem Personal sei eine komplexe Herausforderung, die sich nicht mit starren Richtlinien bewältigen lasse. Daher können sowohl die eingeschalteten Medien als auch die angewendeten Methoden und Techniken stark variieren. Da die Chancen gering sind, dass künftige MitarbeiterInnen dem Anforderungsprofil genau entsprechen, legen die befragten Organisationen nicht nur Wert auf Studienrichtung und Studienschwerpunkte der BewerberInnen, sondern vor allem auf deren soziale Kompetenzen und ihre Persönlichkeit. Dabei werden soziales Engagement und Auslandsaufenthalte sowie Fremdsprachenkenntnisse als eindeutige Pluspunkte gewertet, da international tätige Organisationen bei der Einstellung von UniversitätsabsolventInnen verstärkt darauf achten, „dass diese die notwendigen Anforderungen für eine

erfolgreiche Geschäftstätigkeit mit ausländischen Partner/innen mitbringen“ (Schmid 2010: 72).

5 FREMDSPRACHEN UND INTERKULTURELLE KOMPETENZ

5.0 VORBEMERKUNGEN

Die weltpolitische Entwicklung, z.B. der Fall des Eisernen Vorhangs, sowie das im Zuge der Globalisierung zunehmend internationale Betätigungsfeld von Organisationen haben dazu beigetragen, dass Fremdsprachenkenntnissen beziehungsweise interkultureller Kompetenz heute ein anderer Stellenwert als noch vor wenigen Jahren beigemessen wird.

Die Bedeutung von Fremdsprachenkenntnissen im heutigen Wirtschaftsumfeld sowie der Wettbewerbsvorteil, der sich daraus ergibt, betont die in 27 EU-Mitgliedsstaaten und in zwei weiteren Bewerberländern durchgeführte und Anfang 2007 von der europäischen Kommission veröffentlichte ELAN-Studie anhand eines konkreten Beispiels: 11% der befragten KMUs gaben an, dass „ihnen bereits ein Auftrag wegen mangelnder Fremdsprachenkenntnisse entgangen sei“ (Cilt 2006: 5). Die Höhe des dadurch entstandenen Verlustes lässt sich zwar nicht genau beziffern, doch hochgerechnet auf die gesamte EU – so die AutorInnen der o.g. Studie weiter – dürfte der „[Gesamtverlust] aufgrund mangelnder Fremdsprachenkenntnisse im KMU-Sektor [bei] circa 100 Milliarden Euro pro Jahr“ liegen (Cilt 2006: 5).

Auch die österreichischen Organisationen sind sich – wie aus weiteren Studien (Archan & Dornmayer 2005, Schmid 2010) hervorgeht – der zunehmenden Bedeutung von Fremdsprachenkompetenzen bewusst. 86% der 2000 Unternehmen, welche Archan & Dornmayer in ganz Österreich befragten, meldeten einen „Fremdsprachenbedarf“. Knapp zwei Drittel derselben gehen davon aus, dass dieser Bedarf in den nächsten Jahren zunehmen wird (Archan & Dornmayer 2006: 54). Diese Einschätzung teilt übrigens mehr als die Hälfte der im Rahmen des ELAN-Berichts in ganz Europa befragten Unternehmen (Cilt 2006: 6). In der erst kürzlich veröffentlichten Studie von Schmid gaben 15% aller befragten Unternehmen an, es seien ihnen Exportaufträge aufgrund von unzureichenden Kompetenzen ihrer MitarbeiterInnen entgangen. Mangelnde Fremdsprachenkenntnisse machen hier fast 15% aus, während mangelnde fachliche Kompetenz, fehlende Soft Skills und interkulturelle Kompetenz 'nur' von ungefähr 8% beziehungsweise 6% der befragten Betriebe als Grund für ein nicht erfolgtes Exportgeschäft angegeben werden. 50% aller Unternehmen, die noch keine internationalen Beziehungen haben, führen diesen Umstand auf fehlende

Fremdsprachenkenntnisse zurück und fast 30% führen an, dass mit erfolgreichem Fremdsprachenerwerb auch interkulturelle Fertigkeiten einhergehen (Schmid 2010: 42). Ausgehend von diesen Zahlen errechnet Schmid, dass österreichischen Betrieben aufgrund fehlender fremdsprachlicher und interkultureller Kompetenzen 16% ihrer Erlöse (in Zahlen, 7,7 Mrd. Euro) an möglichen Exporten entgehen (Schmid 2010: 43). Darüber hinaus belegen alle bisherigen Studien, dass bei der Auswahl von Personal beziehungsweise bei der Festlegung von Gehältern auch Wert auf Fremdsprachenkenntnisse gelegt wird (Archan & Dornmayr 2006: 60; Cilt 2006: 60; Schmid 2010: 72).

Angesichts solcher Fakten ist es verwunderlich, dass nur knapp die Hälfte der im ELAN-Bericht genannten KMUs angeben, sie hätten bereits strategische Konzepte der mehrsprachigen Kommunikation überlegt und diese auch in die Praxis umgesetzt. Betrachtet man jedoch diese „Konzepte“ im Detail, so lässt sich eine lückenlos durchdachte, koordinierte (Sprachen-) Gesamtstrategie vermissen. Vielmehr beschränken sich diese Strategien häufig auf einzelne Maßnahmen: So bieten 40% der Unternehmen mit Kontakten ins Ausland ihren MitarbeiterInnen Sprachkurse an (Schmid 2010: 72). Andere Betriebe passen ihre Website sprachlich ihren internationalen Agenden an oder stellen vermehrt MuttersprachlerInnen mit Fremdsprachenkenntnissen ein um Sprachdefizite wett zu machen (Cilt 2006: 6).

Im Zuge der vorliegenden Umfrage wurde das Ergebnis der oben erwähnten Studie immerhin von fünf, also von mehr als 10 Prozent der befragten Organisationen bestätigt. Auch wenn die Organisationen aufgrund mangelnder Fremdsprachkenntnisse keine Aufträge verlieren, ermöglichen gerade diese Kenntnisse einen reibungsfreien, zeitsparenden Ablauf innerhalb der Organisation:

Man könnte manchmal Dinge rascher (...) umsetzen wenn jemand wäre, der perfekt zweisprachig ist, weil auch einen Dolmetsch muss man informieren, (...) also es ist sozusagen eine Kurve mehr in dem ganzen Geschehen. Wenn es sich so um eine ganz aktuelle Sache handelt, ist es oft wertvoll, wenn man [das] durch ein Telefonat erledigen kann. (IP 37m).

Mangelnde Sprachkenntnisse können auch bei rechtlichen Angelegenheiten zum Problem werden:

Da geht es um ein Dumpingverfahren, was da unter anderem gegen Österreich initiiert ist. Wir haben das so gelöst, indem wir einen Anwalt beauftragt haben, (...) der das abdeckt über Englisch (...). Wenn wir dort jemanden gehabt hätten, wäre das für den ganzen Ablauf von diesem Verfahren ein Riesenvorteil gewesen. (IP 28w)

Wenn sprachliche Probleme firmenintern nicht gelöst werden können, wie z.B. in der Organisation von IP 6w, die „dort, wo wir vor Ort sind, Mitarbeiter (...) [hat], die diese Fremdsprachen können“ (IP 6w), wird auf die Dienstleistung von professionellen SprachmittlerInnen zurückgegriffen.

