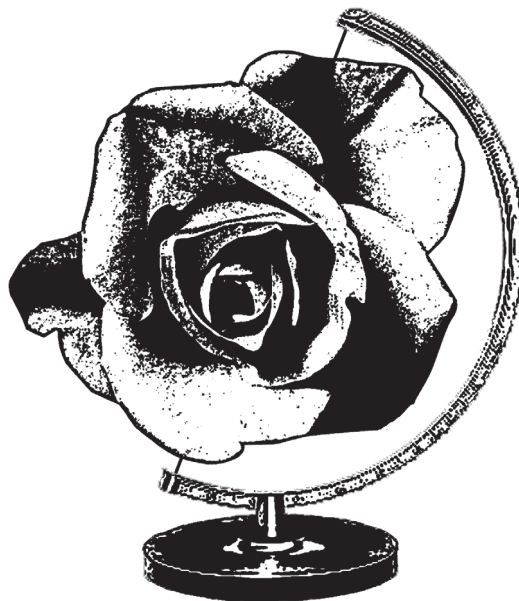


Die Rose der Wissenschaft

Geographische Beruf(ungen) - AnthropogeographInnen auf dem Weg in den Arbeitsmarkt

Kerstin Schenkel (Hrsg.)



Ergebnisbericht der Lehrveranstaltung
'Berufsprofiling für GeographInnen'
im WS 2004 / 2005

Kerstin Schenkel: **AnthropogeographInnen auf dem Weg in den Arbeitsmarkt**
Band 47, 2005 Ergebnisbericht der Lehrveranstaltung
 ‚Berufsprofiling für GeographInnen‘ im WS 2004/2005

**METAR - MANUSKRIPTE ZUR
EMPIRISCHEN, THEORETISCHEN UND ANGEWANDTEN REGIONALFORSCHUNG**

ISSN:0170-6268

HERAUSGEBER:

Prof. Dr. Gerhard Braun **Arbeitsbereich TEAS -
Theoretische Empirische Angewandte Stadtforschung**
Prof. Dr. Georg Kluczka **Arbeitsbereich Angewandte Geographie**

SCHRIFTLEITUNG:

Dipl. Geogr. Stephan Birk

LAYOUT:

Sandra Jasper
Matias Ruiz Lorbacher

Freie Universität Berlin, Institut für Geographische Wissenschaften
Malteserstr. 74-100
D-12249 Berlin

Tel: 030 838 70 201
Fax: 030 767 06 435

Copyright:

Die Manuskriptenreihe sowie alle in ihr enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung bedarf der vorherigen Zustimmung der Herausgeber. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen sowie die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Titelbild: Charles Sebastian Böhm

Inhaltsverzeichnis

Einleitung	4
Kerstin Schenkel	
1 Auf dem Weg in den Arbeitsmarkt: Konzeption einer berufsvorbereitenden Lehrveranstaltung .	5
Kerstin Schenkel	
2 Die Folgen der rhetorischen Modernisierung für weibliche Berufs-/Lebensläufe	14
Nele Radlow, Sandra Jasper	
3 Zahlen, Daten, Fakten zum Arbeitsmarkt für Anthropogeograph-Innen	20
Gregor Herse	
4 Angebotsanalyse von Stellenangeboten	27
Joscha Graff	
5 Berufsfeldanalysen	32
Manuel Müller	
5.1 Jugendumweltbildung in Berlin	32
Charles Sebastian Böhm	
5.2 Berufsfeldanalyse Politikberatung	37
Gregor Herse	
5.3 (T)Raumberuf freie/r AusstellungsmacherIn?	40
Sandra Jasper	
5.4 Berufsfeld Journalismus	45
Manuel Müller	
Resümee	55
Kerstin Schenkel	
Abbildungsverzeichnis	56
Literaturverzeichnis	57

Einleitung

Kerstin Schenkel

Die Hochschulausbildung an den Universitäten steht im Zeichen des Auf- und Umbruchs. Mit dem europäischen Bildungsreformvorhaben des Bologna-Prozesses werden auch in der Bundesrepublik die Hochschulstudiengänge modularisiert und auf Bachelor- sowie Masterabschlüsse ausgerichtet. Die mit diesen Reformen verbundenen Zielstellungen sind vielfältig, auf den Bachelor-Grad bezogene Konzeptionen orientieren sich zuvorderst an der Entwicklung eines Abschlusses, der für eine Berufstätigkeit oder einen weiterführenden Studiengang qualifiziert. In Abgrenzung zu Spezialkenntnissen oder spezifischer Berufsfeldorientierung wird damit eher auf die Vermittlung allgemeiner und fachspezifischer Schlüssel- bzw. Basisqualifikationen gesetzt.

Am Geographischen Institut der Freien Universität konnte bereits zum Wintersemester 2004 der Bachelorstudiengang Geographische Wissenschaften zugelassen werden. Teil dieses Studiengangs ist ein Studienbereich ‚Allgemeine Berufsvorbereitung‘, der als berufsvorbereitenden Kompetenzbereich den Erwerb von u.a. auch personalen Schlüsselkompetenzen definiert. Unter personalen Schlüsselkompetenzen - den sogenannten soft-skills - ist auch die Fähigkeit zu subsumieren, das eigene Kompetenzprofil zum Ende des Studienprozesses authentisch einzuschätzen, um mit dieser Kenntnis (1) einen zielstrebigen Prozess der Kompetenzergänzung und (2) eine zielgerichtete Berufssuche zu initiieren. Derartige Weiterbildungen werden aktuell bereits vom Career-Service der Freien Universität Berlin angeboten, auf Lehrveranstaltungsformat zugeschnitten und auf bestimmte Qualifikationsabschlüsse ausgerichtet, werden sie bislang noch nicht konzipiert.

Die Arbeit an einer individuellen Kompetenzprofilentwicklung gewinnt für StudentInnen vor Ende ihres Studiums zunehmend an Bedeutung. Gerade in den geisteswissenschaftlichen Fächern, zu denen auch die Anthropogeographie qualifizierende noch auf bestimmte Berufstätigkeiten zugeschnittene Qualifikationen erworben. Hinzu kommen Veränderungen des Arbeitsmarktes, ehemals klassische Berufsfelder für AnthropogeographInnen wie beispielsweise der Planungsbereich spielen eine nur noch untergeordnete

Rolle, andere Felder, wie z.B. der Versicherungsmarkt eröffnen neue Optionen.

Vor diesem Hintergrund wurde im Wintersemester 2004/2005 das Seminar ‚Berufsprofiling für GeographInnen‘ konzipiert. Es setzte sich zum Ziel, in einem ersten Teil zu einer bewussten Reflexion der durch das Studium und der sonstigen im bisherigen Lebenslauf erworbenen Qualifikationen anzuhalten sowie zu einer differenzierten Selbstanalyse und Beschreibung eigener Stärken zu führen. Auf dieser Grundlage wurden in einem zweiten Teil methodisches Rüstzeug vermittelt, um einen den eigenen Qualifikationen angemessenen Berufsweg in die Wege leiten zu können. Dazu gehörten Recherchewerkzeuge zur Analyse von Berufsfeldern, Analysen zum Arbeitsmarkt für GeographInnen sowie exemplarische Experteninterviews zur Alltagsrealität einzelner geographischer Berufe auf der einen Seite, sowie zum anderen Hinweise und Tipps zur eigenen Berufssuche.

Ein Teil der Ergebnisse dieser Lehrveranstaltung sollen an dieser Stelle einer breiteren interessierten LeserInnenschaft zur Verfügung gestellt werden und dazu ermutigen, sich auch unkonventionellerer Wege zu bedienen, um mit der Berufssuche einen erfolgreichen Weg zu beschreiten. Mit einem stark umkämpften Arbeitsmarkt konfrontiert, ist es für heutige StudienabsolventInnen unabdingbar, auf einer sehr selbstbewussten Ebene in klarer Kenntnis - im Sinne von Wissen und gefühlter Verinnerlichung - der eigenen Kompetenzen und Qualifikationen und der Fähigkeit, diese zu artikulieren auf die Suche nach einem Arbeitsplatz zu gehen. Noch viel mehr aber bedarf es des Wissens, in welchen Tätigkeitsfeldern diese Berufssuche stattfinden soll. Der Beliebigkeit massenhafter Bewerbungen muss also eine Strategie der ganz gezielten Recherche und Suche entgegengestellt werden, die letztlich nur einer Absicht verfolgt - die eigene Berufung zu verfolgen und zu finden. Es bedarf einer vom Sinn des eigenen Tuns inspirierter, kraftvoll und authentisch agierender Persönlichkeit, um sich in einem Umfeld hochqualifizierter KonkurrentInnen durchsetzen zu können.

So werden an dieser Stelle einerseits wichtige Teile des Lehrveranstaltungskonzeptes vorgestellt, um den Sinn und Zweck einer individuellen Kompetenzprofilsuche am konkreten Beispiel darstellen zu können. In einem zweiten Kapitel wird auf den Stellenwert der Geschlechterverhältnisse für die Berufsplanung eingegangen. Unter dem Begriff der rhetorischen Modernisierung wird in Anlehnung an Angelika Wetterer die Ungleichzeitigkeit der Modernisierung des Differenzwissens auf der einen Seite und des durch inkorporiertes Wissen dauerhaft verfestigten geschlechterdifferenzierten Handelns auf der anderen thematisiert. Ihre Auswirkung auf die Positionierung von Frauen und Männern im Arbeitsmarkt sind weiterhin erheblich und es erscheint von daher angemessen, ihre Thematisierung

nicht nur in Lehrveranstaltungen, sondern auch in einer solchen Veröffentlichung vorzunehmen.

Zahlen, Daten und Fakten zum anthropogeographischen Arbeitsmarkt sowie eine Analyse von Stellenangeboten, die potentiellen Berufsfeldern von GeographInnen entsprechen, wurden von StudentInnen der Lehrveranstaltung recherchiert und analysiert, die Ergebnisse werden in zwei weiteren Kapiteln dokumentiert. Die Resultate der ExpertInneninterviews zu vier Berufsfeldern, der Jugend-Umweltbildung, der Politikberatung, des Journalismus und der Tätigkeit als Freie AusstellungsmacherInnen runden diese Dokumentation ab.

1 Auf dem Weg in den Arbeitsmarkt: Konzeption einer berufsvorbereitenden Lehrveranstaltung

Kerstin Schenkel

Einleitung

Bei der an dieser Stelle vorgestellten Konzeption einer Lehrveranstaltung musste aus vier Gründen eine schwierige Balance gehalten werden: Einerseits wachsen die StudentInnen der 80er-Generation schon seit Jahren im Wissen um eine sich ständig verschärfende Arbeitsmarktsituation auf. Die klassische Reaktion der meisten AbgängerInnen in solch einer Situation ist, sich massiv und unter Nutzung aller möglichen Medien wie Zeitungen, Internet-Jobbörsen und Arbeitsamt auf alles zu bewerben, was ansatzweise dem eigenen Hochschulabschluss entspricht bzw. sich in sämtlichen nur möglichen Jobbörsen als Arbeitssuchende einzutragen. Es war von daher wichtig, die Situation des Arbeitsmarktes bezogen auf potentielle Arbeitsfelder hin differenziert zu analysieren, sich aber auch über Sinn und Zweck der Nutzung solcher Medien und ihrer Vermittlungswahrscheinlichkeiten zu beschäftigen.

Zum Zweiten war es aber andererseits noch viel wichtiger, die Orientierung vom formellen Arbeitsmarkt weg hin zum informellen Arbeitsmarkt zu lenken und deutlich zu machen, dass eine viel

größere Wahrscheinlichkeit für den Beginn eines Arbeitsverhältnisses besteht, wenn über Netzwerkarbeit und Verstärkung informeller Kontakte Zugang zu nicht öffentlich ausgeschriebenen Stellen gesucht wird bzw. selbst Stellen geschaffen werden.

Drittens wird in der Regel nicht intensiver danach oder geforscht, wohin denn der innere Ruf geht bzw. welche Berufsziele denn der eigenen Persönlichkeit entsprechen. Man wird jedoch sowohl dem Einzelnen und seiner Selbstverwirklichung als auch den Ansprüchen der Personalchefs vor allem dann gerecht, wenn statt der grauen angepassten Masse vom eigenen Handeln, Tun und der individuellen Zielbestimmung überzeugte und überzeugend auftretende Persönlichkeiten in den Arbeitsmarkt entlassen werden.

Und viertens muss meinen Erfahrungen als Lehrende nach festgestellt werden, dass sich etwa für die Hälfte aller Studierenden die Sinnhaftigkeit der Geographie als Wissenschaft nicht vollständig erschließt und sie weder mit gesteigertem Selbstwertgefühl noch Stolz auf das Erlernte die Universität verlassen. Auch dieser Punkt bedarf ausreichender Debatte und innerer Ver-

tiefung bzw. Bewusstwerdung bezüglich der Frage, welche Kompetenzen denn eigentlich im Laufe der letzten fünf bis sieben Jahre Studium erworben wurden und in welchem Verhältnis diese zu den erwarteten Qualifikationen und Fähigkeiten stehen, die auf dem Arbeitsmarkt nachgefragt werden.

Es hieß also eine Balance zu halten, die die Intensität der Auseinandersetzung mit den objektiven Gegebenheiten des Arbeitsmarktes für AnthropogeographInnen abwog gegenüber der Orientierung an der eigenen Persönlichkeit. Auf der einen Seite erhielt diese Lehrveranstaltung also auch methodisch eher den Charakter eines Workshops, der die Möglichkeit bot, die Konzentration in Einzel- und Gruppenarbeit immer wieder auch auf die eigene Person zu lenken, um unterschiedliche Zugänge - rationale wie intuitive - zu ermöglichen. Auf der anderen Seite aber waren auch Vertiefungen in die Methoden der empirischen Sozialforschung - Recherchen, quantitative Analysen und Experteninterviews - Teil der gemeinsamen oder auch studentischer Einzelarbeit (s. Abb.1).

Integrative Berufs- und Lebensplanung I

Um sich des Themas anzunähern wurde zunächst in einem Rückblick per Brainstorming, Einzel- und Plenumsarbeit das Geographiestudium unter den Fragestellungen reflektiert:

- Wie haben Sie zu dem Studienplatz in räumlicher und fachlicher Hinsicht gefunden?
- Welche Kompetenzen haben Sie in einem ersten Rückblick erworben?
- Mit welchem Gefühl zu Studium und Studieneinfach beenden Sie die Universitätszeit?

Daran anknüpfend wurde ein offenes Plenumsgespräch zu der Frage geführt, mit welchem Verhältnis und welchen Ansprüchen die StudentInnen auf Arbeitssuche gehen und was in diesem Zusammenhang Beruf und Berufung¹ für sie bedeuten.

¹ Nach eigener Definition bedeutet eine Berufung zu erfüllen, das Leben, den Beruf und die äußeren Umstände zu haben, die den eigenen Bedürfnissen entsprechen und glücklich machen. Menschen, die ihre Berufung gefunden haben, sind voller Energie, enorm motiviert, üben eine große Anziehungskraft und Motivation auf Andere aus, haben eine hohe Lebensqualität und kennen Sinn und Ziel ihres Lebens.

Werdegang - Potentiale

Um sich mit eigenen Kompetenzen und Potentialen beschäftigen zu können, bedarf es zunächst einer genaueren Begriffsbestimmung dessen, was unter Kompetenz zu verstehen ist bzw. welche Arten von Kompetenzen voneinander zu unterscheiden sind. Nicht immer sind klare Abgrenzungen der Kompetenzarten zueinander zu ziehen, persönliche und soziale Kompetenzen bieten genauso Überschneidungspunkte wie die methodische sowie fachliche Kompetenz und die strategische Handlungskompetenz, Genderkompetenz ist dagegen eine Querschnittskompetenz, die fast alle anderen Kompetenzarten mit einer bestimmten inhaltlichen Ausrichtung beinhaltet. Zu den einzelnen Kompetenzarten sind jeweils unterschiedlichste Fähigkeiten zu subsumieren, also die in Lernprozessen erworbenen Kenntnisse, Haltungen und Einstellungen, die das Potential einer Person darstellen.

Diese in Einzel-, Gruppen- und Plenumsarbeit vorgenommene Begriffsschärfung war eine notwendige Voraussetzung, um sich der eigenen Potentiale zu vergewissern. Bei der Arbeit am eigenen Potential wurde auf die Ausarbeitungen des Qualifikationsbuches des Schweizer Qualifikationsprogramms zur Berufslaufbahn zurückgegriffen (2002, 32ff), die sehr intensive und differenzierte Analysen aller bzw. wichtiger bisheriger Tätigkeiten sowie der dadurch erworbenen Fähigkeiten und Kompetenzen nebst ihrer Qualitätseinstufung zulassen.

Zum eigenen Profil

Die Zusammenstellung des aktuellen eigenen Fähigkeitsprofils ist die Quintessenz der Potentialarbeit. Aktuelle Fähigkeiten und Kernkompetenzen werden zunächst aufgelistet, mit im Rahmen der Tätigkeiten entstandenen Produkten bzw. Ergebnissen belegt, zu kurzen aussagekräftigen Begründungen umformuliert und dann beurteilt bzw. gewichtet (ebd., 45ff).