Wenn ein Kunde von uns im Ausland Schaden gehabt hat (...) und es kommt zu Korrespondenz und unser Mitarbeiter ist dieser Sprache nicht mächtig, dann geht er in ein Übersetzungsbüro und lässt sich das übersetzen. (IP 4abv, sowie IP 16ngo, IP 21k)

Auch wenn Übersetzungs- und Dolmetschaufträge extern vergeben werden, wird aus praktischen Gründen oft auf die Verkehrssprache Englisch zurückgegriffen, vor allem in Ländern mit vielen Sprachen: „Wir bauen jetzt in Indien einen Markt auf, da gibt es 22 nationale Sprachen, das funktioniert nicht, dass das jemand abdeckt“ (IP 5w).

Eine andere Möglichkeit zur Abdeckung fehlender Fremdsprachenkenntnisse ist das gezielte Einstellen von MuttersprachlerInnen (IP 32w) beziehungsweise die Inanspruchnahme von bestehenden Netzwerken vor Ort: „Und [für] alles, was im Land gebraucht wird, nutzt man das Know-how des Generalvertreters“ (IP 5w).

Die befragten Organisationen benützen also mehrere Strategien, um mit der sprachlichen Vielfalt Ihrer PartnerInnen im Ausland umzugehen Die am häufigsten genannte Möglichkeit, sprachenmäßig 'aufzurüsten', ist aber die Rekrutierung neuer MitarbeiterInnen mit den gewünschten Fremdsprachenkenntnissen (s. hierzu Kapitel 5.1, sowie Schmid 2010: 73, Abb. 49).

Um ihrer Rolle als Ausbildungsstätte von Führungskräften für den oberösterreichischen Raum und der „wachsende[n] Bedeutung von Fremdsprachen als berufliche Basiskompetenz“ (Archan & Dornmayr 2006:76) gerecht zu werden, hat die Johannes Kepler Universität Linz (JKU) schon vor geraumer Zeit ihr Sprachangebot erweitert beziehungsweise vertieft. In den derzeitigen Curricula für wirtschaftswissenschaftliche Fächer ist beispielsweise Englisch verpflichtend, und weitere Fremdsprachen, darunter auch Russisch und Tschechisch, werden als Wahlfächer angeboten. Bis zur Umstellung auf das Bachelor- und Mastersystem im Studienjahr 2009/10 war eine zweite lebende Fremdsprache für AbsolventInnen der Wirtschaftswissenschaften sogar verpflichtend. Außerdem werden den Studierenden Austauschprogramme mit über 200 Universitäten weltweit angeboten, damit sie Erfahrungen im Ausland sammeln können.

Das neu konzipierte Studium der Kulturwissenschaften mit einem Schwerpunkt „Sprache und Kultur“ fügt sich in diese Strategie ein und soll Studierenden die Möglichkeit bieten, gezielt Kompetenzen zu erwerben, die Organisationen in ihrem Internationalisierungsprozess brauchen. Im Zusammenhang mit der Curriculumserstellung für diese neue Studienrichtung und vor dem Hintergrund eines durch mehrere Studien belegten steigenden Bedarfs an Fremdsprachen in der Wirtschaft war es den AutorInnen der vorliegenden Untersuchung ein Anliegen, zu eruieren, welche Fremdsprachen oberösterreichische Organisationen benötigen beziehungsweise nach Einschätzung der InterviewpartnerInnen in Zukunft benötigen werden.

Ein weiterer Fragenkomplex beleuchtet gezielt die Rolle von Fremdsprachenkenntnissen und interkultureller Kompetenz bei der Einstellungsentscheidung, und zwar unter der Prämisse, dass AbsolventenInnen der Kulturwissenschaften durch ihre spezifischen Kenntnisse auf diesen Gebieten anderen KandidatInnen gegenüber Wettbewerbsvorteile haben.

5.1 STELLENWERT VON FREMDSPRACHENKENNTNISSEN IM EINSTELLUNGSPROZESS

Alle 40 befragten InterviewpartnerInnen stimmen darin überein, dass Englischkenntnisse bei der Einstellung von MitarbeiterInnen mit akademischem Abschluss eine Grundvoraussetzung sind. Die befragten Organisationen verlangen daher ausnahmslos sehr gute Englischkenntnisse, wobei diese Ansprüche unterschiedlich begründet werden: Englisch sei die Konzernsprache (IP 4bv, IP 29w), Englisch gelte als Lingua franca (IP 18w), sei „keine Fremdsprache mehr“ (IP 8ö, IP 31d) und daher einfach eine „Grundvoraussetzung“ (IP 10d), ein *must-have* (IP 16 ngo, IP 26w) bei der Einstellung von MitarbeiterInnen mit akademischem Abschluss.

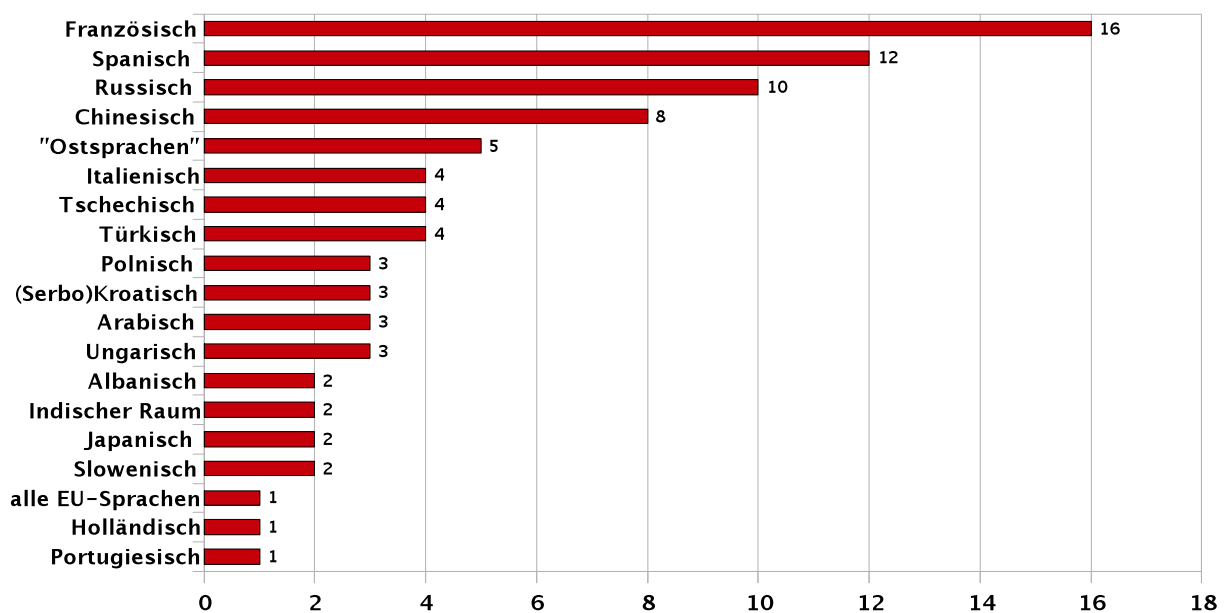
Dementsprechend hoch sind auch die Erwartungen an das Niveau der Sprachenkenntnisse von UniversitätsabgängerInnen: „Von einem Universitätsabgänger erwarten wir Englisch auf jeden Fall in einem verhandlungsfähigen Stadium, fortgeschritten ist in Englisch sicherlich zu wenig“ (IP 30w).