Aber zum eigenen Profil gehören bei weitem nicht nur die Fähigkeiten und Kompetenzen, zu ihnen gehören Werte, Lebensziele, die Festlegung individueller Interessensgebiete, das menschliche Umfeld, in dem man sich am wohlsten fühlt sowie die räumliche Präferenz und die erwünschten Arbeitsbedingungen sowie Gehalt und angestrebte Position. Diese Differenzierung von

Abb. 1: S Berufsprofiling für GeographInnen: Lehrveranstaltungskonzeption

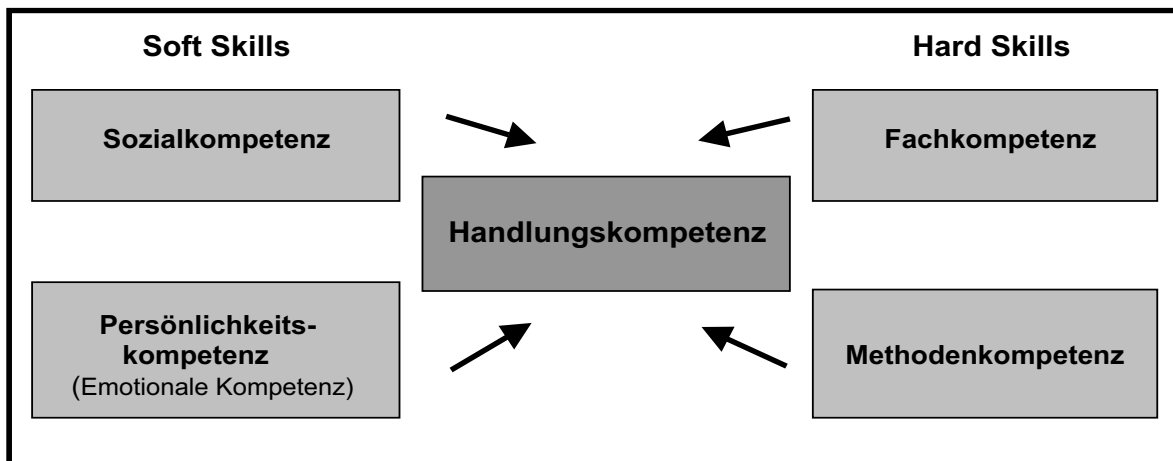
29.10.04	Werdegang – Potentiale	Kurze Einführung Begriffsbestimmung Kompetenz Arbeit am eigenen Potential Arbeit am aktuellen persönlichen Profil Reflektion der Arbeit zum persönlichen Profil
	Integrative Berufs- und Lebensplanung I	Reflexion Studium Beruf versus Berufung
30.10.04	Zum eigenen Profil	Favorisiertes menschliches Umfeld Werte und Lebensziele Regionale Präferenzen Arbeitsbedingungen – Erfahrungen und Präferenzen Gehalt und Position Festlegung individ. Interessensgebiete und Tätigkeitsfelder
06.11.04	Integrative Berufs- und Lebensplanung II	Zum Stellenwert der Geschlechterverhältnisse für die Berufs- und Lebensplanung – Theoretische Einführung sowie Daten und Fakten Reflexion: Bedeutung der Geschlechterverhältnisse für den eigenen Lebenslauf
	Arbeitsmarktanalysen I	Arbeitsmarkt und Berufsfelder von GeographInnen Alltagsrealitäten geographischer Berufe Zahlen / Daten und Fakten zum Arbeitsmarkt für GeographInnen Traditionelle Stellensuche (Zeitungsmarkt, Jobbörsen, Literatur) Analyse von Stellenangeboten nach geforderten Hard- und Soft Skills
	Arbeitsmarktanalysen II	Ergebnispräsentationen der Expertengespräche
13.11.04	Stellensuche I	Kontakte aufbauen und nutzen Informelle Gespräche – Leitfaden entwickeln Stellenwert von Dankeschreiben / Entwurfsarbeit Nachweise / Belege: Durchsicht und Vervollständigung
	Stellensuche II	Kontaktaufnahme mit Unternehmen Professionelles Berufsprofiling / ArbeitsberaterInnen

Quelle: eigener Entwurf

unterschiedlichen Aspekten des eigenen Profils wird u.a. sehr gewinnbringend in dem Buch von R. N. Bolles ‚What colour is your parachute‘ (2002) vorgenommen, das eine weitere wichtige Orientierung für die LV-Konzeption darstellte. Persönliche Werte und Ziele wurden in Form von Brainstorming im Plenum und Eigenarbeit erarbeitet, die Festlegung auf gewünschte menschliche Umfeldler fand durch eine interaktive Methode in Orientierung an den Holland-Code nach Stangl (<http://www.stangl-taller.at/STANGL/WERNER/BERUF/PUBLIKATIONEN/FITComputer.html>. 01.03.05) statt. Die Bedeutung des menschlichen Umfeldes bzw. des Habitus von beruflichen Umfeldern und der darin

Arbeitenden werden z.T. unterschätzt. Werte, Normen, Gesten, Verhaltenscodes, Kleidung, Freizeitinteressen u.ä. prägen den Arbeitsplatz und entscheiden in erheblichem Maße über das Wohlergehen. In gleichem Maße trifft das auch auf die Arbeitsbedingungen zu. Studentinnen haben zum Abschluss ihres Studiums schon vielfältige Arbeits- und auch Lernbedingungen kennen gelernt, so dass diese Erfahrungen einen wichtigen Ausgangspunkt für die selbstbewusste Festlegung eines optimalen Arbeitsumfeldes darstellen. Direkt zum Arbeitsfeld gehören auch Gehalt und Position. Gehaltsfestlegungen werden in Bewerbungsgesprächen oft gefordert, so dass es erstrebenswert ist, sich zum Einen Re-

Abb. 2: Das Handlungskompetenzmodell



Quelle: eigener Entwurf

chenschaft darüber abzulegen, welches Gehalt mindestens gebraucht und welches realistisch wünschenswert wäre, sowie diese Gehaltsvorstellungen zum anderen mit gezahlten Gehältern abzugleichen, z.B. durch einen Gehaltscheck im Internet. Nicht zuletzt sollte auch das räumliche Umfeld nicht einfach dem Zufall überlassen werden; auch hier sollten auf der Basis der eigenen Erfahrungen und Bedürfnisse die Präferenzen für bestimmte Regionen, Länder, Stadtgrößen u.a. geklärt werden.

Integrative Berufs- und Lebensplanung II

Der zweite Block zur integrativen Berufs- und Lebensplanung hatte zum Ziel, die StudentInnen auf der Basis einer theoretischen Einführung für die Auswirkungen und Konsequenzen des eigenen Geschlechts für die Lebens- und Berufsbiographie zu sensibilisieren. Schulbildung und Studium werden von jungen Studentinnen und Studenten überwiegend als Gleichheitserfahrung wahrgenommen, sodass beide Geschlechter vor der potentiellen Berufswahl bzw. vor dem Einstieg in den Arbeitsmarkt nicht von Ungleichheitssituationen ausgehen. Zum Teil stellt schon - wenn auch unreflektiert - die Wahl des Studienfaches eine geschlechtsspezifische Prägung dar, erst recht jedoch die Wahl des Berufsfeldes: Sie kann Auswirkungen auf Beschäftigungsmöglichkeiten, Verdienst, berufliches Fortkommen und auf das gesellschaftliche Ansehen haben. Bei Frauen werden hier bereits die Weichen

für spätere "Armutskarrieren" gelegt: Sie begreifen ihre Arbeit schneller als "Zuverdienst" und sind eher bereit, ihren Beruf zugunsten der Familienarbeit einzuschränken, zu unterbrechen oder sogar ganz aufzugeben - mit entsprechenden Folgen für ihre Altersversorgung bzw. ihre Einkommensmöglichkeiten, wenn die Partnerschaft scheitern sollte. Männer fühlen sich dagegen wie selbstverständlich für das Familieneinkommen zuständig; Ihr Bedürfnis nach gemeinsamer Zeit mit der Familie wird den beruflichen Anforderungen untergeordnet. Teilzeitarbeit wird von der Gesellschaft eher Frauen zugeschrieben, für Männer wird sie weniger akzeptiert. All dies führt zu unterschiedlichen Lebens- und Erfahrungswelten bei Männern und Frauen, die Auswirkungen auf fast alle gesellschaftlichen Bereiche haben. Eine Sensibilisierung für diese Realitäten kann dazu beitragen, Lebensplanung und Berufswahl bewusster anzugehen.

Arbeitsmarktanalysen

Zentrales Ziel dieses Lehrveranstaltungsmoduls war, den düsteren verallgemeinernden Prognosen zum Arbeitsmarkt differenzierteres Faktenwissen gegenüberzustellen. Sowohl im AkademikerInnenarbeitsmarkt im allgemeinen als auch dem Arbeitsmarkt für AnthropogeographInnen im besonderen ist Bewegung, sind Möglichkeiten für Beschäftigung gegeben. Es bedarf jedoch ausgehend von der genauen Kenntnis und Einschätz-

Abb. 3: Potential, Fähigkeiten, Kompetenzen

Einsatzbereich / Hauptaufgabe / Auftrag / Projekt	Bildung Ausbildung Weiterbildung	Erwerbstätigkeit Berufliche Tätigkeit Nebenberufliche Tätigkeit	Freie Tätigkeiten Familientätigkeit Freizeitaktivität Staatsbürgerl. Tätigkeit Ehrenamtliche Tätigkeit								
Aufgaben / Tätigkeiten / Lerninhalte	Ergebnisse / Produkte	Fähigkeiten / Kompetenzen	Fähigkeitsbereiche *				Niveau-Einstufung**				Formelle Nachweise / Belege

* Fähigkeitsbereiche (Sozialer, persönlicher / emotionaler, fachlicher, methodischer Fähigkeitsbereich)
 ** Niveaueinstufung 1 = unter Anleitung 2 = selbständig bei ähnlichen Bedingungen
 3 = selbständig bei verschiedenen Bedingungen 4 = selbständig, erklären und vorzeigen können

Quelle: verändert n. Schweizerisches Qualifikationsbuch 2002

Abb. 4: Persönliches Profil

Fähigkeiten / Kernkompetenzen	Wo sind Fähigkeiten / Kernkompetenzen erworben worden	Erfolge / Resultate der eigenen Arbeit	Beurteilung / Gewichtung (in form einer Beschreibung)
Wozu sind Sie fähig? Was können Sie?	In welcher Funktion / Rolle? Bei welcher Aufgabe / Tätigkeit (Tätigkeitsbereich)?	Was haben Sie erreicht? Was ist das Ergebnis Ihrer Arbeit / Tätigkeit? Was können Sie konkret vorweisen?	Wie schätzen Sie Ihre Fähigkeiten / Kompetenzen selbst ein? Wie werden diese von Dritten beurteilt?

Quelle: verändert n. Schweizerisches Qualifikationsbuch 2002

ung der eigenen Kompetenzen der Analyse der Veränderung der Arbeitsfelder genauso wie auch der Veränderung der Kompetenzerwartungen, die in einzelnen Arbeitsfeldern an die BewerberInnen gestellt werden. In diesem Zusammenhang war die nicht repräsentative Studie zu geforderten Hard- und Soft Skills deutlich erkenntnisbringend auch insofern, als das deutlich wurde, dass GeographInnen in ihrem Studium auf vielfältige Art und Weise Soft Skills trainieren und damit für den Arbeitsmarkt gut vorbereitet sind.

Die wichtigsten Ergebnisse der Analysen, die in der Lehrveranstaltung als Referate präsentiert wurden, werden in Kapitel drei, vier und fünf dargestellt.

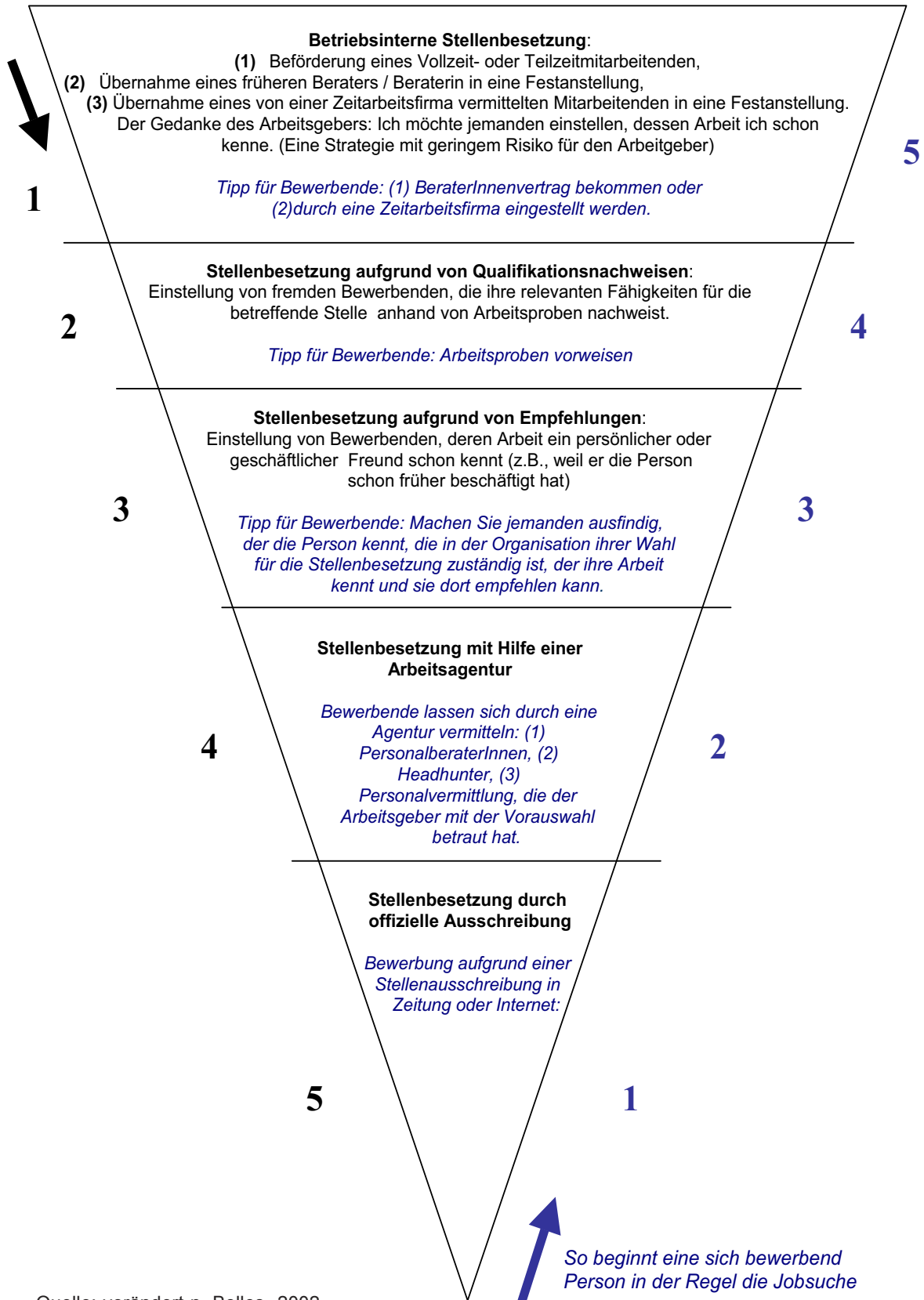
Stellensuche

Es wurde bereits darauf verwiesen, dass ein wichtiges Ziel dieser Lehrveranstaltung war, den StudentInnen über den offiziellen Arbeitsmarkt hinaus die Existenz und Bedeutung des informellen Arbeitsmarktes deutlich zu machen. Ein großer Teil der Stellen wird über den informellen Arbeitsmarkt vergeben, d.h. die Arbeitsstellen werden zum größten Teil betriebsintern besetzt oder an Personen vergeben, die durch informelle Kontakte den Arbeitgebers empfohlen werden.

Der methodenkompetenztrainierende Lehrinhalt war von daher zum Einen darauf bezogen, informelle Gespräche in Form von Leitfadeninterviews mit Personen zu führen, die innerhalb der präferierten Tätigkeitsfelder arbeiten und sie u.a. nach Inhalten, Qualifikationen und Arbeitsalltag zu fragen (s. zu den Ergebnissen Kap.5). Zum anderen wurde intensiv an der Thematik der Netzwerkbildung gearbeitet, ihre Funktion und Aufgaben, ihre Zusammensetzung und ihr Aufbau thematisiert. Nach Bolles werden über das klassische networking hinaus auch die intensive Pflege des Bekanntenkreises und der Aufbau eines Unterstützungsteams thematisiert. Es bedarf also zum einen eines Netzes von Kontakten zu Personen, die während der Jobsuche unterstützend tätig werden können und den Zugang zum informellen Arbeitsmarkt erleichtern helfen. Zum Anderen bedarf es aber auch eines aktivierte Bekanntenkreises und einer kleinen Gruppe von Unterstützenden, die einem bei emotionalen, sozialen und anderen Bedürfnissen in dieser schwierigen Phase zur Seite stehen können. Zur Netzwerkpflege gehört u.a. auch das Konzept der persönlichen brieflichen Dankeschreiben an alle Personen, die Teil des Netzwerkes geworden sind und die in irgendeiner Hinsicht weitergeholfen haben. Von Bolles in spiriert ist die durchweg positive Wirkung dieser

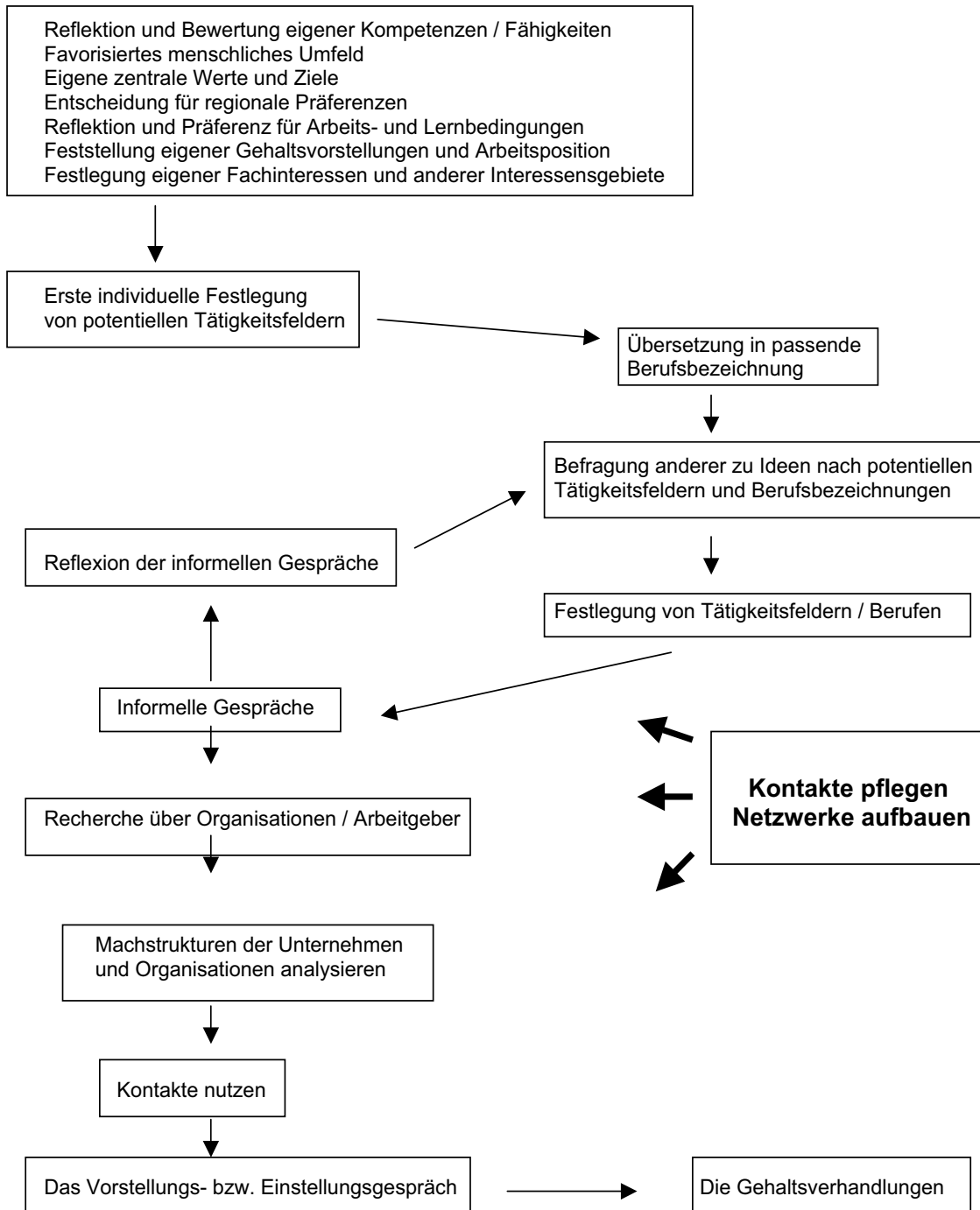
Abb. 5: Stellenbesetzung versus Jobsuche

So geht ein Arbeitgeber in der Regel bei der Stellenbesetzung vor



Quelle: verändert n. Bolles 2002

Abb. 6: Über den informellen Arbeitsmarkt zur Arbeitsstelle



Quelle: eigener Entwurf

Dankesschreiben aufgrund der Erfahrungen in der Lehrveranstaltung positiv bestätigt worden (Bolles 2002, 185ff).