Betont wird auch, dass ein allgemeiner, auf Small-Talk ausgelegter Wortschatz wichtiger sein kann als die Beherrschung des Fachvokabulars:

(...) wenn sie dann wirklich einen regelmäßigen Englischkontakt haben, dann sollten sie flüssig in der Alltagssprache sein, auch schriftsprachlich sich korrekt ausdrücken und gut ausdrücken können, und dann müssen sie das Fachliche lernen. (IP 11w)¹⁸

Hinsichtlich der Frage, welche Sprachen für die Organisation konkret wichtig seien, ist bemerkenswert, dass die Hälfte der befragten Personen neben Englisch die Bedeutung der Ostsprachen sowie des Chinesischen hervorhebt. Konkret gaben die betreffenden Befragten an, zumindest eine Ostsprache sei für ihre Organisation entweder schon jetzt notwendig beziehungsweise wünschenswert, oder dass die Bedeutung dieser Sprachen in Zukunft steigen werde. Dass Kenntnisse der chinesischen Sprache vorteilhaft seien beziehungsweise zukünftig werden könnten, äußerten acht der befragten Organisationen. Was die romanischen Sprachen anbelangt, melden die Organisation hauptsächlich einen Bedarf für die Sprachen Französisch und Spanisch – mit jeweils 17 und 13 Nennungen an.

Abb. 10 Derzeitiger und zukünftiger Fremdsprachenbedarf der befragten Organisationen



Aufgrund dieses Sprachbedarfs geben 38 der 40 befragten Organisationen an, dass sie Kenntnisse weiterer Fremdsprachen bei zukünftigen MitarbeiterInnen für wünschenswert, wichtig oder sogar absolut notwendig erachten. Auch Organisationen, in denen eine weitere Fremdsprache nicht direkt erforderlich ist, weisen darauf hin, dass die Kenntnis jeder

¹⁸ siehe auch IP 32w, IP 34w

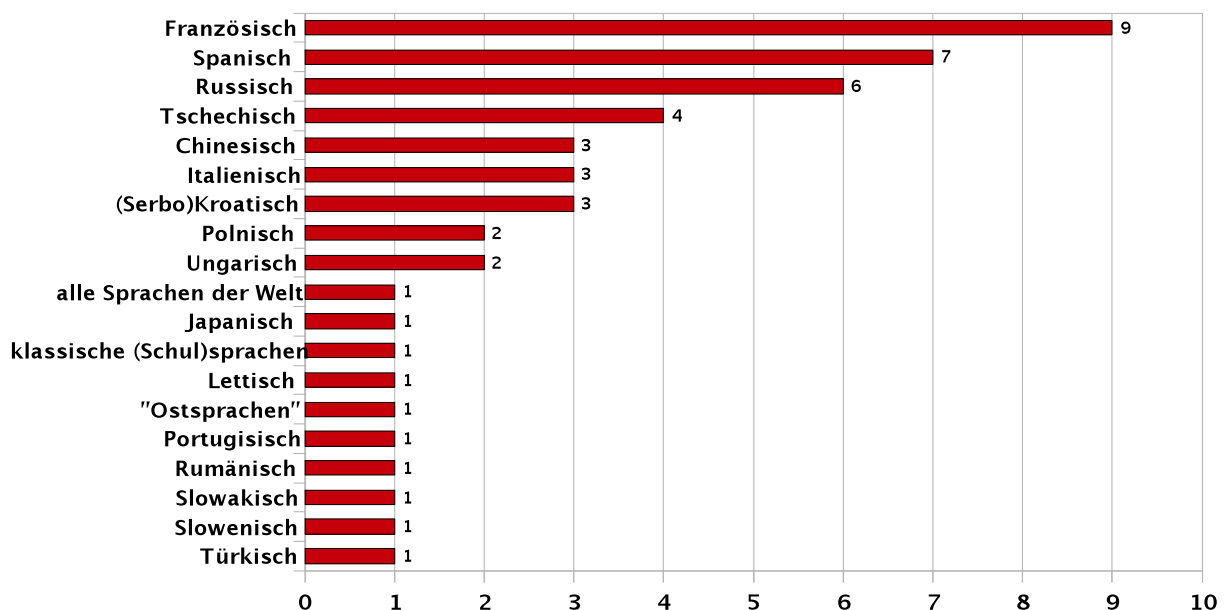
weiteren Sprache für BewerberInnen einen entscheidenden Vorteil für die Aufnahme in eine Firma bilden kann:

Wer also mehr als eine Fremdsprache kann, hat einfach dadurch bessere Karten, (...) weil wir einfach schauen müssen, dass wir uns in vielen Bereichen der Unternehmung sprachlich aufstellen. (IP 29w)

Aber natürlich erhöht das (...) die Bewerbungschancen, wenn man erstens Fremdsprachen spricht – und zweitens natürlich die Kultur – die ausländischen Kulturen natürlich – auch entsprechend (...) gelebt hat. (IP 8ö)

Die Einstellung von neuen MitarbeiterInnen bietet Organisationen die Möglichkeit, zusätzliches Know-how zu erwerben und entsprechend ihrer internationalen Ausrichtung gezielt BewerberInnen mit adäquaten Fremdsprachenkenntnissen zu rekrutieren. Für welche Fremdsprachen bei den befragten Organisationen Nachfrage besteht, ist aus folgender Tabelle ersichtlich:

Abb. 11 Sprachen, die im Einstellungsprozess nachgefragt werden



Auffällig ist, dass die am meisten nachgefragten Sprachen jene sind, die als zweite lebende Fremdsprache in den Oberstufen der höheren Schulen unterrichtet werden, wie Französisch und Spanisch und in weit geringerem Ausmaß Italienisch. Es fällt auch ein großer Unterschied zwischen der angegebenen Wichtigkeit der Sprachen in Abb. 10 und der Nachfrage nach Sprachen beim Einstellungsprozess in Abb. 11 auf: 'Wichtige' Sprachen für die be-

fragten Organisationen sind *Ostsprachen* und Chinesisch, nachgefragt werden jedoch verstärkt die *klassischen* Schulsprachen – die Nachfrage richtet sich offensichtlich nach dem Angebot, dieses deckt sich aber nicht mit dem tatsächlichen Bedarf der Organisationen.¹⁹

Die Expansion oberösterreichischer Organisationen in die Länder Mittel- und Osteuropas ist auch an der großen Nachfrage nach Russisch (fast gleichauf mit Spanisch) und Tschechisch erkennbar, das viermal genannt wurde und damit noch vor Italienisch und Chinesisch liegt.²⁰ Die Vielfalt der Nachfrage, der eine Universität nur schwer Rechnung tragen kann, zeigt sich in der großen Zahl an Sprachen, die nur einmal genannt wurden.²¹

Kenntnisse einer weiteren Fremdsprache sind also beim Eintreten in den Arbeitsmarkt von Vorteil, sofern sie dem Bedarf der Organisationen entsprechen:

Gerade die Ostsprachen werden immer wichtiger, und da haben wir noch ganz wenig Know-How im Haus, also das ist ein Thema, wo einer punkten kann. (IP 23w)

Allerdings lässt sich der zukünftige Fremdsprachenbedarf der Organisationen nur schwer abschätzen, da sich dieser im Umbruch befindet und sich durch politische und wirtschaftliche Umstände innerhalb kurzer Zeit verändern kann:

Italien (...), die französische Schweiz und Frankreich sind sehr wichtig. Es nimmt aber schon etwas ab an Bedeutung. In Zukunft wird sicher Russisch auch ein Thema sein (...) Chinesisch ist für uns momentan noch nicht so wichtig, aber auch das wird sich wahrscheinlich ändern und in zehn Jahren wohl ein Thema sein. (IP 29w)

Die Niveauerwartungen an die zweite – und jede weitere – Fremdsprache sind je nach Aufgabengebiet unterschiedlich und deutlich niedriger als für Englisch:

(...) in einer zweiten Fremdsprache, welche auch immer das ist, erwarten wir ein Stadium, das zumindest gut fortgeschritten ist, in Richtung verhandlungsfähig geht. (IP 30w)

Die Universitätsausbildung scheint den Fremdsprachenbedarf des oberösterreichischen Wirtschaftsraumes derzeit abzudecken; dies gaben jedenfalls 14 der Befragten an. Im Ge-

¹⁹ Dieses Ergebnis wird auch von einer vergleichbaren finnischen Studie bestätigt, die anmerkt: „...there is a correlation between languages taught and known, and the languages actually used at work“ (Lehtonen & Karjalainen 2008: 500). Hier zeigt sich, dass bereits das österreichische Schulsystem zu wenig flexibel auf die geopolitischen Änderungen der letzten Jahre reagiert hat, und in zu geringem Ausmaß die Sprachen der östlichen Nachbarländer anbietet (vgl. Fanta 2009: 23)

²⁰ Unter Berücksichtigung der Bezeichnung „Ostsprachen“ (IP 38) erhöht sich die Anzahl an Nennungen für Russisch und Tschechisch auf insgesamt sieben beziehungsweise fünf.

²¹ Auch Lehtonen & Karjalainen (2008: 494f) bestätigen für Finnland einen großen Bedarf an Fremdsprachenkenntnissen, die über Englischkenntnisse hinausgehen.

gensatz dazu meinten fünf InterviewpartnerInnen, der Fremdsprachenbedarf ihrer Organisation wäre durch die derzeit angebotenen Sprachen nicht abgedeckt (Hierzu machten 19 InterviewpartnerInnen keine Angaben). Ein/e InterviewpartnerIn (IP 23w) ist der Ansicht, dass ausreichende Kenntnisse nur durch einen Auslandsaufenthalt erworben werden könnten. Auch von jenen 14 GesprächspartnerInnen, die ihren Fremdsprachenbedarf grundsätzlich abgedeckt sehen, machen fünf gewisse Einschränkungen: So geben zwei an, die Fremdsprachenausbildung an den Universitäten wäre ausbaufähig beziehungsweise verbesserungswürdig, und vertreten außerdem die Ansicht, dass Auslandsaufenthalte forciert werden sollten (IP 6w, IP 26w). Weitere zwei InterviewpartnerInnen vermissen in der Sprachausbildung der Studierenden den osteuropäischen Raum, wobei die Nachbarsprache Tschechisch explizit erwähnt wurde (IP 35ngo, IP 37m).²² Ein/e Personalverantwortliche/r betont die Wichtigkeit von Fremdsprachenkenntnissen auch bei TechnikerInnen und meint zudem, dass der Bedarf von den Universitäten zwar abgedeckt, aber von den Studierenden nicht genutzt werde:

Ich glaube, dass es wirklich nur geht, wenn [die Studierenden] verpflichtet werden dazu. Aber da reichen, meiner Ansicht nach, auch nicht drei Semester [Fremdsprachenunterricht], so wie es beim BWL Studium ist, sondern da müsste man wirklich vom ersten bis zum letzten Semester jedes Jahr einen Kurs machen, weil das ist so schnell in Vergessenheit, wenn ich es nicht brauche. [Außerdem müsste] wirklich, wenn es möglich ist, auch ein Praxissemester (...) oder Austauschsemester ins Ausland [angeboten werden]. Das ist vom Zeitaufwand und vom Organisatorischen her sehr viel, aber es würde den Studenten und Absolventen sicher helfen. (IP 22d)

Im Einstellungsprozess werden Fremdsprachenkenntnisse der UniversitätsabsolventInnen von 15 der befragten Organisationen überprüft und von weiteren 15 nicht. Bei den restlichen Firmen werden die Kenntnisse je nach zu besetzenden Positionen und Möglichkeiten abgefragt, wobei hier auch Anforderungen seitens der Organisation und Kundenwünsche mit entscheiden: „[wenn] es wirklich ein Auswahlkriterium ist, dass man sagt: Wir suchen jemanden, der wirklich top ist in dieser Fremdsprache, wird es auch überprüft“ (IP 39w).

Die Überprüfung von Englischkenntnissen erfolgt häufig durch zweisprachige Bewerbungsgespräche: „Englisch (...) prüfen wir auch im Bewerbungsgespräch mit ab: Ein Teil wird dann auf Englisch abgehalten, damit man einfach sieht, wie er sich verständigen kann.“ (IP 13w).

²² Tschechisch wird am Zentrum für Fachsprachen und Interkulturelle Kompetenz seit längerem angeboten, bedauerlicherweise aber nicht von genug Studierenden gewählt.

Solche zweisprachigen Bewerbungsgespräche sind auch zur Überprüfung von Kenntnissen weiterer Fremdsprachen, gegebenenfalls unter Einbeziehung von MuttersprachlerInnen, üblich:

(...) bleiben wir bei dem Beispiel Bulgarien. Wenn jemand sagt, er kann Bulgarisch, dann würden wir unsere bulgarische Mitarbeiterin beiziehen und hätten ihn einmal mit ihr reden lassen. (IP 6w)

Wenn der ausgeschriebene Posten profunde Kenntnisse einer Fremdsprache verlangt, wird zur Überprüfung ein längeres, intensives Gespräch in der Zielsprache geführt:

Gerade vor einem halben, dreiviertel Jahr habe ich einen Mitarbeiter aufgenommen, wo es unbedingt notwendig ist, dass er verhandlungsfest Französisch spricht (...); da hat der mit seinem Chef ein Gespräch geführt und die haben sich eine halbe, dreiviertel Stunden in Französisch unterhalten, so dass der [Chef] auch wirklich abschätzen konnte, dass der [Bewerber] das auch tatsächlich mitbringt. (IP 27bv).