Thematisiert wurde zuletzt noch ein weiterer Aspekt der in Deutschland bisher nicht praktiziert, bspw. aber in der Schweiz zum Stan-

dard geworden ist: Über klassische Qualifikationsnachweise bzw. Zeugnisse hinaus werden auch für Freizeittätigkeiten, Familientätigkeiten oder ehrenamtliche Tätigkeiten Belege oder auch Zertifikate erstellt, die Auskunft über den Kompetenzerwerb geben, der außerhalb von Erwerbs-

tätigkeit oder Bildungseinrichtungen stattgefunden hat. Diese Zertifizierung kommt der zunehmenden Nachfrage der Arbeitgeber nach Soft Skills und nach nebenberuflichem oder ehrenamtlichem Engagement entgegen.

Berufsprofiling als Standard-Lehrveranstaltung

Nach fast einhelliger Meinung der an der Lehrveranstaltung teilnehmenden Geographie-Studierenden sollte eine Lehrveranstaltung dieser Art und dieses Inhaltes zum Pflicht-Curriculum des Geographiestudiums gehören. Sich selbst bezüglich der erworbenen Kompetenzen und Fähigkei-

ten zu verorten und einzuschätzen wird als wichtige Voraussetzung zur erfolgreichen Suche eines Arbeitsplatzes gesehen, weil die Suche gezielter und effizienter stattfinden kann. Überdies hat sich den StudentInnen sehr deutlich die Notwendigkeit des frühzeitigen Netzwerkaufbaus vermittelt und sie hatten die Möglichkeit, bereits während der Lehrveranstaltung durch die informellen Gespräche mit dem Aufbau eines solchen Netzwerkes zu beginnen bzw. die schon bestehenden zu verstärken. Es bleibt zu hoffen, dass sich im Rahmen der Modularisierung der Studiengänge noch Möglichkeiten für die Integration solcher Themen in die Studienordnungen ergeben.

2 Die Folgen der rhetorischen Modernisierung für weibliche Berufs-/Lebensläufe

Nele Radlow, Sandra Jasper

Rhetorische Modernisierung

In den letzten Jahren ist in der Frauen- und Geschlechterforschung eine Diskussion darüber entstanden, ob die Geschlechterdifferenz immer noch den Status des bestimmenden Faktors in den Verhältnissen der Geschlechter zueinander hätte. Die Frauen- und Geschlechterforschung hat seit den 70er Jahren des 20. Jahrhunderts so stark zugenommen, dass es nun unzählige Studien bis hin zu Genderstudiengängen gibt, die sich mit dem Verständnis und dem Verhältnis der Geschlechter sowie deren Auswirkungen in der Praxis beschäftigen.

Bedingt durch die intensive Beschäftigung mit diesen Themen hat sich ein alltagsweltliches Differenzwissen entwickelt, welches von den Unterschieden der Geschlechter und ihrem Verhältnis Kenntnis trägt. Dieses Wissen hat sich vor allem in westeuropäischen Gesellschaften in fast allen Schichten und sozialen Gruppierungen verbreitet (Wetterer 2003, S. 291).

Jedoch scheint der damit theoretisch einhergehende soziale Wandel der Geschlechterverhältnisse in der Praxis nicht stattgefunden zu haben. Von einer Geschlechterrevolution kann kaum die Rede sein, wenn man sich die Arbeitsteilung in der Familie oder den Stand der Geschlechter in der Berufswelt genauer anschaut. An dieser Stelle lässt sich von einer rhetorischen Modernisierung sprechen, denn während eine Modernisierung des Differenzwissens schon stattgefunden hat, erfolgte eine Modernisierung des Handelns größtenteils noch nicht. Hier lassen sich deutlich die Brüche und Widersprüchlichkeiten erkennen, die die Modernisierung der Geschlechterverhältnisse in ihrem gegenwärtigen Stand charakterisieren (ebd., S. 289).

Die rhetorische Modernisierung schließt überdies die Dethematisierung der andauernden Ungleichheit der Geschlechter in der Praxis mit ein. Zwar hat sich das alltagsweltliche Differenzwissen weit verbreitet, jedoch wird der nicht erfolgte Wandel im Handeln der Geschlechter verschwiegen, um somit die Reproduktion der männlichen Dominanz in Gestalt fortbestehender Geschlechts-

normen und -strukturen weiterhin zu fördern (ebd., S. 290).

Im Folgenden werden nun diese Brüche in der Modernisierung der Geschlechterverhältnisse anhand der Arbeitsteilung im Haushalt und in den verschiedenen Phasen des Lebenslaufes verdeutlicht, die erhebliche Folgen auch für die beruflichen Orientierungen von Frauen haben.

Inkorporiertes Wissen

Aktuelle empirische Untersuchungen über die Arbeitsteilung im Haushalt haben gezeigt, dass diese immer noch größtenteils nach der klassischen Rollenverteilung stattfindet, d.h. Reproduktionsarbeit, zu der Hausarbeit, Erziehungsarbeit, private Pflegearbeit und ehrenamtliche Arbeit gehören, wird zum großen Teil von Frauen übernommen und darüber hinaus gesellschaftlich unterbewertet, d.h. im Gegensatz zur Produktionsarbeit, zu der alle Erwerbsarbeitsverhältnisse zählen, nicht entlohnt (Notz 2004).

Dies lässt sich sogar im individualistischen Milieu feststellen, dass durch relativ hohe Bildung, einen modernen und urbanen Lebensstil sowie durch das Leitbild einer gleichberechtigten Partnerschaft geprägt ist. Gerade in diesem Milieu lässt sich eine Ohnmacht der Diskurse über die fortdauernde Ungleichheit der Geschlechter im Haushalt festmachen. Denn die Arbeitsteilung wird hier nicht mehr als Ergebnis einer Geschlechterdifferenz anerkannt, sondern als Folge einer freien und bewusst getroffenen Wahl. Und somit wird durch das Schweigen über die alltäglich reproduzierten Ungleichheiten akzeptiert, dass Frauen in gleichberechtigten, modernen Partnerschaften den überwiegenden Teil der Hausarbeit neben der Lohnarbeit erledigen (Wetterer 2003, S. 297f)

Wie lässt sich nun jedoch erklären, dass es trotz des Glaubens an eine gleichberechtigte Partnerschaft fast immer wieder zu diesen Haushaltsmustern kommt? Ein Erklärungsansatz hierfür ist der des "inkorporierten Wissens" (ebd., S. 300f):

Mädchen werden von ihren Eltern auch heutzutage in den meisten Fällen noch anders erzogen als Jungen. Ihre Erziehung wird sehr stark durch bestimmte Vorstellungen von Sauberkeit und Ordnung und den dazugehörigen Gesten und Arbeiten geprägt. Während dieses Wissen und das Zuständigkeitsdenken in Zeiten des Single- oder WG- Daseins verblasen kann, kehrt es in den meisten Fällen "wie von selbst" wieder zurück, wenn ein junges Paar einen eigenen Haushalt gründet. Dieses inkorporierte Wissen drückt sich dann in Gesten und Praktiken aus, die der Frau schon in Fleisch und Blut übergegangen sind, und entwickelt eine Eigendynamik, mit dem das junge Paar vorher kaum gerechnet hat.

Während der Mann das Wissen über Haushalts-dinge, die er sich zwischen elterlichem und eigenem Haushalt angeeignet hat, wieder nach und nach zu vergessen scheint, übernimmt die Frau immer mehr Aufgaben, die ihr wie automatisch von der Hand zu gehen scheinen. Diese lang geübten Praktiken der Frau tragen auch dazu bei, dass sie Haushaltsaufgaben des Mannes mit übernimmt, da sie mit ihrem geübten Blick die Unbeholfenheit des Mannes in einigen Aufgaben sieht und es dann doch lieber selber erledigen möchte.

An dieser Stelle sollte beachtet werden, dass es auch andere Tätigkeiten des Haushaltes gibt wie z.B. Reparaturarbeiten, die sich in das inkorporierte Wissen einordnen lassen. Diese Hausarbeiten werden größtenteils von Männern durchgeführt und können als Beleg dafür genommen werden, dass das inkorporierte Wissen bei beiden Geschlechtern zum Tragen kommt. Dies soll hier aber nicht näher beleuchtet werden.

Das inkorporierte Wissen beinhaltet, dass sich die Geschlechterdifferenz der Arbeitsteilung – bedingt durch eine geschlechtsspezifische Erziehung – in einer Paarbeziehung immer wieder durchsetzt, auch wenn die Beziehung zuvor auf einer Basis der Gleichberechtigung geplant wurde.

Phasen des Lebenslaufes

In Bezugnahme auf das vorhergehende Kapitel wird hier nun näher erläutert werden, dass die Idee der Gleichheit der Geschlechter lebensphasenspezifisch an einen institutionellen Kontext gebunden ist.

In der Kindheit und Jugend wird durch das familiäre Umfeld und im Besonderen durch die Bildungsinstitutionen die Idee der Geschlechtergleichheit vermittelt. Die Entwicklung der Kompetenzen und des Selbstverständnisses sowie die Einschätzung der Lebenslage erfolgt bei Mädchen und Jungen heutzutage laut Wetterer kaum noch geschlechtsspezifisch, sondern der jeweiligen Persönlichkeit entsprechend. Diese Lebensphase der relativ gleichen Entwicklung dauert meistens bis zum Ende der Berufsausbildung oder des Studiums. Jedoch lassen sich auch schon in der Ausbildung gewisse Zeichen der Ungleichheit der Geschlechter entdecken, die sich in Form eines andauernden geschlechtsspezifischen Schwerpunktes in der Fächerwahl (siehe Abb.7) und der Berufswahl niederschlägt (ebd., S. 304).

Spielt das Geschlecht während der Kindheits- und Jugendphase in westeuropäischen Gesellschaften nur noch eine untergeordnete Rolle, ändert sich das jedoch beim Eintritt ins Berufsleben. Bedingt durch den andauernden Schwerpunkt der geschlechtsspezifischen Berufswahl stehen den Frauen im Folgenden einerseits weniger und andererseits unattraktivere Möglichkeiten des Lohnerwerbs zur Verfügung als den Männern. Frauenspezifische Berufe versprechen im Allgemeinen geringeren Lohn und schlechtere Karrierechancen als männerspezifische Berufe (ebd., S. 305).

Da auf dem westdeutschen Arbeitsmarkt in den letzten 20 Jahren die Erwerbstätigkeit von Frauen zugenommen hat, werden diese häufig als Gewinnerinnen des Strukturwandels bezeichnet, jedoch konzentriert sich diese Zunahme auf bestimmte Arbeitsfelder, z.b. Dienstleistungsgewerbe, und auf tariflich weniger abgesicherte Arbeitsverhältnisse (Läpple/Walter 2002; Notz 2004). Im Jahr 2003 lag der Frauenanteil bei der Teilzeitarbeit bei 86% und zu 69,7 % bei der geringfügigen Beschäftigung (Statistisches Bundesamt 2004). Frauen verdienen europaweit im Durchschnitt ca. 20% weniger als Männer (Notz 2004, 421) siehe auch Abb.2) und treffen auf der Karriereleiter in vielen Arbeitsfelder noch auf eine sogenannte "glass ceiling", d.h. der Aufstieg in die oberen Etagen bleibt ihnen im Gegensatz zu männlichen Kollegen verwehrt, was sich z.b. an der Universitätslaufbahn verdeutlichen lässt (Abb.3). Frauen werden später befördert und haben selbst als Führungskraft weniger Perso-

Abb. 7: FU Berlin: Anteil der Frauen in verschiedenen Stadien der Hochschullaufbahn

Freie Universität Berlin	Anteil der Frauen in %			
	WS 01/02 Studentinnen	2001 Abschlüsse	2001 Promotionen	2001 Habilitationen
Fachbereich				
Humanmedizin	57,1	50,4	56,0	12,0
Veterinärmedizin	80,2	77,4	66,3	50,0
gesamt Medizin	63,5	59,1	59,2	17,2
Rechtswissenschaften	49,5	46,6	29,7	0,0
Wirtschaftswissenschaften	42,3	42,1	29,6	0,0
Politik- und Sozialwissenschaften	53,4	49,4	40,3	22,2
Erziehungswiss. Und Psychologie	72,6	71,2	57,1	16,7
Geschichts- und Kulturwissenschaften	61,6	65,3	33,3	36,4
Philosophie und Geisteswissenschaften	66,6	69,1	55,0	50,0
OEI	66,4	46,2	0,0	/
JFK	70,1	70,8	100,0	/
LAI	71,7	85,7	100,0	/
gesamt Geistes- und Sozialwissenschaften	58,6	57,4	40,4	27,8
Mathe/Informatik	29,8	25,0	0,0	0,0
Physik	22,0	10,5	35,3	0,0
Biologie, Chemie, Pharmazie	61,2	57,8	32,7	57,1
Geowissenschaften	49,7	54,7	27,8	0,0
gesamt Naturwissenschaften	49,6	52,3	30,9	25,0
gesamt FU	58,1	57,4	46,7	23,5

Quelle: verändert n.: 5. Bericht der zentralen Frauenbeauftragten der FU 2001-2002

nalverantwortung als ihre Kollegen (Teubner 2004, 432). Insgesamt lässt sich hier also ein Schub zur Reversgeschlechtlichung bzw. Retraditionalisierung im Lebenslauf beobachten.

Steht in einer jungen Familie ein paar Jahre nach dem Berufseinstieg des jungen Paares die Geburt des ersten Kindes bevor, lässt sich in den meisten Fällen ein weiterer Schub in die Reversgeschlechtlichung im Lebenslauf feststellen. Die junge Familie muss nun ihr Leben neu strukturieren. Dies bedeutet, dass entschieden werden muss, wer nun welche Aufgaben in der Familie übernimmt. In den meisten Fällen wird festgesetzt, welcher der Partner seine Arbeit für einen

längeren Zeitraum unterbricht, um für das Kind zu sorgen, da die Frage nach der Vereinbarkeit von Familie und Beruf in den meisten Fällen nur nach dem "entweder- oder Prinzip" entschieden werden kann so das Reproduktionsarbeit und Erwerbsarbeit zwischen den Partnern aufgeteilt werden. Entschieden wird das in modernen, emanzipierten Familien meist danach, auf wessen Lohn die Familie eher verzichten kann. Überwiegend ist die Entscheidung dahingehend, dass die Frau ihre Arbeit unterbricht, weil diese - bedingt durch ihre Berufswahl, oder die strukturellen Bedingungen des Arbeitsmarktes- weniger Geld verdient und schlechtere Karrierechancen hat als der Mann (Wetterer 2003, S. 305f).

Abb. 8: Durchschnittliche Bruttoverdienste in Deutschland 2003: Angestellte

Bruttomonatsverdienste der Angestellten in Euro				
	Großhandel	Einzelhandel	Kreditgewerbe	Versicherungsgewerbe
gesamt	3 005	2 288	3 229	3 390
männlich	3 298	2 634	3 621	3 718
weiblich	2 470	2 025	2 797	2 998

Quelle: verändert n.: Statistisches Bundesamt Deutschland 2004

Abb. 9: Durchschnittliche Bruttoverdienste in Deutschland 2003: Landwirtschaft

Bruttostundenverdienste in der Landwirtschaft in Euro			
	Qualifizierte Arbeiter	Landarbeiter	Nichtqualifizierte Arbeiter
gesamt	7,37	7,20	7,64
männlich	7,51	7,20	7,71
weiblich	6,90	7,30	7,46

Quelle: verändert n.: Statistisches Bundesamt Deutschland 2004

An dieser Stelle muss eingefügt werden, dass natürlich nicht nur nach finanziellen Gründen entschieden wird, wer zuhause beim Kind bleibt. Sehr oft ist es auch eine emotionale Entscheidung der Frauen, die ihr Kind die ersten Jahre ganztags versorgen wollen. Gleichzeitig besteht jedoch auch ein sehr großer gesellschaftlicher Druck, der Müttern, die wieder früh ins Berufsleben einsteigen wollen, Verantwortungslosigkeit vorwirft. Laut einer Studie des Max Planck Instituts für psychologische Forschung München halten es die meisten älteren Westdeutschen noch immer für "verantwortungslos, pflichtvergessen, und für ein egoistisches Selbstverwirklichungsstreben" wenn Mütter ihren Teil dazu beitragen wollen, die Familie zu ernähren. Oder ganz einfach zum Vergnügen ihrem Beruf nachgehen

(<http://www.heute.de/ZDFheute/inhalt/30/0,3672,2036638,00.html>. 28.02.05).

Es gibt aber auch Fälle, in denen die Frauen gezwungen sind, gleich wieder ins Berufsleben einzusteigen, um nicht den Anschluss zu verlieren oder die Familie finanziell mitzuernähren. In Wetteres eher auf die westlichen Bundesländer zutreffenden Modellbeispiel wird davon ausgegangen, dass die Familie durch die Arbeit eines Familienmitgliedes ernährt werden kann und die Möglichkeit einer außerhausaltlichen Kleinkinderbetreuung nicht gegeben ist.

Die Frau unterbricht nun also ihre Arbeit mit dem festen Willen nach einigen Jahren wieder einzusteigen - zumindest auf Teilzeitbasis. Die Familie wird somit für sie zur Unterbrecherinstitution,

Abb. 10: Frauenanteil in verschiedenen Stadien der akademischen Laufbahn in %

	2000	2001	2002
StudienanfängerInnen ¹	49,2	49,4	50,6
Studierende	46,1	46,7	47,4
AbsolventInnen	44,8	46,0	47,0
Promotionen	34,3	35,3	36,4
Habilitationen ²	18,4	17,2	21,6
Hochschulpersonal insgesamt	50,8	51,2	51,2
Hauptberufliches wissenschaftliches und künstlerisches Personal	25,6	27,0	27,7
Wissenschaftliche und künstlerische MitarbeiterInnen	30,4	31,9	32,7
Professuren ³	10,5	11,2	11,9
C4-Professuren ³	7,1	7,7	8,0
Bevölkerung insgesamt ⁴	51,2	51,2	51,2
¹ Wintersemester ² Kalenderjahr ³ 01.12. Angaben für 2002 ⁴ 31.12. des Vorjahres			

Quelle: verändert n.: Statistisches Bundesamt Deutschland 2003

während sie für den Mann zur Supportinstitution wird und ihn in seiner Karriere unterstützt, indem die Frau alle übrigen familiären und haushaltswirtschaftlichen Aufgaben übernimmt (Wetterer 2003, S. 306).