Wie aus den obigen Statements hervorgeht, sind die Methoden, mit denen die Fertigkeiten von BewerberInnen in sprachlicher Hinsicht überprüft werden, nicht einheitlich. Nur wenige Organisationen greifen in diesem Zusammenhang auf bewährte, 'normierte' Instrumente wie etwa den Europäischen Fremdsprachenpass zurück, dessen Skaleneinteilung auch von den BewerberInnen selbst kaum verwendet wird: „Die österreichischen Bewerber verwenden meistens noch den normalen Lebenslauf wo steht: 'fließend', 'verhandlungssicher'.(...), 'in Wort und Schrift“ (IP 26wb). In 17 Organisationen ist der in der gesamten EU einheitlich verwendete Fremdsprachenpass, dessen Niveaustufen in Zukunft auch bei AbsolventInnen der Johannes Kepler Universität die Fremdsprachenkenntnisse in den Abschlusszeugnissen ausweisen werden, weitgehend unbekannt.

Eine in der Fremdsprache verfasste Diplomarbeit ist bei der Einstellung zwar von Vorteil, aber kein Kriterium für die tatsächliche Bevorzugung des Bewerbers/der Bewerberin,²³ während über den Mehrwert einer zweisprachigen Erziehung weitest gehend Konsens herrscht:²⁴ Nur zwei InterviewpartnerInnen erkennen darin keinen Vorteil, und zwar mit der Begründung, die einzig relevante Fremdsprache in ihrer Organisation sei Englisch (IP 2w, IP 10d). Ein weiterer Interviewpartner gibt an, er hätte mit einem zweisprachigen Mitarbeiter nicht die erwarteten Erfahrungen gemacht:

²³ Siehe IP 7 ngo, IP 13w, IP 8ö, IP 30w, IP 40m.

²⁴ Siehe IP 4bv, IP 7ngo, IP 9ö, IP 19w, IP 28w.

Ich bin da ein bisschen vorsichtig aufgrund der Mentalität (...) Ich habe so viel erlebt vom Einsatz her, wenn der in Österreich arbeiten soll. Ich habe einen Bürokollegen, der kommt aus der Ukraine, ist dort aufgewachsen, im Alter von 12-14 Jahren mit der Mutter hergezogen, aber trotzdem hat die Zeit schon ausgereicht, dass irgendwo das eine oder andere Rädchen nicht so rennt, wie wir uns das vorstellen. (IP 32w)

Alle anderen Organisationen sehen Zweisprachigkeit als Vorteil, wobei der/die ideale BewerberIn folgendermaßen aussieht:

Der perfekte Kandidat ist ein kroatischer Muttersprachler, der in Österreich zur Schule gegangen ist und hier die Kultur aufgesogen hat und beide Sprachen perfekt spricht, [der] beide Kulturen von Grund auf versteht und interkulturell kommunizieren kann. (IP 18W).

Aus der bisherigen Analyse lässt sich ableiten, dass Englisch in verhandlungssicherem Stadium eine Grundvoraussetzung für die Einstellung von UniversitätsabsolventInnen ist. Die Englischkenntnisse werden auch häufig durch teils in Englisch geführte Einstellungsgespräche getestet. Kenntnisse in jeder weiteren Fremdsprache sind ein großer Pluspunkt für BewerberInnen, wobei der Bedarf an den „klassischen“ Schulsprachen Französisch, Spanisch und Italienisch gegeben ist und auch gut abgedeckt wird. Nicht gedeckt wird allerdings der bereits vorhandene oder für die Zukunft vorausgesagte Bedarf an „Ostsprachen“ und Chinesisch. Hier zeigen sich die österreichischen Studierenden als zu wenig flexibel, da sowohl Russisch und die Nachbarsprache Tschechisch als auch Chinesisch an der Johannes Kepler Universität seit Jahren angeboten werden, aber offensichtlich von zu wenig Studierenden auch gewählt werden. Überhaupt ist die Tendenz, neben Englisch noch freiwillig eine weitere Fremdsprache zu lernen, an der JKU stark rückläufig, auch wenn 84% der Studierenden österreichweit angeben, sie würden in der Zukunft gerne eine weitere Fremdsprache lernen (Schmid 2010: 162). Das Erlernen von Fremdsprachen scheint von den Studierenden deutlich dem Freizeitbereich zugeordnet zu werden; zumindest wird Bedeutung von Fremdsprachen für eine mögliche berufliche Internationalisierung momentan nur von einer Minderheit der Studierenden erkannt. Vor diesem Hintergrund erscheint auch die Forderung sinnvoll, die Studierenden zum Erlernen von Fremdsprachen während des gesamten Wirtschafts- oder Technikstudiums zu verpflichten, eine Forderung, die von zumindest fünf InterviewpartnerInnen ausgesprochen wurde. Betont wird allerdings auch, dass Fremdsprachenkenntnisse gleichzeitig ein Wissen über die Kulturräume des jeweiligen Sprachraumes umfassen müssen, ein Aspekt, den das nächste Kapitel näher beleuchtet.

5.2 DIE ROLLE VON INTERKULTURELLER KOMPETENZ BEIM EINSTELLUNGSPROZESS

Im Zeitalter der Globalisierung ist die Kommunikation über Zeitzonen hinweg in technischer Hinsicht zwar schon längst kein Problem mehr, doch nicht selten scheitert diese Kommunikation heute noch an einem mangelnden, empathischen Verständnis für die wirtschaftlichen, politischen, religiösen und kulturellen Merkmale des Partnerlandes – also an nicht vorhandenen interkulturellen Kompetenzen. In der bereits mehrfach erwähnten Studie über die österreichische Außenwirtschaft geben z.B. 40% der befragten Betriebe an, dass „fundiertes Wissen über die andere Kultur die Voraussetzung für erfolgreiche Geschäfte ist“ (Schmid 2010: 55).

Über die Bedeutung interkultureller Kompetenzen für die im Rahmen der vorliegenden Studie befragten Organisation liegen Statements von insgesamt 27 InterviewpartnerInnen vor. Nur zwei Organisationen geben an, aufgrund ihres Betätigungsfeldes oder ihrer regionalen Tätigkeit keinen Wert auf interkulturelle Kompetenzen zu legen (IP 24ö, IP 27bv). Eine/r weitere/r Befragte/r meint, diese seien in der eigenen Organisation überhaupt kein Thema – und zwar mit der Begründung, dass in diesem Betrieb viel mittels schriftlicher Korrespondenz, aber nicht in persönlichen Kontakten, abgewickelt werde (IP 21k). Im Gegensatz dazu betonen 24 InterviewpartnerInnen, interkulturelle Kompetenzen seien für ihre Organisation notwendig, zum Teil sogar unabdingbar.

Wenn [die BewerberInnen] keine interkulturelle Kompetenz in unserem Bereich haben, dann sind sie fehl am Platz – dann wird das nicht funktionieren. Sie müssen mit dem Herz des anderen fühlen, sie müssen mit dem Kopf des anderen denken und sie müssen mit der Sprache des anderen sprechen können. Das ist ein wesentlicher Punkt. (...) Sie müssen eine Aufgeschlossenheit haben, mit anderen Kulturen umzugehen, sie müssen sich in ein anderes Gedankenmuster reinversetzen können. (IP 31d)

In weiterer Folge geben drei InterviewpartnerInnen an, interkulturelle Kompetenzen seien in ihrer Organisation zur Zeit nicht relevant, jedoch grundsätzlich wichtig, und ein *nice to have* beziehungsweise ein großer Bonus für BewerberInnen beim Einstellungsprozess (IP 4bv, IP 7ngo, IP 26w). Eine Organisation gibt an, interkulturelle Kompetenzen seien im Rahmen des eigenen Tätigkeitsfelds zwar kaum relevant, jedoch grundsätzlich zu befürworten:

Wenn wir im Ausland einkaufen, dann sind wir derjenige, der zahlt und anschafft, [denn] irgendwer will uns was verkaufen: Dann ist einfach die Spielregel so, dass *er* sich auf uns einstellen muss und nicht wir auf ihn. Das sind die Spielregeln derzeit. (IP 2w)

Da sich interkulturelle Kompetenz vor allem während eines Auslandsaufenthaltes erfahren und erlernen lässt, stehen die befragten Organisationen einem Auslandsaufenthalt während des Studiums sehr positiv gegenüber. So sind z.B. 10 InterviewpartnerInnen, davon überzeugt, dass zur Ausbildung von interkultureller Kompetenz ein Auslandsaufenthalt oder die grundsätzliche Bereitschaft zu Reisen eine wesentliche Rolle spielen: „[Es] ist interessant, ob jemand sich mit ausländischen Kulturen beschäftigt hat, Auslandssemester, oder einen Zivildienst im Ausland gemacht hat“ (IP 5w). Die Meinung der PraktikerInnen stützt hier das Ergebnis zahlreicher Studien, unter anderem die von Euler & Rami (2006), welche betonen, dass verpflichtende Auslandsaufenthalte während des Studiums eine weitere Möglichkeit sind, die soziale und interkulturelle Kompetenz der Studierenden zu entwickeln und zu vertiefen und somit ihre Heranbildung zu „vernünftigen Staatsbürgern“ zu fördern (Euler & Rami 2006: II). Studienbezogene Auslandsaufenthalte fördern auch die Fähigkeit, „sich in andere Kultur- und Systemzusammenhänge hinein[zu]denken und ein[zu]bringen“ (Euler & Rami 2006: 4) und erleichtern „die berufliche Transferierbarkeit und Verwertbarkeit dieser Qualifikationen“ (Euler & Rami 2006: 256f; „Transferkompetenz“ wurde auch von IP 14k eingefordert). Dementsprechend geht es auch den befragten Organisationen nicht nur um den Erwerb von eindeutig besseren Sprachkenntnissen, oder um die zunehmende Internationalisierung des Umfeldes, sondern um zusätzliche Qualifikationen und um mögliche Rückschlüsse auf Grundzüge der Persönlichkeit der BewerberInnen, wie etwa Weltoffenheit, Interesse für Neues, Flexibilität, und Bereitschaft zum Eintauchen in beziehungsweise zur Auseinandersetzung mit der fremden Kultur:

Grundsätzlich ist ein Auslandssemester wünschenswert (...) Wir begrüßen das, weniger aus der Überlegung, dass sie dort speziell etwas gelernt haben, aber es zeigt die Weltoffenheit, es zeigt das Engagement. Sie gehen raus, sie tun was, sie riskieren einmal, aus dem gewohnten Alltag hinauszugehen, von Muttis Suppentöpfen im Mühlviertel, und das ist natürlich schon ganz gut. (IP 11w)

Dass Auslandsaufenthalte nicht nur für die Vertiefung von Fremdsprachenkenntnissen von Bedeutung sind, betont auch ein weiterer/eine weitere InterviewpartnerIn:

Unsere Erfahrung ist, dass Ausland [wichtig ist], und damit weniger vielleicht die Art und Weise, was dort gelernt wird, sondern eher die Tatsache, sich (...) Herausforderungen 'in der Fremde' zu stellen, dass das einfach eine persönlichkeitsprägende Phase ist, die sehr viel Wert bringt. (IP 39w)

Obwohl die nahe liegende sprachliche Verbesserung und der Wettbewerbsvorteil, der sich aus einem Auslandsaufenthalt ergibt, von einem/einer InterviewpartnerIn besonders her-

vorgehoben wird („wenn sie nie ein halbes Jahr in England waren oder in irgendeinem englischsprachigen Land, sind sie nicht fließend“ IP 23w), stellen die meisten der befragten Organisationen die Entwicklung der Persönlichkeit durch ein Auslandsstudium in den Vordergrund:

„Auslandsaufenthalt ist sowieso, glaube ich, eines der Dinge, die extrem bereichern – weniger fachlich als einfach von der ganzen Persönlichkeit und von einer Offenheit [her].“ (IP 21k)²⁵

Da ein Auslandsaufenthalt Rückschlüsse auf die Flexibilität und Offenheit der Bewerberin /des Bewerbers zulässt, wird er auch von Organisationen positiv bewertet, die kaum international orientiert ist:

Mir gefällt es immer, wenn es [im] Lebenslauf steht – wenn ich sehe, der hat im Ausland irgendwas gemacht. [So] kann ich auf die Persönlichkeit schließen: Das ist einer, der sich was zutraut [und] mit fremden Umgebungen was anfangen kann. (IP 35ngo).

Daher kann ein Auslandsaufenthalt das entscheidende Kriterium bei der Wahl zwischen mehreren BewerberInnen mit ähnlichen fachlichen Kenntnissen sein:

Wenn ich zwischen zwei Bewerbern zu entscheiden hätte, [wobei einer ein Semester oder ein Jahr im Ausland war und der andere nicht], da muss der, der das nicht gemacht hat, schon dreimal besser wirken, dass man sich vielleicht für den entscheidet: Da würde ich unbedingt den bevorzugen, der irgendeine Auslandserfahrung schon gemacht hat. (IP 29W, siehe auch 6w).

Manche Organisationen bevorzugen BewerberInnen, die sich für einen Aufenthalt in ein Land entschieden haben, das für ein Auslandsjahr beziehungsweise -semester selten gewählt wird :

Ich würde sagen, je exotischer, desto mehr zeigt das eine gewisse Flexibilität, vor allem, wir engagieren uns [zunehmend] mehr in den Ostländern, und die sind sicher auch die Schwierigeren von der Sprache her. Auch dort zu leben ist sicher weniger angenehm: [Es ist schwieriger] in Sofia zu leben als in Paris. (IP 6w)

Es ist auch nebensächlich, ob im Ausland ein Praktikum absolviert oder weiter studiert wird: „Das ist egal. Ich glaube einfach, wenn man ein halbes Jahr im Ausland ist, prägt das enorm, egal was man dort tut“ (IP 2w)

²⁵ siehe auch IP 17d, IP 19wa, IP 23w.