Verschiedene öffentliche Institutionen wie Kindergärten, Ämter und Geschäfte, die anhand ihrer Öffnungszeiten auf eine geschlechtsspezifische berufliche Rollenverteilung abgestimmt sind, vertiefen diese Muster noch, indem sie die Organisationsaufgaben der Familie vervielfachen und somit den Versuchen der Reduzierung der Ungleichheit entgegenarbeiten (a.a.O.).

Hat das Paar erst mal diesen Schritt unternommen, wird es im Folgenden immer schwieriger, die Rollen umzukehren, weil sich die berufliche Erfolgsleiter des Mannes immer weiter von der

seiner Frau entfernt und die Ungleichheit der Geschlechter wird immer größer. Da jedoch die rhetorische Modernisierung stattgefunden hat, ist die Ungleichheit der Geschlechter aus den Köpfen verschwunden und lässt sich somit weder ansprechen noch in Worte fassen (ebd., S. 309).

Die alten Verhältnisse stecken somit nicht nur in den Institutionen, sondern auch in den Individuen selbst und sie werden deutlich durch Gesten des inkorporierten Wissens und durch Retraditionalisierungsschübe im Lebenslauf. Die Ungleichheit der Geschlechter wird durch beide Akteure reproduziert, wobei die rhetorische Modernisierung zur Unfähigkeit der aufgeklärten Gesellschaft führt, diese andauernde Ungleichheit rhetorisch anzuerkennen und auszudrücken (ebd., S. 310).

Wünschenswert wäre "die Aufhebung des traditionellen Modells Familienversorgerin und Familienernährer"[...], [so dass jeder Mensch die Möglichkeit hat], "pflegerische, soziale, politische und kulturelle Arbeit zu leisten, ebenso wie sinnvolle, persönlichkeitsfördernde und existenzsichernde Erwerbsarbeit (Notz 2004, S. 426).

LITERATUR

KNAPP, Axeli-Gudrun; WETTERER, Angelika (Hrsg.)(2003): Achsen der Differenz. Gesellschaftstheorie und feministische Kritik II.

LÄPPE, Dieter; WALTER, Gerd (2002): Frauen-erwerbstätigkeit und Geschlechterverhältnisse in urbanen Milieus. In: LÖW, Martina (Hrsg.): Differenzierungen des Städtischen. Opladen, S. 187-207.

NOTZ, Gisela (2004): Arbeit: Hausarbeit, Ehrenamt, Erwerbsarbeit. In: BECKER, Ruth; KORTEN-

DIECK, Beate (Hrsg.): Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung. Theorie, Methoden, Empirie. Wiesbaden, S.420-428.

TEUBNER, Ulrike (2004): Beruf: Vom Frauenberuf zur Geschlechterkonstruktion im Berufssystem. In: BECKER, Ruth; KORTENDIECK, Beate (Hrsg.): Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung. Theorie, Methoden, Empirie. Wiesbaden, S.431-436

WETTERER, Angelika, (2003): Rhetorische Modernisierung: Das Verschwinden der Ungleichheit aus dem zeitgenössischen Differenzwissen. In: KNAPP, Axeli-Gudrun; WETTERER, Angelika (Hrsg.): Achsen der Differenz. Gesellschaftstheorie und feministische Kritik II. S. 286-319.

WETTERER, Angelika (1993): Professionalisierung und Geschlechterhierarchie. Vom kollektiven Frauenausschluss zur Integration mit beschränkten Möglichkeiten. Kassel, S. 49-59.

3 Zahlen, Daten, Fakten zum Arbeitsmarkt für AnthropogeographInnen

Gregor Herse

Für den Arbeitsmarkt der AnthropogeographInnen - auch HumangeographInnen - gilt, was für Arbeitsbereiche anderer Sozialwissenschaftler genauso gültig ist. Er ist nicht klar abzugrenzen und verfügt nicht über ein "klassisches, standardisiertes Berufsbild" (Groenewald 1993, 1). Die im Studium als Freiheit empfundene Interdisziplinarität, die Möglichkeit, auf dem Weg durch die universitäre Ausbildung die vielfältigsten Abzweigungen zu nehmen und immer neue Pfade zu beschreiten, kann sich für viele Studenten am Studierende als Problem erweisen: die Studierenden sehen sich als nicht auf einen bestimmten Beruf hin ausgebildet. Nach Leib (1995) ist für die Studienwahl von Geographiestudierenden in erster Linie das fachliche Interesse ausschlaggebend, spätere Berufschancen werden bei der Studienfachwahl oft nicht berücksichtigt. So sind Stellenangebote, die speziell auf die Studieninhalte der Geographie zugeschnitten sind, eher wenig zu finden (s. hierzu auch Burkhardt et al, 2000). Schon während des Studiums sind Geographiestudierende oft mit der Situation konfrontiert, dass die Studieninhalte des Geographiestudiums nicht bekannt sind, mit den Inhalten des schulischen erdkundlichen Unterrichts assoziiert und oft genug auch mit dem Studienfach Geologie verwechselt werden. Für AbsolventInnen spielt sich ein ähnliches Problem bei den potentiellen ArbeitgeberInnen ab. Laut Harpenau mussten Studienabsolvierende erkennen, dass ihre Bewerbung bei den AdressatInnen eine gewisse Ratlosigkeit erzeugte und das fachspezifische Leistungspotential, das breit gefächerte Wissensspektrum sowie die Befähigung zur interdisziplinären Zusammenarbeit wenig zur Kenntnis genommen wurde (1998). Andere Absolvierendengruppen, mit denen Geographieabsolvierende in potentieller Konkurrenz auf dem Arbeitsmarkt stehen, wie z.B. IngenieurInnen, BiologInnen, ÖkonomInnen und InformatikerInnen, haben einen deutlichen Imagevorteil, GeographInnen dagegen kraft fehlendem Berufsfeld kaum eine Lobby (Leib 1995).

Dieser Beitrag soll potentielle Berufsfelder für AnthropogeographInnen erhellen. Die folgenden

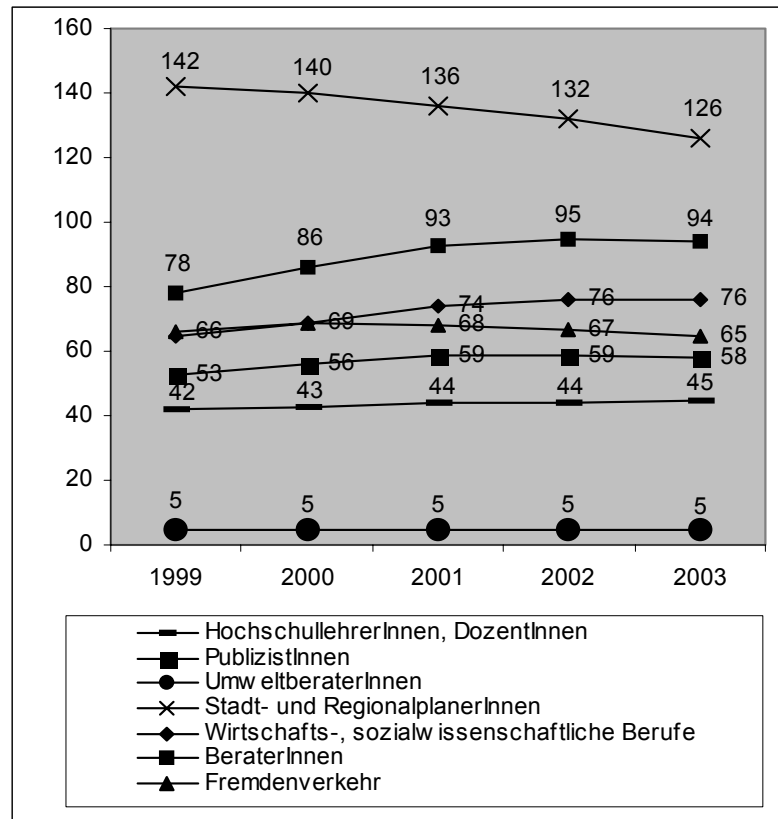
Ausführungen beruhen auf unterschiedlichen Datenquellen. Ein allgemeiner Teil bezieht sich auf die Entwicklung möglicher Berufsfelder für Sozialwissenschaftler in den letzten fünf Jahren und geht auf Daten des Institutes für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung (IAB) zurück. Das IAB ist als Forschungseinrichtung direkt der Bundesagentur für Arbeit unterstellt. Dieser eher theoretischen Betrachtung möglicher Berufsfelder folgt dann, anhand der Präsentation der Verbleibsstudie des Geographischen Institutes Hannover aus dem Jahr 2000 ein Einblick in die reale Berufssituation frisch diplomierter HumangeographInnen (Beier/Leineweber 2000).

Die Veröffentlichungen des IAB stellen einen reichhaltigen wie problematisch strukturierten Fundus an aktuellen Arbeitsmarktdaten dar. Problematisch, da die zu vergleichenden Berufsfelder aufgrund unzureichender Abgrenzung zueinander einen direkten Vergleich oftmals nicht zulassen. Bei der dementsprechend schwierigen Auswahl der Berufsgruppen ist darauf hinzuweisen, dass sie hinsichtlich ihrer humangeographischen Relevanz der subjektiven Auswahl des Autors unterliegen.

In Abbildung 4 wird auf den Daten des IAB basierend die Arbeitsmarktentwicklung einiger ausgewählter Berufsfelder dargestellt, in denen Geographen tätig sind.

Bei dem größten Teil der Berufsfelder - Berater, wirtschafts- und sozialwissenschaftliche Berufe, Fremdenverkehr Publizisten und HochschullehrerInnen - wird bis zum Jahr 2001 eine signifikante Zunahme der Beschäftigten deutlich, bei gleichbleibender oder leichter Abnahme bis zum Jahr 2003. Auffallend ist dagegen insbesondere die negative Entwicklung im Bereich der Stadt- und Regionalplanung, wengleich diese immer noch die höchsten Beschäftigtenzahlen aufweisen. Mit Abstand am meisten Zuwachs kann die Beratungsbranche verzeichnen. Diese stellt sich jedoch als sehr ungeordnet und diffus dar, so dass nur schwer Aussagen über eine bestimmte Zukunftsfähigkeit in diesem Bereich getroffen werden können. Sowohl hochdotierte

Abb. 11: Sozialversicherungspflichtige Beschäftigte (in tsd.)



Quelle: Eigene Bearbeitung, Daten: Institut für Arbeitsmarkt und Berufsforschung

Unternehmensberater als auch knapp über dem Existenzminimum agierende Selbstständige können unter diese Kategorie subsummiert werden.

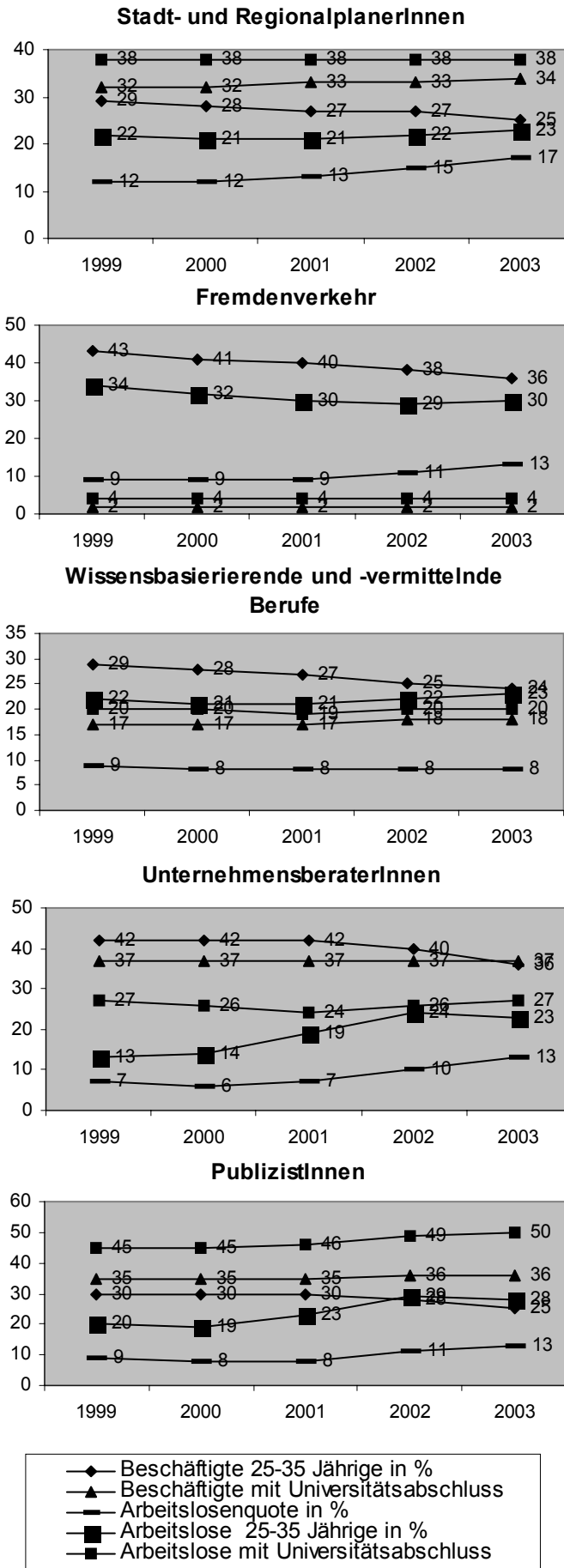
Um die Arbeitsmarktentwicklung für Berufsanfänger abschätzen zu können reicht jedoch der Blick auf die reine Beschäftigtenzahlen nicht ganz. Hierfür ist es sinnvoller, sich die einzelnen Professionen in Hinblick auf die Entwicklung in der spezifischen Altersgruppe anzuschauen. Zu diesem Zweck wurde die Altersgruppe der 25-35 Jährigen gewählt, des weiteren die Gruppe derer mit Hochschulabschluss. Exemplarisch werden die Entwicklungen in den sekundären Dienstleistungsberufen allgemein (damit sind wissensbasierende bzw. wissensvermittelnde Berufe gemeint), sowie in den Bereichen Stadt- und Regionalplanung, Fremdenverkehr, Publizistik sowie Unternehmensberatung dargestellt (s. Abb. 5).

Dem Bereich der sekundären Dienstleistungen sowie den einzelnen Berufen ist gemeinsam, dass sie insgesamt dem negativen Trend am Arbeitsmarkt folgen.

Der Anteil der jungen Beschäftigten ist in allen Sparten fallend. Die Tatsache, dass der Anteil derer mit Universitätsabschluss zunimmt ist so zu deuten, dass von den verbleibenden älteren Angestellten am ehesten auf die verzichtet wird, die nicht an der Universität waren. In Bezug auf die jungen Angestellten kann man in den betrachteten Berufen sagen, dass es sich bei der universitären Ausbildung um nicht mehr als eine notwendige Bedingung handelt. Parallel zur negativen Entwicklung der Beschäftigtenverhältnisse Junger, steigt die Arbeitslosenquote für diese Altersgruppe in den meisten Berufsfeldern an. Einzig im Fremdenverkehr sinken sowohl Beschäftigtenquote als auch Arbeitslosenquote der 25 bis 35 jährigen. Diese Entwicklung könnte darauf hindeuten, dass diese Branche für junge Berufsanfänger in den letzten Jahren an Attraktivität verloren hat. Der Anteil der Beschäftigten mit Universitätsabschluss liegt im Fremdenverkehr ehemals niedrig.

Der hohe Anteil Arbeitsloser mit Universitätsabschluss bei den anderen Berufszweigen und den sekundären Dienstleistungsberufen generell darf

Abb. 12: Beschäftigten- und Arbeitslosenquoten in unterschiedlichen Beschäftigungsfeldern



Quelle: Eigene Bearbeitung, Daten: Institut für Arbeitsmarkt und Berufsforschung

nicht als besondere Problemlage gedeutet werden, sondern vielmehr so, und darauf deutet wiederum die ebenfalls hohe Beschäftigtenquote hin, dass für Berufsanfänger, bzw. Berufstätigen ohne Diplom eine Anstellung in diesen Branchen zumeist gar nicht in Betracht kommt.

Für das Beratungsgeschäft, wie für die Publizisten gilt, dass sie in ganz besonderer Weise mit jungen Arbeitskräften überschwemmt werden. Die Arbeitslosenquote liegt in dieser Altersgruppe dementsprechend hoch und übersteigt bei den Publizisten sogar die Beschäftigtenquote. Für beide Berufsfelder gilt, dass sie stark im Trend liegen, dass ein hoher Verschleiß an produktiven jungen Arbeitnehmern herrscht und dass es keine formalen Zugangsbeschränkungen gibt. Es ist davon auszugehen, dass ein Großteil derer, die sich in der Arbeitslosigkeit wiederfinden, mittelfristig versuchen werden, in anderen Branchen unterzukommen.

Das hier gezeichnete Bild mag zwar düster anmuten, doch handelt es sich nur um die Beobachtung einer kurzfristigen Entwicklung. Momentan wird ein schrumpfender Angebotspool noch mit älteren Angestellten gedeckt, mittelfristig ist allein aufgrund der demographischen Entwicklung damit zu rechnen, dass diese Stellen mit gut ausgebildeten Kräften neu zu besetzen sind. Insofern wird sich die Lage für Sozialwissenschaftler in wenigen Jahren eher positiv darstellen.

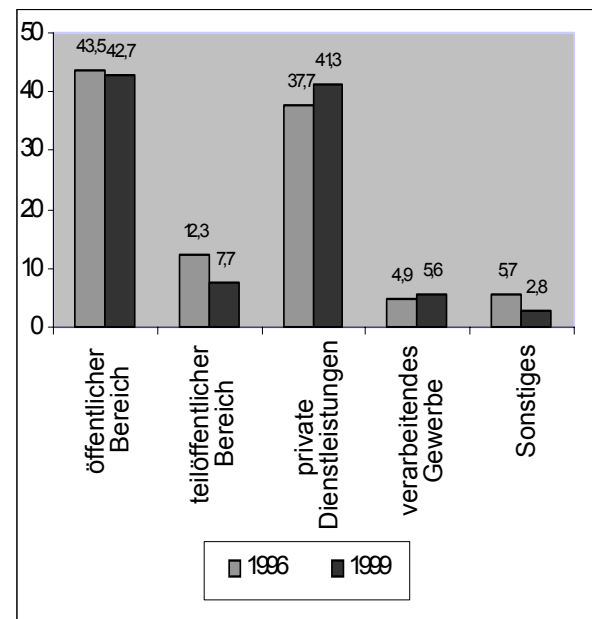
Laut des Deutschen Verband für Angewandte Geographie (DVAG) sind ungefähr 50% der Geographen im privaten Sektor tätig, 35% im öffentlichen Dienst sowie 15% anderweitig bei Forschungseinrichtungen oder als Selbständige (<http://www.geographie.de/dvag/>, 1.12.2004).