Ein verpflichtendes Auslandsjahr, wie es vom Zentrum für Fachsprachen und interkulturelle Kommunikation befürwortet wird, wäre also für AbsolventInnen jeglicher Studienrichtung ein Wettbewerbsvorteil. Bei der Umstellung von Diplom- auf Bachelor und Masterstudien wurde die Dauer eines verpflichtenden Auslandsaufenthaltes allerdings von einem Jahr auf ein Semester gekürzt, was natürlich die Intensität der Erfahrung und die Entwicklung von interkulturellen Kompetenzen mindert. Auch war in den letzten Jahren zu bemerken, dass die Zahl der Studierenden der Johannes Kepler Universität, die ein Auslandsstudienjahr absolviert haben, trotz leicht steigender Studierendenzahlen ständig abgenommen hat. Österreichweit verbringen nur 23% und somit ein knappes Fünftel aller Studierenden ein Semester oder ein Studienjahr im Ausland (Schmid 2010: 137). Daran zeigt sich, dass es den Universitäten noch nicht gelungen ist, das Bewusstsein der Studierenden für die Wichtigkeit solcher Erfahrungen zu wecken.

6. SCHLUSSWORTE

Die vorliegende Studie präsentiert das Ergebnis von 40 ExpertInneninterviews mit Personalverantwortlichen von Organisationen des oberösterreichischen Wirtschaftsraumes bezüglich der Fragestellung, welche Anstellungschance die generalistisch ausgebildeten AbsolventInnen der interdisziplinären Studienrichtung Kulturwissenschaften in der Region vorfinden.

Die in den Interviews gestellten Fragen beleuchteten unter anderem die Ausschreibungspraxis und den Einstellungsprozess der befragten Organisationen, um herauszufinden, welche Qualifikationen und Kompetenzen AkademikerInnen mit Abschluss in Kulturwissenschaften mitbringen sollten, um im oberösterreichischen Wirtschaftsraum Aufnahme zu finden. Weitere Fragenkomplexe versuchen zu klären, welche Qualifikationen diese AbsolventInnen unbedingt erwerben müssten (*must-haves*), beziehungsweise welche zusätzlichen Kompetenzen ihnen einen Wettbewerbsvorteil (*nice-to-haves*) verschaffen würden.

Bei den befragten Organisationen besteht in der Mehrzahl durchaus ein Interesse an generalistisch ausgebildeten MitarbeiterInnen. Überwiegend finden sie jedoch einen kulturwissenschaftlichen Abschluss nur in Verbindung mit betriebswirtschaftlichen Grundkenntnissen oder als Zusatz zu einem bereits bestehenden wirtschaftswissenschaftlichen oder technischen Schwerpunkt interessant. Im Curriculum der Studienrichtung Kulturwissenschaft sind jedoch nur in einem der drei Studienschwerpunkte Grundlagen der Betriebswirtschaft vorgesehen, in den restlichen Schwerpunkten können diese nur über die freien Studienfächer erworben werden. Hier wird eine entsprechende Beratung der Studierenden notwendig sein.

Pluspunkte der Ausbildung aus Sicht der InterviewpartnerInnen sind die Kenntnisse von Fremdsprachen, wobei Englischkenntnisse eine Grundvoraussetzung zur Einstellung von AkademikerInnen sind und hier nicht ausdrücklich angeführt werden. Betont wird vor allem die Wichtigkeit von „Ostsprachen“, eine bessere Allgemeinbildung, gute persönliche und soziale Kompetenzen, Selbstmanagement, das Wissen über und die Erfahrungen mit anderen Kulturräumen und ein vernetzter, generalistischer Denkansatz, der Zusammenhänge schneller erfassen und Verbindungen herstellen lässt.

Eine Gefahr für die AbsolventInnen des Studiums sehen die InterviewpartnerInnen darin, dass die erworbenen Qualifikationen und Kompetenzen für potentielle ArbeitgeberInnen nicht klar erkennbar sind und daher eine Hürde bei der Erstausswahl für einen zu besetzenden Posten darstellen. Hier sehen sie einen Bedarf an Öffentlichkeitsarbeit von Seiten der Universität, die auch die Personalberatungsbüros mit einschließen sollte, da diese gerade bei der Erstausswahl von BewerbungskandidatInnen eine wichtige Rolle spielen.

ANHANG I: LISTE DER BEFRAGTEN ORGANISATION/INTERVIEWPARTNERINNEN

ARBEITERKAMMER OÖ	Dr. Fritz Bauer
BANNER BATTERIEN	Dr. Claudia Gerstl
BUNDESDENKMALAMT	Dr. Wilfried Lipp
CARITAS	Mag. Herbert Schustereder
CEF	Dr. Christian Fuchs
EREMA	Ing. Georg Weigerstorfer
FERROGLAS	Ing. Werner Tischer
GRUBER & CO	Rupert Gaunersdorfer
GRÜNE ERDE	Mag. Kuno Haas
LEITL WERKE	Dipl. Ing. Martin Leitl
LENTOS	Dr. Gernot Barounig
LINZ TEXTIL	MMag. Alexander Hofstadler
LINZ09 (1)	Airan Berg Bacc.
LINZ09 (2)	Martin Heller lic. phil., Mag. Julia Stoff
LINZ AG	Mag. Peter Gottermeier, Dr. Karin Schütt
LIVA	Artur Matt
MAGNA POWERTRAIN	Dipl. Ing Bernhard Unger
OÖNachrichten	Mag. Dietmar Mascher
ORF	Dr. Johannes Jetschgo
PEEK & CLOPPENBURG	Dipl. jur. Irina Lebedewa
FRIED Personal-Dienstleistungen	Dr. Walter Fried
PROMENTE	Mag. Barbara Gschwandtner
RAMSAUER & STÜRMER	Dr. Ekkehard Redlhammer
REWE	Mag. Barbara Wöhrleitner, Jasmin Zimmermann
RAIFFEISEN LANDESBANK	Mag. Tina Stöbich-Mostler
ROSENBAUER	Dr. Markus Öttl
SIEMENS VAI	Mag. Christiane Zauner, Ing. Gernot Moitzi
SKF	Dr. Franz Hubmer
SOS MENSCHENRECHTE	Mag. Christian Cakl
SPARKASSE OÖ	Dr. Johann Kastl
STADT LINZ	StR MMag. Klaus Luger
TEAM 7	Dr. Georg Emprechtlinger
TGW LOGISTICS GROUP	Mag. Sandra Wenigwieser