Da die bisher dargestellten Daten noch wenig über die Situation diplomierter AnthropogeographInnen aussagen, sollen an dieser Stelle die Ergebnisse von zwei Verbleibsstudien der Universität Hannover dargestellt und erläutert werden. (Beier/Leineweber 2000).

Es handelt sich bei den Hannoveraner Absolventen explizit um WirtschaftsgeographInnen, was auf eine leicht veränderte Ausgangslage zu den AnthropogeographInnen der FU Berlin hindeuten könnte.

Als Basis der Befragung dienten alle Absolventen der Jahre 1979 bis 1999. Die Befragung wur-

Abb. 13: Beschäftigungsverhältnis der Hannoveraner Geographiestudiums - AbsolventInnen der Jahrgänge 1996 und 1999



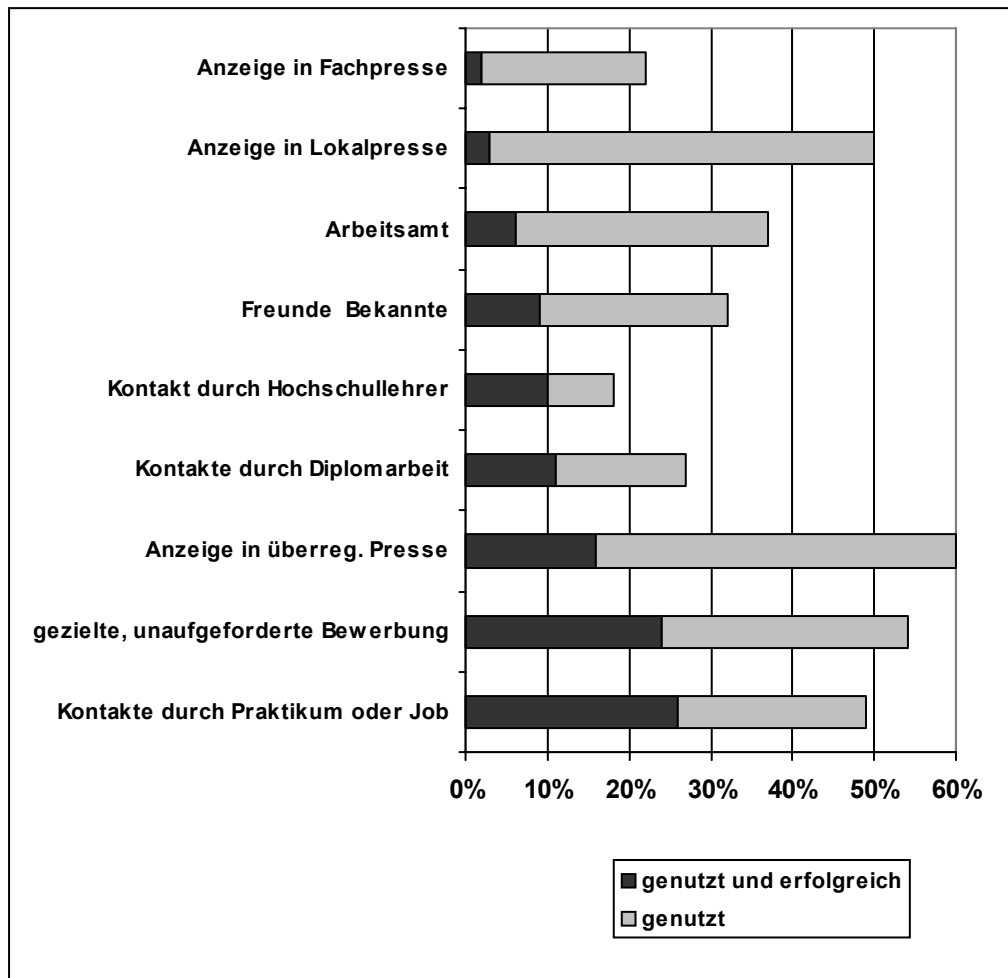
Quelle: Eigene Bearbeitung, Daten: Universität Hannover, AbsolventInnenstudie 2000

de außerdem mit einer identischen Studie aus dem Jahr 1996 verglichen.

Es erweist sich, dass die Bedeutung des öffentlichen Sektors als Arbeitgeber für die Absolventen zwischen 1996 und 1999 zu Gunsten des privaten Sektors leicht abgenommen hat. Auffallend ist zudem die Zunahme privater Dienstleistungen.

Bei der eigentlichen Arbeitsplatzsuche zeigte sich in der zweiten Befragung, dass die klassischen Wege zunehmend in den Hintergrund treten. Zwar werden, wie Abbildung 14 zeigt, konventionelle Kontaktaufnahmen nach wie vor gesucht, informelle Kontakte zu potentiellen Arbeitgebern sowie Bewerbungen, die aus Eigeninitiative erfolgen, weisen jedoch die größten Chancen für die Arbeitssuchenden auf. Hier hat eine weitere Anpassung an die Erfordernisse des Arbeitsmarktes stattgefunden. Auch die AbsolventInnenstudien - Auswertung der Jahre 1989-1998 von Burkhardt et al (2000, 45), weisen schon eine gegenüber anderen Fachrichtungen häufigere Eigenbewerbung und die Nutzung von Kontakten aus, wenn auch die Bewerbungen auf Stellenanzeigen noch an erster Stelle standen. Dieser Trend wird durch die Hannoveraner Studie bestätigt.

Abb. 14: Strategien der Hannoveraner Geographiestudiums - AbsolventInnen bei der Arbeitssuche



Quelle: Eigene Bearbeitung; Daten: Universität Hannover, AbsolventInnenstudie 2000

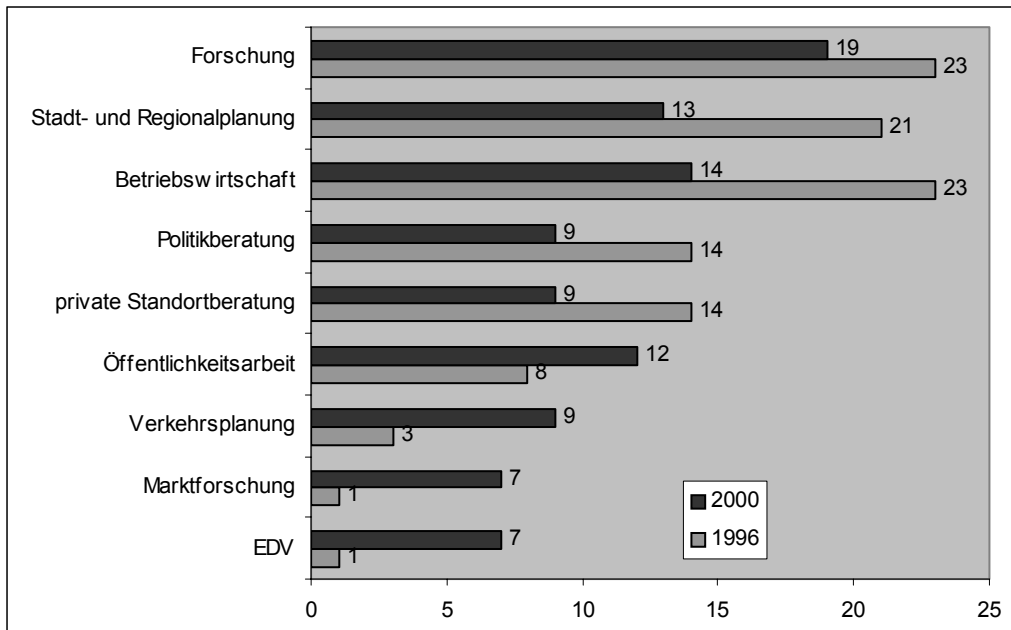
In erster Linie fachspezifische Kenntnisse, breites Grundlagenwissen und das persönliche Auftreten führen bei Bewerbungsgesprächen zum Einstellungserfolg. Gerade weil die Geographie eine "gewisse Konturlosigkeit auf dem Arbeitsmarkt" hat, haben Bewerbungsgespräche eine zentrale Funktion (Groenewald 1993, 3). Aber auch Praktikums- und Berufserfahrungen, Diplomthema und Examensnote sowie EDV, Fremdsprachen und Auslandserfahrung sind wichtige Einstellungsfaktoren (Burkhardt et al. 2000, 45). Nach Angaben des Deutschen Verbands für Angewandte Geographie (DVAG) gehören darüber hinaus als Soft Skills auch Teamfähigkeit, Verhandlungsgeschick, Rhetorik, Kreativität, Kritikfähigkeit und Allgemeinbildung zu den geforderten Fähigkeiten (Dziomba 2004). Geforderte Kommunikations- und Kooperationsfähigkeiten werden von Groenewald mit "selbständig im Team" statt akademischem Einzelgängertum (1993, 5) auf eine Kurzformel gebracht.

Auffallend ist allerdings der starke Rückgang an Berufseinsteigern in der Stadt- und Regionalplanung. Des Weiteren sind mit der Marktforschung sowie der EDV zwei beinahe neue Betätigungsfelder auf den Plan getreten.

Für die meisten Berufseinsteiger kommt erst nach einem oder mehreren Arbeitsplatzwechseln eine unbefristete Tätigkeit in Betracht. Wie Abbildung 16 zeigt, ist ein solcher Arbeitsplatzwechsel aber in den allermeisten Fällen mit einem höheren Gehalt verbunden, was wohl der normalerweise erhofften beruflichen Entwicklung entspricht. Einzig eine Promotion zahlt sich zumindest für die Hannoveraner WirtschaftsgeographInnen zunächst nicht aus.

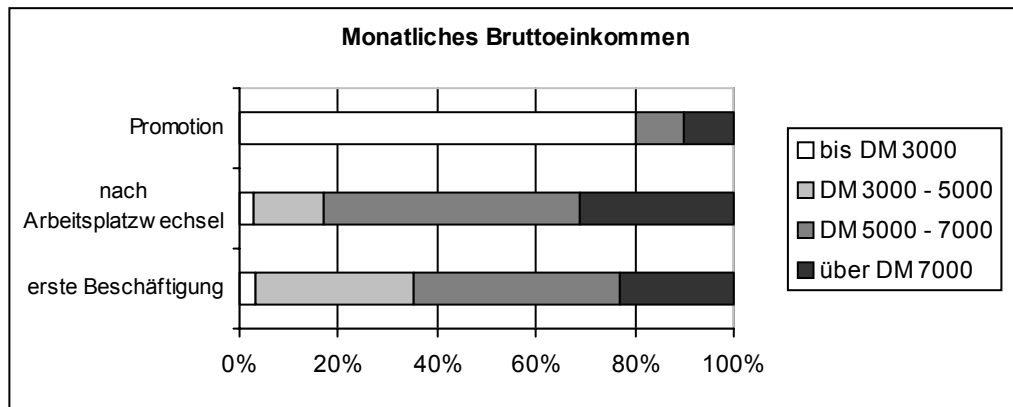
39% der Hannoveraner AbsolventInnen absolvierten eine weiterbildende Maßnahme (davon 15% eine Promotion), deren Schwerpunkte in den Bereichen Wirtschaft, Recht, Planung und Medien lagen.

Abb. 15: Von Hannoveraner Geographiestudiums - AbsolventInnen gewählte Berufsgruppen in %



Quelle: Eigene Bearbeitung; Daten: Universität Hannover, AbsolventInnenstudie 2000

Abb. 16: Monatliches Bruttoeinkommen ehemaliger Hannoveraner Geographiestudiums - AbsolventInnen in DM



Quelle: Eigene Bearbeitung; Daten: Universität Hannover, AbsolventInnenstudie 2000

Die Auswertung von AbsolventInnenstudien der Jahre 1989-1998 von Burkhardt et al. (2000) ergibt zudem, dass nur wenigen GeographieabsolventInnen der unmittelbare Übergang vom Studium in das Beschäftigungssystem gelang. Vielmehr waren Suchzeiten von fünf bis sechs Monaten die Regel.

Resümierend lässt sich sagen, dass die Arbeitsfelder der Geographen sich einem Wandel unterziehen, dessen größte Umwälzungen wohl noch bevorstehen. Arbeitsplätze in öffentlichen Planungseinrichtungen werden in Zukunft, angesichts leerer Kassen, noch rarer werden.

Statt dessen werden sich die AnthropogeographInnen von heute (und die von morgen erst recht) vermehrt der Konkurrenz mit anderen Sozialwissenschaftlern aussetzen müssen. Einzig einige wenige Arbeitsfelder, wie z.B. Geographische Informationssysteme, können auch in Zukunft noch eine Nische darstellen. Hierzu bedarf es jedoch einer spezialisierten Ausbildung. AnthropogeographInnen sind gut beraten, wenn sie frühzeitig beginnen, mittels Praktika und anderen Berufserfahrungen Arbeitserfahrungen zu sammeln und die Netzwerke aufzubauen, die für eine erfolgreiche Suche unumgänglich sind.

ABBILDUNGEN

Abbildungen 1 und 2: Eigene Darstellungen, Quelle: Beier, S., Leineweber, B: Der Arbeitsmarkt für WirtschaftsgeographInnen. Ergebnisse einer Verbleibsanalyse, Geographisches Institut, Universität Hannover 2000.

Abbildungen 3 bis 6: Eigene Darstellungen, Quelle: Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung, www.iab.de (12.12.04).

LITERATUR

BEIER, S., LEINWEBER, B. (2000): Der Arbeitsmarkt für Wirtschaftsgeographen. Ergebnisse einer Verbleibsanalyse, Geographisches Institut, Universität Hannover.

BURKHARDT, Anke; SCHOMBURG, Harald; TEICHLER Ulrich (Hrsg.)(2000): Hochschulstudium und Beruf - Ergebnisse von Absolventenstudien. Bonn: Bundesministerium für Bildung und Forschung.

DEUTSCHER VERBAND FÜR ANGEWANDTE GEOGRAPHIE (1999): Geographen und ihr Markt, Braunschweig.

DEUTSCHER VERBAND FÜR ANGEWANDTE GEOGRAPHIE (2004): Arbeitsmarktdaten. In: <http://www.geographie.de/dvag/>, 1.12.2004.

DZIOMBA, Maïke (2003): Berufswege für GeographInnen. In: http://www.geographie.de/dvag/extras/dziomba_berufswege/folie01.html, 01.12.2004.

GROENEWALD, Juergen (1993): Geographiestudium und Beruf. Eine Befragung der Bonner Diplomgeographen. In: Rundbrief Geographie. 1993, Nr. 117, S. 1-5.

HARPENAU, Johannes (1989): Verbleibsanalyse von Hochschulabsolventen am Beispiel des Geographischen Instituts der Universität Hannover. In: Beiträge zur Hochschulforschung. Nr. 45, S. 311 - 332.

INSTITUT FÜR ARBEITSMARKT- UND BERUFSFORSCHUNG (1.12.2004). www.iab.de

JOB, Hubert (1998): Absolventenbefragung der Trierer Studiengänge Diplom-Geographie. In: GEOID 1998, Sonderheft, Nr. 1/98.

LEIB, Johannes (1995): Geographiestudium und Beruf. Ergebnisse einer Repräsentativbefragung unter Marburger Diplomgeographen. Marburger Geographische Gesellschaft e.V. Marburg.

4 Angebotsanalyse von Stellenangeboten

Joscha Graff

Allround Genie gesucht - der Stellenmarkt für AnthropogeographInnen

Der folgende Beitrag umfasst eine Analyse von aktuellen Stellenangeboten, die im weitesten Sinne dem Bereich Anthropogeographie bzw. Humangeographie zugeordnet werden können. Dabei stehen die in den Stellenausschreibungen geforderten und erwünschten Kompetenzen und Kenntnisse im Mittelpunkt der Untersuchung. In Ergänzung zu einem wichtigen Ziel des Seminars, ein persönliches Kompetenzprofil (auf der Nachfrageseite) zu entwickeln, sollen in diesem Beitrag die Kompetenzanforderungen auf der Angebotsseite analysiert werden.

Grundsätzlich soll an dieser Stelle nicht unerwähnt bleiben, dass die Ergebnisse der Analyse aufgrund methodischer Restriktionen und der vergleichsweise geringen Anzahl analysierter Stellenangebote nur eingeschränkte Repräsentativität besitzen. Dennoch weisen die Ergebnisse auf Entwicklungen und Trends auf dem Stellenmarkt für AnthropogeographInnen hin, die mittels einer größer angelegten und vertiefenden Inhaltsanalyse verifiziert und konkretisiert werden könnten.

Methodik: Inhaltsanalyse von Stellenangeboten

Die Untersuchung ist so angelegt, dass eine quantitative Auswertung aufgrund strukturierter Merkmale und Kategorien möglich ist. Eine qualitativ-hermeneutische Auswertung, die den gesamten Text der Stellenanzeigen interpretativ mit einbezieht, könnte die quantitative Analyse sinnvoll ergänzen.

Die Grundgesamtheit der Analyse umfasst Stellenangebote aus den Medien Internet und Zeitung, die in der Analyse als Merkmalsträger miteinbezogen wurden. Die vorgegebene Stichprobengröße umfasste 30 Stellenangebote. Die Erhebung konzentrierte sich auf Internetsuchmaschinen, allgemeine und spezielle Online-Jobbörsen, sowie Arbeitsagenturen (z.B. <http://www.arbeitsagentur.de>). Überdies wurden überregionale und auflagenstarke Zei-

tungen wie beispielsweise der Stellenmarkt der ZEIT und der FRANKFURTER ALLGEMEINEN ZEITUNG durchsucht. Die Erhebung wurde im Zeitraum vom 20. Oktober bis 1. November 2004 durchgeführt. Auf eine Auflistung aller untersuchten Merkmalsträger wird an dieser Stelle verzichtet.

Ausgewählt wurden Stellenangebote, die der Anthropogeographie zuzuordnen sind. Dazu zählen Stellenangebote, in denen explizit GeographInnen gesucht werden, sowie Stellenangebote in affinen Bereichen. Folgende Schlagwörter wurden u. a. in die Recherche miteinbezogen:

- Geograph, Geographie, Geowissenschaften
- Stadt-, City-, Regionalplaner
- Planung, Marketing, Beratung
- Tourismus
- Immobilien
- Wissenschaft
- Entwicklungshilfe

Hierbei ist es wichtig anzumerken, dass die Auswahl der Merkmalsträger durch die Festlegung entsprechender Schlagwörter, respektive Berufsbezeichnungen, a priori eingeschränkt wurde.

Das zentrale Element der Inhaltsanalyse ist das Kategorienschema, das die zu erhebenden Indikatoren in Form eines Codebuches - bei den Stellenangeboten interessieren vor allem geforderte Kompetenzen und Kenntnisse - messbar macht. Das Kategorienschema wurde in einem ersten Schritt ex ante festgelegt. Folgende Haupt- und Unterkategorien wurden definiert:

- Arbeitsort (Bundesland) - Hauptkategorie
- Branche - Hauptkategorie
- Institution, Organisation - Hauptkategorie
- Position (Selbständig, Angestellt, Beamter) - Hauptkategorie
- Stelle (Voll-, Teilzeit) - Hauptkategorie
- (Fach-)Kenntnisse - 10 Unterkategorien
- Persönliche Kompetenzen - 8 Unterkategorien

Insgesamt wurden den Haupt- und Unterkategorien 23 Variablen zugeordnet. Die Unterkategorien der Hauptkategorien ‚Kenntnisse‘ und ‚Kompetenzen‘ wurden teilweise deduktiv aus im Seminar erzielten Ergebnissen abgeleitet. Die dichotomisierte Unterscheidung dieser beiden Hauptkategorien ist mit dem Anspruch begründet, angeeignete Fachkenntnisse (wie bspw. EDV Kenntnisse) von persönlichen Eigenschaften (wie bspw. Teamfähigkeit) zu unterscheiden. Eine Einteilung des geforderten Bewerberprofils in ‚hard skills‘ und ‚soft skills‘ ist gleichbedeutend mit der Einteilung in ‚(Fach-) Kenntnisse‘ und ‚persönliche Kompetenzen‘. Nach einer ersten Durchsicht der Stichprobe wurden die Kategorien entsprechend dem Inhalt der Stellenanzeigen teilweise überarbeitet bzw. neu definiert. Die Erschließung und Zuweisung der einzelnen Kategorien aus den Untersuchungseinheiten erwies sich als methodische Herausforderung, da die in den Stellenanzeigen erwähnten Kompetenzanforderungen häufig nicht explizit mit den vorgegebenen Kategorien übereinstimmten und somit teilweise subjektiv zugeordnet oder aus dem Kontext erschlossen werden mussten.

Der ideale Bewerber, die ideale Bewerberin

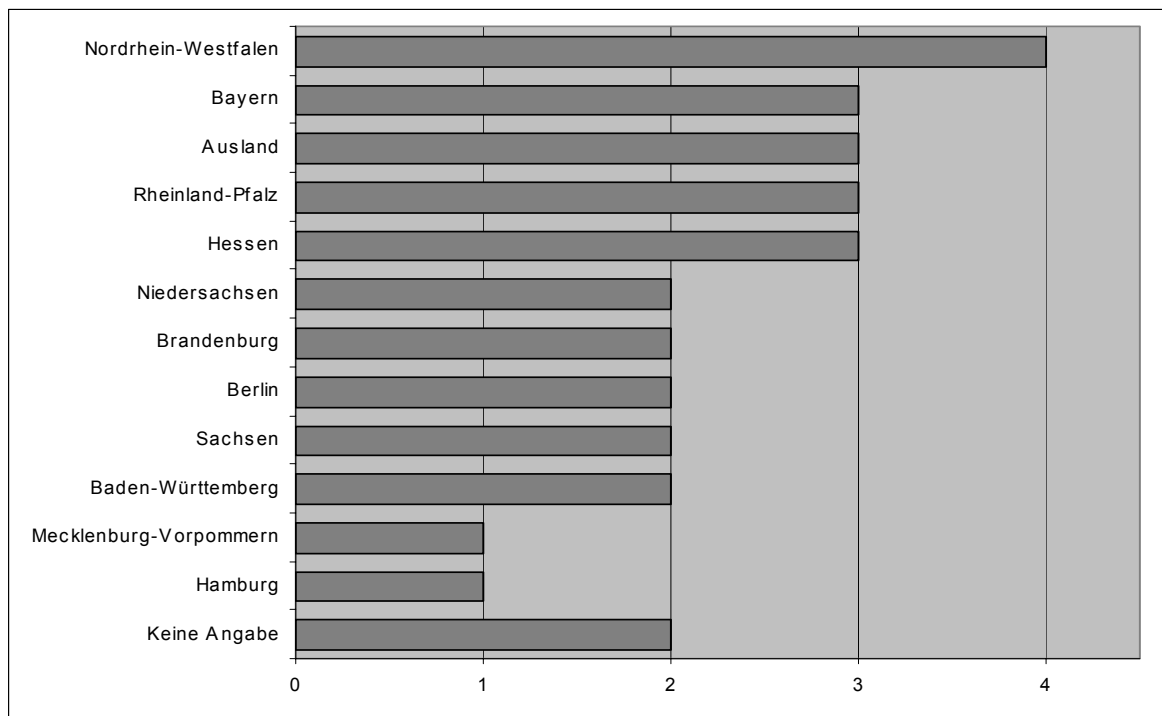
Im Folgenden sollen ausgewählte Ergebnisse der Inhaltsanalyse in Diagrammform visualisiert und kurz erläutert werden.

Die Analyse der Stellenanzeigen nach dem Arbeitsort (Abb. 17) zeigt eine relative Häufigkeitskonzentration in den Alten Bundesländern, insbesondere in Süddeutschland. Die Stellenanzeigen für das Ausland beziehen sich vorwiegend auf den Bereich Entwicklungshilfe.

Die Analyse hinsichtlich der Branchen bzw. Berufszweige (Abb. 18) zeigt Häufigkeitskonzentrationen in den Bereichen Marketing und Planung. In den Bereich des Marketing fallen sowohl Produktmarketing, z.B. von GIS Software, als auch Stadt-, City- oder Regionalmarketing. In den Bereich der Planung fallen sowohl Stellenanzeigen aus der Gesamtplanung (Kommunal-, Landes-, Stadtplanung), als auch aus Fachplanungsabteilungen (z.B. Verkehrsplanung).

Die deutliche Mehrheit der analysierten Stellenangebote (Abb. 19) weisen Arbeitsplätze in der Privatwirtschaft aus. Lediglich sechs Stellen

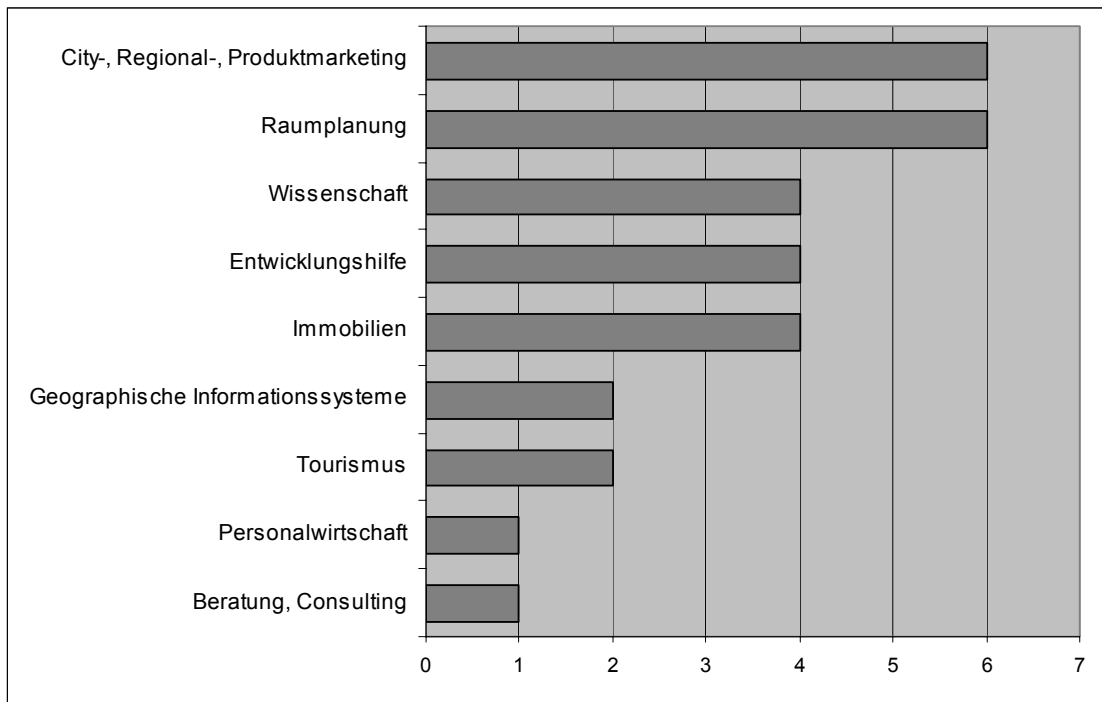
Abb. 17: Arbeitsort nach Bundesländern



Quelle: Eigene Erhebung 2004

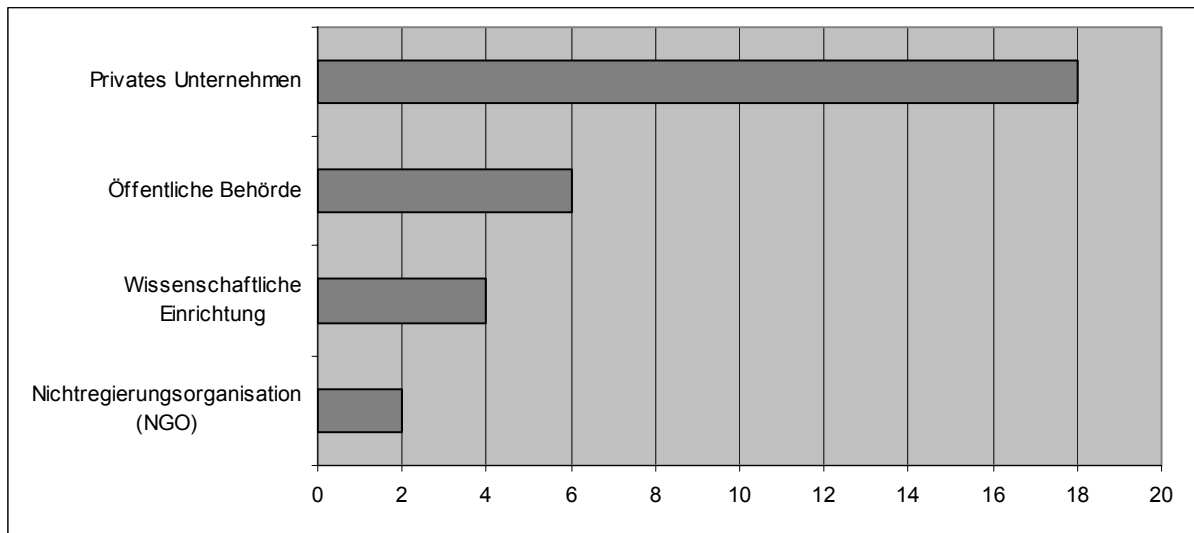


Abb. 18: Stellenanzeigenanalyse nach Branchen und Berufszweigen



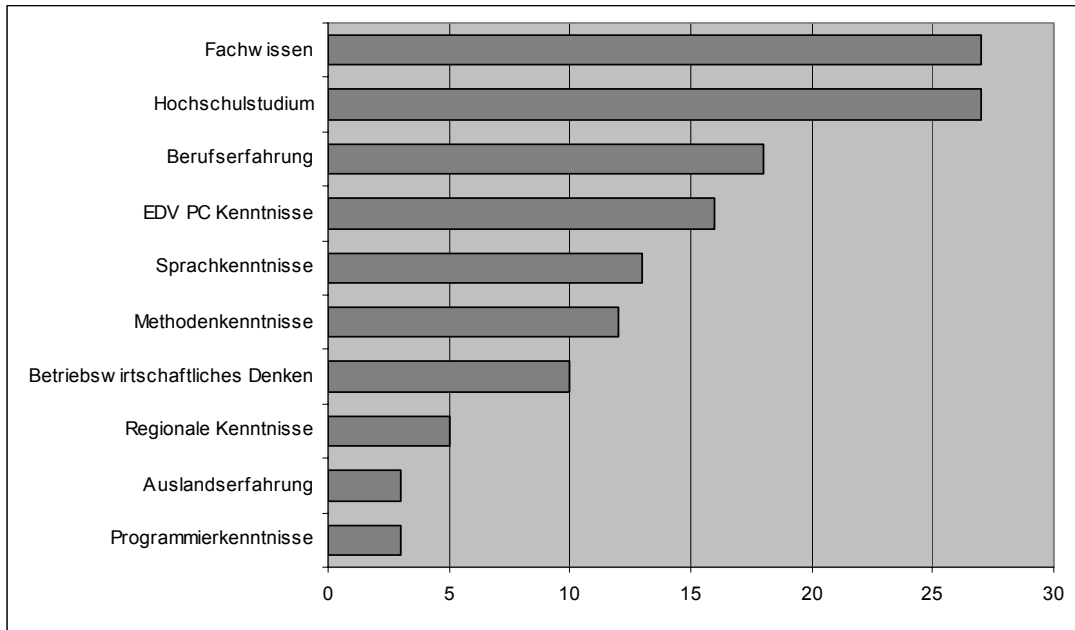
Quelle: Eigene Erhebung 2004

Abb. 19: Stellenanzeigenanalyse nach Institutionen bzw. Organisationen



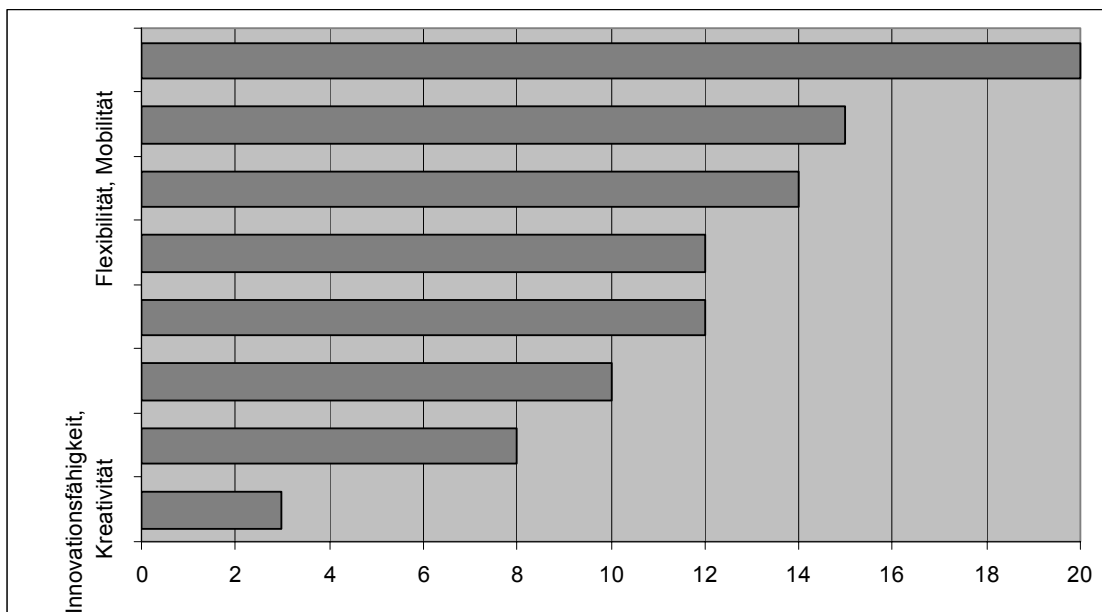
Quelle: Eigene Erhebung 2004

Abb. 20: Stellenanalyse nach (Fach-) Kenntnissen



Quelle: Eigene Erhebung 2004

Abb. 21: Stellenanalysen nach personalen Kompetenzen



Quelle: Eigene Erhebung 2004

werden im Bereich der kommunalen Verwaltung, öffentlichen Planungsträger oder anderen staatlichen Behörden angeboten. Auf wissenschaftliche Einrichtungen fallen insgesamt vier Stellen. Auf eine Stelle in einer wissenschaftlichen Einrichtung kommen demnach 4,5 Stellen in privaten Unternehmen. Zwei Stellen werden in Nichtregierungsorganisationen angeboten.

Die Analyse der geforderten (Fach-) Kenntnisse (Abb. 20) zeigt, dass Fachwissen eine wichtige Voraussetzung für den Eintritt in den Arbeitsmarkt darstellt. Gleichfalls wird ein Hochschulstudium von fast allen potentiellen Arbeitsgebern gefordert, Ausnahmen gibt es bei Stellen im Tourismus und im Immobilienbereich. Unter Fachwissen wird vor allem ein gewisses

Maß an Kenntnissen verstanden, die man sich innerhalb des (Fach-) Studiums, mittels Praktika oder beruflicher Erfahrung aneignen kann. Auf Berufserfahrung im Allgemeinen wird gleichfalls relativ viel Wert gelegt, wobei dieses teilweise ‚nur‘ erwünscht und nicht gefordert wird. EDV Grundkenntnisse werden teilweise explizit erwähnt, bei anderen Stellenanzeigen werden sie wohl stillschweigend vorausgesetzt. Gute Englischkenntnisse werden in nahezu der Hälfte der Stellenanzeigen gefordert. Geforderte Methodenkenntnisse umfassen sowohl wissenschaftliches Arbeiten, als auch Kenntnisse in angewandten Methoden wie bspw. Regionalanalyse und Statistik. Managementwissen und betriebswirtschaftliches Denken wird vorwiegend in Bereichen gefordert, in denen Geographen in strategisch wichtigen Positionen arbeiten. Regionale Kenntnisse und Auslandserfahrung werden vor allem in der Entwicklungshilfe gefordert.

Die Analyse der persönlichen Fähigkeiten und Kompetenzen - soft skills - (Abb. 21) zeigt, dass Kommunikationsfähigkeit in zwei Drittel der Stellenausschreibungen genannt wird und somit einen hohen Stellenwert bei den Arbeitgebern einnimmt. Ein Grund dafür ist wohl die zunehmende Bedeutung von sozialen Kontakten, sowohl unter den Mitarbeitern innerhalb eines Betriebs, als auch externe Kontakte zu Kunden oder Partnern. Teamfähigkeit wird immerhin noch in zwölf Stellenausschreibungen genannt. Insbesondere in den Bereichen Beratung und Marketing spielen diese Eigenschaften eine wichtige Rolle. Einen ähnlich hohen Stellenwert nimmt auch die Kategorie Selbständigkeit, Eigenverantwortung und Führungskraft ein. Zeitliche und/oder räumliche Flexibilität werden in nahezu der Hälfte der Stellenanzeigen erwähnt. Engagement, Einsatz-

bereitschaft und Belastbarkeit gehen mit zeitlicher Flexibilität einher. Organisationsfähigkeit und unternehmerisches Denken werden in einem Drittel der Stellenausschreibungen gefordert bzw. erwünscht.