TRODAT

UNIQA

VOEST ALPINE

VOLKSHILFE

WINTERSTEIGER

WIRTSCHAFTSKAMMER OÖ

WRS PERSONALMANAGEMENT

Mag. Christian Kneidinger

Josef Gusenbauer, Ing. Hubert Haubner

Mag. Silvia Neuweg

Mag. Karl Osterberger

Ing. Markus Piber

Dr. Gottfried Wandl

Mag. Sabine Schmalzl

- **Fragen über die Organisation**
 - Kontakte ins Ausland – welche Länder
 - Welche Erfahrungen mit Uni-AbsolventInnen
- **Welche Qualifikationen erwarten Sie von Uni-AbsolventInnen?**
 - Was sollten AbsolventInnen "können"? Was geht Uni-AbsolventInnen ab? Was fehlt?
 - Wenn Sie einen Job ausschreiben, suchen Sie dann nach AbsolventInnen einer konkreten Studienrichtung (d.h. orientieren Sie sich an einem konkreten Abschluss) oder eher an Kompetenzen, die Sie selbst definiert haben? Welche Kompetenzen sind das?
 - Welches Wissen und welche Fähigkeiten bringen MitarbeiterInnen mit Universitätsabschluss von der Universität mit, was müssen sie noch in der Jobpraxis erwerben?
 - Wie schätzen Sie die Allgemeinbildung der AbsolventInnen ein?
 - Was ist für Sie Allgemeinbildung?
 - In welchen Bereichen/Abteilungen ist für Ihre Organisation Allgemeinbildung von Bedeutung?
- **Einstellungsprozess**
 - Wie rekrutieren Sie MitarbeiterInnen mit akademischem Abschluss? Medien? Was steht bei Ihnen in Stellenausschreibungen?
 - Nach welchen Kriterien werden MitarbeiterInnen ausgewählt? Wie reduzieren Sie von 100 auf 30, von 30 auf 10, von 10 auf 1? Wie wird die Anzahl der BewerberInnen Schritt für Schritt eingeschränkt?
 - Worauf wird geschaut? (Zeugnisse/Noten, persönlicher Eindruck, Auslandssemester, soziales Engagement, zweisprachige Familie, Muttersprachler, etc...)
- **Qualifikationsprofil von UniversitätsabsolventInnen,**

- Gibt es in Organisation AbsolventInnen, die weder einen technischen, wirtschaftswissenschaftlichen, oder juristischen Abschluss haben?
 - Welche Abschlüsse haben diese MitarbeiterInnen?
 - In welchen Bereichen werden sie eingesetzt?
 - Erfahrungen mit ihnen
 - Zusatzausbildung
- Vorstellen des Kulturwissenschaften Curriculums: Wären AbsolventInnen von KUWiss interessant für Ihre Organisation?
 - Welche Inhalte aus diesem Studium könnten für Ihre Organisation relevant sein?
 - In welchem Bereich sollten/könnten AbsolventInnen von KuWiss eingesetzt werden? Allgemein? In Ihrer Organisation? Im Ausland?
 - Gibt es Bereiche, Inhalte, Kompetenzen, mit denen man die Studienpläne bereichern könnte?
- **Stichwort – Fremdsprachenbedarf:**
 1. Wie ist der Fremdsprachenbedarf Ihrer Firma momentan, wie schätzen Sie den zukünftigen Fremdsprachenbedarf ein?
 - a. Haben Sie den Eindruck, dass der Fremdsprachenbedarf von Universitäten abgedeckt wird?
 - b. In welchen Sprachen/Fertigkeiten wird der Bedarf nicht abgedeckt?
 - c. Wie kann die Universität diesem Bedarf Rechnung tragen?
- **Auf die Sprachenstrategie der Organisation eingehen: Praxis mehrsprachiger Kommunikation, z.B. Homepage oder im direkten Kontakt mit den Kunden:**
 - Welche Rolle spielen Sprachkenntnisse im Rahmen des Einstellungsverfahrens?
 - Welche Rolle spielen interkulturelle Kompetenzen im Rahmen des Einstellungsverfahrens?
 - Wie wichtig ist Wissen über einen oder Erfahrungen in einem bestimmten Kulturraum bei der Einstellung von MitarbeiterInnen?

Fremdsprachen:

- a. Welche Fremdsprachen sind in Ihrer Organisation besonders wichtig?
- b. Welches Sprachniveau erwarten Sie? Bieten Sie firmenintern Sprachkurse an?
- c. Wie werden FS Kenntnisse überprüft?
- d. Europäischer Fremdsprachenpass?
- e. Auslandsaufenthalt? Praktikum/Studium? Diplomarbeit in einer Fremdsprache als positives Einstellungskriterium?
- f. Interkulturelle Kompetenz?

7. LITERATUR

Archan, Sabine & Helmut Dornmayr (2006): *Fremdsprachenbedarf und –kompetenzen. Unternehmensbefragung zu Ausbildungsqualität und Weiterbildungsbedarf*, ibw-Schriftenreihe Nr. 131, Institut für Bildungsforschung der Wirtschaft, <http://www.ibw.at/media/ibw/fb143.pdf>, letzter Zugriff 27.5.2011.

Campbell, David F.J. & Angelika Brechelmacher (2007): „Bachelor Neu und der Arbeitsmarkt“. *Analyse der Sichtweisen von wirtschaftlichen Unternehmen und von Universitäten und Fachhochschulen. Formulierung von Empfehlungen. Forschungsprojekt im Auftrag der WKÖ* (Wirtschaftskammer Österreich) am Institut für Wissenschaftskommunikation und Hochschulforschung der Universität Klagenfurt, http://www.uni-klu.ac.at/wiho/downloads/studie_bachelor_FINAL.pdf, letzter Zugriff 27.5.2011.

Cilt & InterActInternational, (2006): *ELAN: Auswirkungen mangelnder Fremdsprachenkenntnisse in den Unternehmen auf die europäische Wirtschaft*, ec.europa.eu/education/languages/Focus/docs/elan_de.pdf, 7.10.2 letzter Zugriff 27.5.2011.

Euler, Hanns Peter & Ursula Rami (2006): *Beruflich erfolgreicher durch Auslandsaufenthalte während des Studiums. Studie zur Evaluierung des Kepler-Internationalisierungsprogrammes (KIP)*. Trauner Verlag: Linz.

Fanta, Alexander (2009): Der eiserne Sprach-Vorhang. In: *Der Standard* Freitag 2. Oktober 2009, 23.

Lehtonen, Tuula & Sinikka Karjalainen (2008): University graduates' workplace language needs as perceived by employers. In: *System* 36, 492 - 503.

Österreichs Wirtschaftssektoren: Außenhandel, <http://www.eu2006.gv.at/de/Austria/Overview/sectors.html>, letzter Zugriff 27.5.2011.

Reuter, Nicko (2004) *Der Passauer Diplom-Kulturwirt im Spiegel des Arbeitsmarktes: Konzept einer Verbleibstudie und Pilotbefragung*. Passau: Diplomarbeit.

Schmid, Kurt (2010): Außenwirtschaft und Humanressourcen: Herausforderungen infolge der Internationalisierung, ibw-Forschungsbericht Nr. 152, Institut für Bildungsforschung der Wirtschaft, <http://www.ibw.at/media/fb152.pdf>, letzter Zugriff 27.5.2011.

Statistik Austria, *Entwicklung der Außenhandelsströme 1995-2008*, http://www.statistik.at/web_de/services/wirtschaftsatlas_oesterreich/aussenhandel/024128.html, letzter Zugriff 27.5.2011.

Voss, Inga (2001) *Der Diplom-Kulturwirt: „Gut geschnittener Generalist“ oder „Hansdampf in allen Gassen“? Unternehmen evaluieren den interdisziplinären Passauer Diplomstudiengang „Sprachen, Wirtschafts- und Kulturraumstudien“*. Passau: Diplomarbeit.