Trendwende auf dem Stellenmarkt und die Eroberung neuer Berufsfelder

AnthropogeographInnen werden in den unterschiedlichsten Bereichen gesucht. Dabei beschränken sich die Stellenangebote nicht nur auf klassische Bereiche wie Tourismus, Planung oder Trendbranchen wie die Anwendung und Entwicklung von Geographischen Informationssystemen. GeographInnen werden zunehmend in Bereichen gesucht, in denen sie nicht nur ihr Fachwissen, sondern auch ihre ‚Softskills‘ anwenden können. Neue Tätigkeitsfelder, auf welche die oben beschriebenen Eigenschaften zutreffen, sind beispielsweise Produktmarketing und Vertrieb, Personalwesen, sowie Consulting und Kundenberatung.

Die Analyse weist auf eine Trendwende auf dem Stellenmarkt hin. Die zu besetzenden Arbeitsplätze zeichnen sich nicht mehr durch streng hierarchische Abhängigkeitsverhältnisse und klar abgegrenzte Tätigkeitsfelder aus, sondern vielmehr durch flache Hierarchien und flexible Tätigkeitsfelder, in denen Teamarbeit, Kundenorientierung, Selbständigkeit gefordert und gefördert wird. Einerseits schaffen diese neuen Arbeitsverhältnisse zunehmende Belastung, indem beispielsweise zeitliche Flexibilität und die Akzeptanz von Überstunden gefordert wird, andererseits werden auch mehr Spielräume für Gestaltungsmöglichkeiten und Eigeninitiative gegeben.

5 Berufsfeldanalysen

Manuel Müller

Während unseres Seminars "Berufsprofiling für GeographInnen" führten wir Expertengespräche zu verschiedenen möglichen Berufsfeldern für GeographInnen. Ziel dieser Gespräche war es, einen allgemeinen Einblick in das entsprechende Berufsfeld und dessen verschiedene Branchen mit ihren z. T. stark variierenden Arbeitsabläufen zu erhalten. Das Führen solcher Gespräche bietet sich besonders für die individuelle berufliche Orientierung an, da die Gesprächspartner stets Experten sind, die selbst in diesem Berufsfeld arbeiten bzw. gearbeitet haben und die daher v. a. auch aus der Praxis berichten können. Die Ergebnisse der Gespräche aus vier ausgewählten potentiellen Berufsfeldern für GeographInnen fließen in die Berufsfeldanalyse ein und werden durch Literatur zu den entsprechenden Berufen ergänzt, u.a. zum aktuellen Arbeitsmarkt, sowie durch Zahlen, Daten und Fakten.

Die Berufsfeldanalyse stellt dabei zunächst das jeweils übergeordnete Berufsfeld allgemein vor und zeigt darüber hinaus verschiedene mögliche Arbeitsbereiche und Branchen auf. Darüber hi-

naus wird auf die aktuelle Situation Bezug genommen: Strukturveränderungen in der Branche, der aktuelle Arbeitsmarkt, die Arbeitsplatzsituation werden dabei genauso in den Blick genommen wie auch ein Ausblick auf neue zukunftsfähige Berufszweige und auf allgemeine Veränderungen, Trends und Professionalisierungstendenzen der Branche. Auf der Basis von Expertengesprächen werden die notwendigen Kompetenzen zum Einstieg in das jeweilige Berufsfeld aufgezeigt und der Arbeitsalltag in einzelnen ausgewählten Berufsbereichen vorgestellt. Erläuterungen verschiedener Aus-, Fort- und Weiterbildungs- sowie Praktikumsmöglichkeiten werden durch Hinweise zu Anforderungen, Bewerbungsverfahren, Dauer und Ablauf von Ausbildungen sowie durch Tipps zum Berufseinstieg ergänzt.

Im Resumée wird abschließend ein Ausblick auf mögliche zukünftige Entwicklungen in der Branche gegeben sowie zur Arbeitsmarktsituation und den daraus resultierenden Chancen für Geographinnen und Geographen im entsprechenden Berufsfeld.

5.1 Jugendumweltbildung in Berlin

Charles Sebastian Böhm

Was ist Jugendumweltbildung?

"...Füllet die Erde und macht sie euch untertan und herrschet über die Fische im Meer und die Vögel unter dem Himmel und über alles Vieh und das Getier" (Bibel, 1. Moses 1.2 Vers 28, Lutherübersetzung)

Und wir haben sie uns untertan gemacht, formten sie nach unseren Bedürfnissen und Wünschen und leben, als wären wir von unserer natürlichen Umwelt unabhängig. Wir entziehen uns zunehmend ihrer Einflüsse und Bedingungen. Im Extrem schaffen wir tropische Urlaubsparadiese, u.a. auf märkischen Sand, in denen Vegetation, Temperatur, Witterung, ja sogar die Tageszeit durch uns bestimmt werden. In unserer heutigen Zeit behandeln wir die Natur als Objekt von Naturwissenschaft und als ausbeutbare Ressour-

ce. Als Teil der Natur sind wir jedoch eingebunden und unmittelbar von ihr abhängig. Die Zusammenhänge und Wechselwirkungen der Natur sind uns jedoch bestenfalls noch abstrakt bekannt. Wie abhängig wir von ihr sind und welche Folgen unser Handeln hat, merken wir oft erst durch so dramatische Ereignisse wie dem Elbehochwasser oder dem BSE-Skandal. Auch sind "Naturerfahrungen ein Grundbedürfnis des Menschen" (www.naturschule-freiburg.de, 2004) und ein wesentlicher Teil einer gesunden Entwicklung.

Über 87% aller EinwohnerInnen in Deutschland (www.destatis.de/presse/deutsch/pm2000-/p3640221.htm, 28.02.05) leben heute in Städten und sind so im starken Maße alltäglicher Naturerfahrungen beraubt.

Die Jugendumweltbildung versucht dieser Bewusstseinsentkopplung des Menschen von der Natur entgegenzuwirken. Unter Jugendumweltbildung sind alle Tätigkeiten zu verstehen, die gezielt eine innere Formung und Entfaltung des Menschen durch Aneignung von Wissen über seine Umwelt betreiben. Man versteht darunter nicht nur das erfahrbar Machen der Umwelt und traditioneller, ländlicher Lebensweisen durch Wissensvermittlung, sondern auch eine Kultur- und Wertebildung. Die Bemühung darum gibt es erst seit kurzem, da für unsere Gesellschaft diese Problematik und die des Umweltschutzes erst in den letzten Jahrzehnten bedeutsam wurden. Das Ziel der Jugendumweltbildung ist es, gerade Kinder und Jugendliche aus den Städten wieder mit der Natur vertraut zu machen. Sie sollen sich des natürlichen Zusammenspiels bewusst werden und verantwortungsvoll mit der Natur umgehen lernen. Zumeist geht die Umweltbildung dabei mit einer sozialen Entwicklung einher. So wie wir mit unserer Umwelt umgehen, so tun wir es auch mit unseren Mitmenschen.

Das Feld der Jugendumweltbildung ist sehr weit. Es reicht von Waldwanderungen und Basteln mit Naturmaterialien bis hin zur Forschung über Lehrmaterialien und Lehrerweiterbildung. Jugendumweltbildung wird von gemeinnützigen Vereinen, aber auch von privatwirtschaftlichen Unternehmen betrieben. Betrachtet werden Einrichtungen und Projekte, die ihre Hauptaufgabe in der Jugendumweltbildung haben. Schwerpunktmäßig wird dabei auf die Freien Träger eingegangen.

Berliner Jugendumweltbildungseinrichtungen und ihr Angebot

Jugendumweltbildung findet überwiegend durch die Öffentliche Hand und Freie Träger statt. Nur ein geringer Teil wird von Unternehmen angeboten. Es sind vor allem Ver- und Versorgungsunternehmen, die damit ihre Öffentlichkeitsarbeit erweitern. So stellen sie Unterrichtsmaterialien über ihre Unternehmensfelder bereit und bieten Führungen durch ihre Einrichtungen sowie zu den Arbeitsabläufen und -techniken an. Der Schwerpunkt liegt dabei überwiegend auf der Erläuterung der eigenen unternehmerischen Tätigkeit.

Fragen zum Umweltschutz werden ergänzend

behandelt. So bieten die Berliner Stadtreinigungsbetriebe (BSR) Besichtigungen ihrer Einrichtungen an: Recyclinghof, Müllverbrennungsanlage, Mülldeponie und Abfallumladestation. Bei den Berliner Wasserbetrieben sollen die speziellen Bedingungen für die Berliner Trinkwasserversorgung und Abwasserentsorgung und den umweltverträglichen Umgang mit der Ressource "Wasser" vermittelt werden. Die Bewag (Energieunternehmen) hat nahe liegend ihr Augenmerk auf dem Thema Energiegewinnung und -nutzung. Im Rahmen von Schulprojekten informieren die Mitarbeiter/innen der Bewag über die Umsetzung von konkreten Energiesparmaßnahmen und über den Einsatz regenerativer Energien.

Neben den genannten Unternehmen gibt es noch jene, die nach ökologischen Gesichtspunkten produzieren und dies kommunizieren, so zum Beispiel die Vollkornbäckerei "Märkisches Landbrot". Auf die von Unternehmen durchgeführte Jugendumweltbildung wird im weiteren Text nicht weiter eingegangen, da ihr Anteil am Gesamtangebot sehr gering ist.

Die Öffentliche Hand bietet Jugendumweltbildung überwiegend in Museen, botanischen und zoologischen Einrichtungen sowie in Schulen und sonstigen Bildungseinrichtungen an. Grundlegendstes Angebot aller Einrichtungen im Bereich der Jugendumweltbildung ist das Entwerfen kind- und jugendgerechter Schautafeln und/oder Lehrmaterialien. Zumeist werden weitergehend Führungen und praxisorientierte Unterrichtseinheiten für Schulklassen angeboten. Vereinzelt besteht die Möglichkeit ganze Projektstage durchzuführen, wie z.B. im Tierpark Friedrichsfelde. In einigen Museen, wie dem Museum für Naturkunde oder dem Freilichtmuseum Domäne Dahlem, sind für die Vermittlung der Ausstellungsinhalte Museumspädagogen angestellt. Wenige Einrichtungen bieten regelmäßige Jugendgruppen an. Sie werden überwiegend ehrenamtlich geleitet. Im Jugendclub des Tierparks Friedrichsfelde können sich zum Beispiel Schüler und Jugendliche zu den Themen allgemeine Biologie, Artenschutz und Säugetierkunde treffen. Letztes wichtiges Angebot einiger Einrichtungen ist die Lehrerfortbildung, wie die der Botanikschule Berlin, die indirekt zur Jugendumweltbildung beiträgt.

Im Bereich der schulischen Umweltbildung gibt es die Gartenarbeitsschulen der Bezirke. Sie

bieten Schulklassen die Möglichkeit Flächen eigenverantwortlich zu nutzen und ökologischen Gartenbau zu betreiben. Projekte, wie unter anderem die Untersuchung von Gartenteichen mit der Bestimmung der Lebewesen im Biotop Teich oder dem Bau von Nisthilfen (z. B. Lehm-mauer) für Vögel und Solitärinsekten, können durchgeführt werden.

Eine besondere Form der Schule sind die Waldschulen. Sie werden zumeist von der Forstverwaltung betrieben und verfolgen das Ziel den Lebensraum "Wald" mit allen Sinnen erfahrbar zu machen. Das Hauptangebot der Waldschulen sind Walderlebnistage, dabei wird versucht auf spielerische Weise Kenntnisse über den Lebensraum Wald, dessen ökologische Beziehungen sowie dessen Bedeutung für den Menschen, zu vermitteln. Die Tage werden jahreszeitlich bedingt gestaltet. Außerdem werden themenbezogene Projekt-tage, waldpädagogische Fortbildungen für Pädagogen inklusive praktischer Anleitungen im Wald angeboten.

An Schulen selbst findet Umweltbildung nur gelegentlich im Rahmen des Lehrplans statt. Umweltbildung gehört nicht zu den Schwerpunktaufgaben der Schulen. Jedoch gibt es einige Bundes- und Kommunalprogramme sowie gemeinnützige Vereine, die versuchen von externer Seite Umweltbildung und Umweltschutz an die Schulen zu bringen. Der Verein "Grün macht Schule" zum Beispiel verfolgt das Ziel, graue, zubetonierte Schulhöfe in grüne, abwechslungsreiche Spiel- und Grünflächen zu verwandeln. Alle Beteiligten, also Schüler, Eltern, Lehrer und sonstige Angestellte, wie dem Hausmeister, werden dabei mit einbezogen. Es soll eine verbesserte Lebens- und Lernumwelt für die Kinder und Jugendlichen geschaffen, soziale Verhaltensweisen und demokratische Konfliktlösungsstrategien entwickelt und eine Sensibilisierung der Schüler für den umsichtigen Umgang mit der Natur erreicht werden. Anhand dieses Beispiels zeigt sich, wie staatliche Einrichtungen mit Freien Trägern verzahnt sind. Gerade an Schulen treten die Freien Träger der Jugendumweltbildung mit ihren Angeboten heran, da sie hier ihre Zielgruppe finden und sie direkter erreichen können. Auch überträgt die Öffentliche Hand zunehmend einen Teil ihrer Aufgaben an Freie Träger.

Das Feld der Freien Träger ist nur schwer zu überblicken. Sie lassen sich allgemein unter

Naturschutzstationen, Kinderumweltzentren/-projekten, Kinderbauernhöfe, Informations- und Beratungsstellen sowie unabhängigen Forschungseinrichtungen zusammenfassen.

Die überwiegend am Rand Berlins gelegenen Naturschutzstationen beschäftigen sich neben der Jugendumweltbildung, vor allem mit dem Erhalt und der Pflege von Kulturlandschaften. Sie haben je nach Ausrichtung ein sehr umfangreiches Angebot. Die Naturschutzstationen bieten kleine Ausstellungen, Vorträge und Umweltberatung sowie die Durchführung von Unterrichtseinheiten und ganzen Projekttagen. Ihre Gemeinsamkeit ist, dass sie versuchen Natur direkt erfahrbar zu machen. Fast alle besitzen Freilandlabore, in denen die Vielfalt der einheimischen Flora und Fauna vermitteln wird. So gibt es unter anderem Streuobstwiesen, angelegte Teiche mit unterschiedlichen Amphibien und Fischarten oder speziell bepflanzte Beete, die entsprechende Insekten anziehen, oder Fledermäuse. Es werden auch Exkursionen in die Natur angeboten. Nicht selten verfügen die Naturschutzstationen auch über Freilandgehege mit Nutztieren. Einige betreiben auch ökologischen Landbau.

Das innerstädtische Gegenstück zu den Naturschutzstationen bilden die Kinderumweltzentren und -projekte. Aufgrund der fehlenden natürlichen Umwelt ist ihr Angebot sehr viel stadtspezifischer. Es gibt unter anderen Informationsveranstaltungen zu Recycling, Basteln mit Naturmaterialien, die Durchführung von Messungen zur Feststellung von umweltschädlichen Einflüssen oder auch Experimente zum Thema Smog und saurem Regen. Statt Freilandgehegen mit Nutztieren besitzen sie oft Kleintierstreichelzoos. Weniger die direkte Naturerfahrung steht im Vordergrund, sondern Bedürfnisse, die durch die hier fehlende Natur nicht befriedigt werden können, wie Kreativität und Bewegungsdrang.

Mit den Kinderbauernhöfen kommt das Dorf in die Stadt. Viele Stadtkinder lernen erst hier Nutztiere kennen: Pferde, Ziegen, Schafe, Hühner und Schweine. Ländliche Lebensweise wird unmittelbar erfahrbar. Was heute fast nur noch in Supermärkten erworben wird, kann hier selbst angefertigt werden. Traditionelle Arbeitsweisen wie das Spinnen, Weben, Töpfern, Schnitzen und Stricken oder das Kochen und Backen können so entdeckt werden. Auch das Bauen mit Lehm und Holz, die Nutzung von Regenwasser und

Sonnenenergie werden vermittelt. Ein weiteres wichtiges Angebot sind Tierpatenschaften. Einige Einrichtungen, wie der Kinderbauernhof auf dem Görlitzer Platz, nutzen die Tiere jedoch eher als Medium, um schwer erziehbare Jugendliche für ihre eigentliche Aufgabe, die Sozialarbeit, zu gewinnen. Zu ihrem Angebot gehören deshalb u.a. Jungen- und Mädchengruppen, ein Café, eine Musikband und Technikkurse.

Qualifikationen und Kompetenzen von Jugendumweltpädagogen

Der Zugang zur Jugendumweltbildung ist nicht an eine bestimmte Qualifikation gebunden. Der Quereinstieg ist die Regel. Nur selten wird eine pädagogische Ausbildung verlangt. Pädagogische Erfahrungen und/oder Kenntnisse sollten aber vorhanden sein. Die Fähigkeit mit Kindern und Jugendlichen umgehen zu können ist die wesentlichste Grundvoraussetzung. Auch fachlich werden selten spezielle Vorkenntnisse verlangt. Die Bereitschaft, sich in die Themen einzuarbeiten und dazulernen zu wollen, wird jedoch erwartet.

Weitere wichtige Voraussetzungen für eine Tätigkeit als Jugendumweltpädagoge sind Kommunikations- und Teamfähigkeit. Für die Vermittlung von Wissen und Werten ist es unablässig vor Gruppen frei sprechen zu können. Nicht nur auf Kinder und Jugendliche muss man eingehen können, auch gegenüber gesellschaftlichen Randgruppen sollte man keine Berührungängste haben, da man durchaus mit schwer erziehbaren Jugendlichen sowie Obdachlosen, die von Sozialämtern, oder Straftätern, die von Gerichten zur Ableistung gemeinnütziger Arbeit geschickt werden, zu tun hat.

Da neben diesen auch Praktikanten, Zivildienstleistende und FÖJler (Freiwilliges Ökologisches Jahr) eingearbeitet und angeleitet werden müssen, wird eine gewisse Führungs- und Leitungskompetenz benötigt. Die Arbeit ist ohne diese zusätzlichen Kräfte oft nicht zu bewältigen.

Gerade für Freie Träger ist es heute existenziell wichtig Lobbyarbeit zu betreiben, um nicht der nächsten Sparrunde zum Opfer zu fallen. Die Fähigkeit Kontakte aufzubauen, zu pflegen und Menschen zusammenbringen zu können, sollte man unbedingt besitzen. Gerade Netzwerke mit ähnlichen Einrichtungen sind wichtig, um Inter-

essen gegenüber der Politik zu vertreten und Projekte umsetzen zu können, für die die eigenen Ressourcen nicht ausreichen.

Zunehmend wird es auch wichtiger Öffentlichkeitsarbeit zu betreiben, um einerseits für die eigenen Angebote zu werben, aber auch um finanziell von der Öffentlichen Hand unabhängiger zu werden. Erfahrungen bei der Sponsorsuche, Pressearbeit und Werbung sind daher empfehlenswert. Auch die Beantragung von Projekten bei Kommunal- und Bundesprogrammen gehört dazu.

Viele Einrichtungen zeichnen sich durch eine flache Hierarchie aus. Teamfähigkeit ist daher unumgänglich. Gerade in Einrichtungen der Freien Träger wird ein hohes Maß an Engagement und Einsatzbereitschaft erwartet. Die Bereitschaft, zumeist unbezahlte Überstunden zu leisten und auch sehr früh oder spät zu arbeiten, sollte vorhanden sein. Ein hohes Maß an Engagement und die Einsatzbereitschaft wird gerade bei den ungesicherte Anstellungsverhältnissen benötigt. Dies verlangt einem einiges an Zeit und Kraft ab, erhöht aber die Sicherheit der eigenen Anstellung und macht die Arbeit mit dem entsprechenden Idealismus sinnstiftend.

Arbeitsmarktsituation / Zugang zum Job

Die überwiegende Anzahl der Anstellungen im Bereich der Umweltbildung sind direkt von der Öffentlichen Hand abhängig. Diese Abhängigkeit bringt den wohl problematischsten Aspekt als Umweltpädagoge mit sich: eine permanente Unsicherheit der Anstellung. Durch eine Vielzahl von Faktoren ist die Finanzlage der Öffentlichen Hand seit Jahren kritisch und wird dies auf absehbare Zeit auch bleiben.

Unterschieden werden muss zwischen den direkt Angestellten und denen, die bei Freien Trägern arbeiten. Eine Anstellung bei der Öffentlichen Hand ist auch heute noch durch eine relative Sicherheit im Vergleich zur Freien Wirtschaft gekennzeichnet. Es ist jedoch deutlich schwerer geworden, eine solche Anstellung zu bekommen. Freiwerdende Stellen werden entweder eingespart oder aus dem personellen Überhang wiederbesetzt. Kommt es zu einer Neubesetzung einer Stelle, wird diese öffentlich ausgeschrieben. Nicht selten wird dann, anders als bei den

Freien Trägern, eine pädagogische Qualifikation vorausgesetzt. Der Verlust einer Stelle beim Öffentlichen Dienst ist zwar unwahrscheinlicher als bei den Freien Trägern, es kann jedoch zu einer Versetzung in andere Arbeitsbereiche aufgrund von Einrichtungsschließungen kommen. Auch sind die Hierarchien oft steiler. Die Arbeitszeiten sind, anders als bei den Freien Trägern, geregelter.

Bei den Freien Trägern ist die Situation eine deutlich andere. Sie basiert im Wesentlichen zwar auch auf der schwierigen Lage der Öffentlichen Hand. Die Anstellungs- und Arbeitsverhältnisse sind jedoch grundverschieden. Die Finanzierung der Einrichtungen und Projekte ist zumeist nur für ein Jahr gedeckt. Ob und in welcher Höhe die Finanzierung für das folgende Jahr gewährleistet werden kann, ist unklar. Die Stellen sind somit immer nur bis zum jeweiligen Jahresende gesichert.

Durch den fortschreitenden Abbau von Arbeitsplätzen im kommunalen Sozial-, Kultur- und auch Umweltbereich ist die Arbeitsmarktsituation im Bereich der Jugendumweltbildung problematisch. Auf die wenigen Stellenangebote drängt eine Vielzahl von Interessenten. Auch ist mit der Einführung der Ein - Euro - Jobs im Zuge der Hartz IV - Reformen ist zu befürchten, dass reguläre Stellen durch sie ersetzt werden.

Bei einer Bewerbung werden zumeist geringe Anforderungen an Fachwissen und Berufsqualifikationen gestellt. Vielmehr stehen personale Kompetenzen und die charakterliche Eignung im Vordergrund, was einen leichteren Quereinstieg ermöglicht. Eine persönliche und individuelle Bewerbung ist daher beinahe unumgänglich. Sehr hilfreich ist es bereits im Kontakt mit dem möglichen Arbeitgeber zu stehen, denn wird eine Stelle frei, wird zuerst im inneren Zirkel der Einrichtungen nach geeigneten Bewerbern gesucht, z.B. ehemalige Praktikanten. Danach wird das Stellenangebot in die vorhandenen Netzwerke gegeben. Erst wenn auch dies erfolglos bleibt, wird die Stelle öffentlich ausgeschrieben. Dieser Ablauf der Stellenbesetzung ist bei Freien Trägern gängig.

Extremer verhält es sich bei projektabhängigen Anstellungen. Sie sind an durchgeführte Bundes- oder Kommunalprogramme gebunden, die eine Laufzeit von 6 bis 36 Monaten haben, in der Regel 1 Jahr. Die Möglichkeit an solche Projekte, die

die Übernahme von Personalkosten beinhalten, zu kommen, ist sehr stark von der politischen Lage abhängig. Mitte der 90er Jahre gab es eine Vielzahl von Programmen, die sich gegen Rassismus richteten. Mit der gegenwärtigen Rot - Grünregierung sind es verstärkt Themen wie "Erneuerbare Energien" und "Bildung". Bei der Konzipierung eines Antrages für entsprechende Programme muss immer Zeit mit eingeplant werden, um das nächste Projekt beantragen zu können. Ob die Anträge zu Umsetzung genehmigt werden, ist keinesfalls sicher.

Aus-, Fort- und Weiterbildung

Es gibt in Deutschland keine Ausbildung zum Umweltpädagogen. Die meisten tätigen Umweltpädagogen haben eine pädagogische oder naturwissenschaftliche Hochschulausbildung. Die nötigen Fähigkeiten werden im Zuge der Berufstätigkeit oder durch Fort- und Weiterbildungen erworben. Die Weiterbildung zum Wald-, Natur- und Erlebnispädagogen entspricht am ehesten den Anforderungen der Jugendumweltbildung. Sie wird unter anderem von der Naturschule Freiburg, der Gesellschaft für Natur- und Umwelterziehung e.V. sowie von Ministerien für Landesentwicklung und Umweltfragen einiger Bundesländer angeboten. Sie finden berufs- bzw. ausbildungsbegleitend statt. Inhalte sind die Methodik und Didaktik der Naturpädagogik, Naturkunde, Praxis und Theorie der Gruppenpädagogik sowie die Planung und Durchführung von Veranstaltungen. Ergänzt werden die Grundkurse durch frei wählbare Fortbildungskurse, wie "Ur-Musik aus der Natur", "Heilkräuter und essbare Natur", "Waldzeichen und Naturspuren" oder "Baumsteiger - Praxis des Baumkletterns/Übernachten im Baum". Die Weiterbildungen zum Wald-, Natur- und/oder Erlebnispädagogen kosten zwischen 1.500 und 2.000 Euro. Die Kosten für die einzelnen Fortbildungen bewegen sich zwischen 50 und 100 Euro zzgl. Unterkunft und Verpflegungen.

Resümee

Mit ihrem Studium sind GeographInnen (Diplom) für eine Anstellung im Bereich der Jugendumweltbildung besonders geeignet. Selbstorganisation und die Fähigkeit zur intellektuellen Problemlösung sind Fähigkeiten, die in den meis-

ten Studiengängen erlernt werden. Neben diesen Fähigkeiten bringen Geographen jedoch entsprechendes fachliches Wissen mit. Ihr breites Studium beschäftigt sich sowohl mit der Umwelt, als auch dem Menschen sowie deren Zusammenspiel. Diese fachliche Breite, welche ihnen oft bei der Stellensuche zum Nachteil gereicht, ist hier ihr größter Trumpf gegenüber den anderen Naturwissenschaften. Das Studium der Geographie ist weiterhin sehr praxisnah und vermittelt u.a. die Vereinfachung, Visualisierung und Wiedergabe komplizierter Sachverhalte. Daher haben Studierende der Geographie zumeist auch ohne pädagogische Ausbildung die nötigen Fähigkeiten für die Vermittlung der Inhalte der Jugendumweltbildung. Durch die Praxisnähe des Studiums der Geographie erwerben viele Studierende die nötige Teamfähigkeit für die Tätigkeit in Einrichtungen der Jugendumweltbildung.

LITERATUR

DEUTSCHER BILDUNGSSERVER (2004): Fort-/Weiterbildung Natur-/Umweltpädagogik <http://www.bildungsserver.de/zeigen.html?seite=2573> (Zugriff am 21.12.2004)

EV. HAUPTBIBELGESELLSCHAFT (Hrsg.)(1981): Die Bibel oder die ganze Heilige Schrift des Alten und Neuen Testaments - nach der Übersetzung Martin Luthers, Revidierter Text AT 1964. Berlin

GESELLSCHAFT FÜR NATUR- UND UMWELTERZIEHUNG E.V. (2004): <http://www.gnu-ev.de> (Zugriff am 21.12.2004)

NATURSCHULE FREIBURG (2004): <http://www.naturschule-freiburg.de> (Zugriff am 02.01.2005)

SENATSV ERWALTUNG FÜR BILDUNG, JUGEND UND SPORT (2005): <http://www.senbjs.berlin.de> (Zugriff am 10.01.2005)

STATISTISCHES BUNDESAMT (2000): Statistisches Jahrbuch 2000 <http://www.destatis.de/presse/deutsch/pm2000/p3640221.htm> (Zugriff am 12.01.2005)

STIFTUNG NATURSCHUTZ (2004): <http://www.stiftung-naturschutz.de> (Zugriff am 22.12.2004)

5.2 Berufsfeldanalyse Politikberatung

Gregor Herse

Politikberatung ist in aller Munde. An Universitätsinstituten, wie zum Beispiel am Otto-Suhr-Institut für Politikwissenschaft der Freien Universität, werden ein Vielzahl von berufspraktischen Seminaren angeboten, die unter dieser Bezeichnung firmieren. Und schaut man sich an, in welchen Branchen SozialwissenschaftlerInnen vermehrt unterkommen, dann wird man erneut über diese Profession stolpern. Wie die Verbleibsstudie des Geographischen Instituts der Universität Hannover aus dem Jahr 2000 zeigt, haben sich auch deren AbsolventInnen zu einem nicht geringen Teil dem Beruf PolitikberaterIn zugewandt.

Aber worum handelt es sich hierbei genau, wer berät wen wie, und warum sollte dieser Beruf sich für AnthropogeographInnen als geeignet erweisen.

Die an dieser Stelle veröffentlichten Ergebnisse sind das Resultat mehrerer Experteninterviews, die mit verschiedenen Beratern geführt wurden. Im folgenden soll ein wenig Licht ins Dunkel gebracht werden, außer einer Definition wird die Entwicklung dieses Berufsfeldes dargestellt sowie die Zugangsmöglichkeiten sowie die Chancen in diesem Berufsfeld näher beleuchtet.

In der Vergangenheit ist Politikberatung ein in Deutschland weitgehend unbekanntes Berufsfeld gewesen. Zu Zeiten der Bonner Republik ist Politikberatung ausschließlich von Verbänden, Parteien und Stiftungen betrieben worden. Doch nach dem Umzug der Regierung nach Berlin und dem etwa zur gleichen Zeit stattfindenden Regierungswechsel lässt sich eine Transformation in der politischen Kultur beobachten, die nach und nach die alten Strukturen der Interessenver-

mittlung aufweicht und somit Platz für dieses neue Berufsfeld schafft. Es ist fast als ironisch zu bezeichnen, dass ausgerechnet während der Regierungszeit einer durch die SPD geführten Koalition, langsam mit der Tradition der korporatistischen Interessenvertretung gebrochen wird. Parteien wie Verbände erleben einen starken Mitgliederschwund, es wird zunehmend schwieriger immer speziellere Anliegen unter einem Dach zu vereinen, und mit den Nicht-Regierungs-Organisationen (NGO) ist eine neue Gruppe von Akteuren in das politische Geschehen getreten. Durch diese sich verändernde Ausgangssituation öffnet sich also mit einem Mal ein Arbeitsmarkt für eine Branche der Fremdvertretung von Interessen, die international schon auf eine gewisse Tradition zurückblicken kann. In den USA und auf Europäischer Ebene findet Politikberatung beispielsweise schon seit einigen Jahren oder auch Jahrzehnten statt.

Die Beschreibung der Entwicklung lässt zwar Schlüsse zu, worum es sich bei Politikberatung handeln könnte, eine Definition liefert sie jedoch noch nicht. Eine genaue Definition gibt es tatsächlich auch nicht. Es handelt sich eher um eine Vielzahl von Aktivitäten zur Unterstützung des politischen Systems und zur Einflussnahme auf dieses. Die Hauptaktivitäten, die genauer erläutert werden sollen firmieren unter den Begriffen *Lobbying*, *Issues Management* und *Public Affairs*.

Unter *Lobbying* versteht man die direkte oder indirekte Einflussnahme auf politische Prozesse von Organisationen durch externe TeilnehmerInnen. Es handelt sich um eine beziehungsgebun-

dene interpersonelle Form der politischen Interessenvertretung. Es ist also ein vorpolitischer Prozess, bei dem Stakeholder versuchen, ihre Themen und Belange in die Interessenvertretung hineinzutragen.

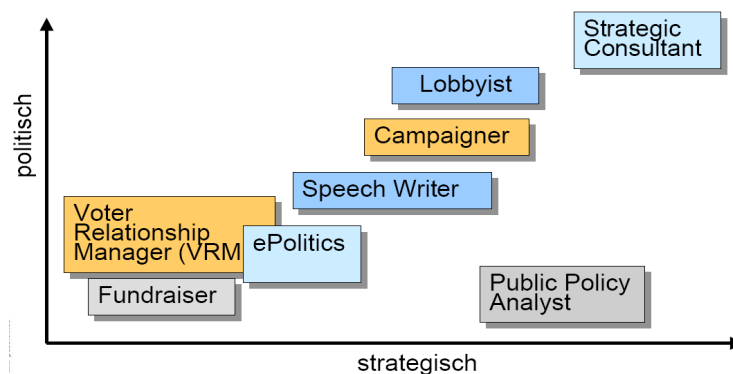
Issues Management ist eine Methode, die mit dem Ansatz des Agenda Settings vergleichbar ist, bei dem es vor allem um die Identifizierung von konfliktträchtigen Themen geht. Durch strategische Einflussnahme soll versucht werden, den Zeitpunkt und die Art des medialen Auftauchens dieser Themen zu steuern oder zu unterdrücken.

Bei *Public Affairs* handelt es sich um eine spezifische Form der Öffentlichkeitsarbeit. Spezifisch in der Hinsicht, dass sie sich auf ein bestimmtes Politikfeld ausrichtet, in dem ein besonderes Know-how bezüglich der Kommunikationsmuster besteht. Ein Dioxin-skandal verlangt eine andere Herangehensweise als der Verkauf von Panzern an die Türkei. Zumeist findet *Public Affairs* an der Schnittstelle zwischen Wirtschaft und Politik statt. Durch sie wird versucht, eine bewusste Mitgestaltung der politischen Prozesse zu erreichen, die die Unternehmensinteressen berühren.

Selbstverständlich gibt es noch eine Vielzahl weiterer Aufgabenbereiche, die unter der Bezeichnung Politikberatung zusammengefasst werden können. Ein Beispiel dafür liefert die Agentur güttler+klewes, deren Einordnungsversuch in der Abbildung zu sehen ist (s. Abb. 22).

Auffällig bleibt bei allen Definitionen, dass ein Bereich fasst völlig ausgeklammert bleibt, der

Abb. 22: Rollen des Politikberaters



Quelle: Güttler + Klewes 2004

sich jedoch bei der Verwendung des Begriffes Beratung zwangsläufig aufdrängt. Und zwar die fachliche Beratung von Parteien oder EinzelakteurInnen in Bezug zu bestimmten Problemstellungen, für die diesen die Expertise fehlt. Es soll nicht unerwähnt bleiben, dass es diese Zunft an BeraterInnen zwar wirklich gibt, dass diese jedoch nur schwerlich als Berufsfeld für UniversitätsabsolventInnen zu bezeichnen, bzw. dass der Markt außerordentlich klein ist. Es handelt sich in fast jedem Fall um universitäre oder außeruniversitäre Institute, die diese Leistungen erbringen. Wo zur Wahrung wissenschaftlicher Seriosität die Dienste versagt bleiben müssen, treten die parteinahen politischen Stiftungen auf den Plan, deren Sachverständigenengremien nicht an das wissenschaftliche Paradigma der Neutralität gebunden sind.

Welcher besonderen Fähigkeiten bedarf es, um erfolgreich in das Berufsfeld der Politikberatung einzusteigen? Wie aus den Definitionen ersichtlich wird, handelt es sich um einen im hohen Maße auf Kommunikation ausgerichteten Tätigkeitsbereich. Werden aktive PolitikberaterInnen befragt, so stellt sich schnell heraus, dass sie die unterschiedlichsten berufsqualifizierenden Hintergründe haben. Das Spektrum reicht von KulturwirtInnen über PolitologInnen und SoziologInnen bis zu JuristInnen. Ihre besonderen fachlichen Fähigkeiten beschreiben sie selbst eher als von nachrangiger Bedeutung. Einzig der Fähigkeit zum wissenschaftlichen Arbeiten in einer sehr pragmatischen Form schreiben Sie eine wichtige Bedeutung zu. Es ist wichtig, komplexe Themen schnell zu erfassen und aufzubereiten. Das Wissen um Logik und Funktionsweise der Medien ist von elementarer Wichtigkeit, sowie das interpersonelle Kommunikationsvermögen. Es handelt sich definitiv um keinen "nine-to-five" Job, will man sich am Markt behaupten. Die permanente Kontaktpflege sowie die eigene Netzwerkpflge ist Pflicht. Alle Befragten haben beschrieben, dass die eigentlichen politischen Strukturen und das Wissen um ihre Funktionen nicht an der Universität gelernt werden können, sondern "on the job" erworben werden müssen.

Der Beratungsmarkt selbst wird neben den schon genannten Stiftungen, Instituten und Verbänden vor allem durch vier verschiedene Geschäftstypen dominiert. Zum einen sind da die EinzelberaterInnen, die vor allem aufgrund ihrer persönlichen

Vita im politischen Gewerbe hängen geblieben sind. Es handelt sich z.B. um ehemalige JournalistInnen, PolitikerInnen oder WissenschaftlerInnen, die schon länger eine Nähe zu politischen AkteurInnen gepflegt haben und diese Kontakte weiterhin zu nutzen verstehen. Oft drängen aber auch PolitologieabsolventInnen in das Berufsfeld, die zuvor keine Kontakte in das Berufsfeld unterhielten. Ihre Erfolgsaussichten am Markt zu bestehen sind jedoch sehr gering. Des weiteren gibt es *PR-Agenturen*, die ihr Portfolio um ein weiteres Geschäftsfeld erweitern wollen, um schon mal einen Fuß in der Tür zu haben. Bei genauerer telefonischer Nachfrage stellt sich jedoch heraus, dass diese Agenturen oftmals (noch) gar nicht in diesem Bereich tätig sind. Die letzten beiden - in Deutschland neuen - sind die *inländisch* und *ausländisch* geführten *Public Affairs-Agenturen*. Die in Deutschland ansässigen Agenturen sind, da die Branche noch recht neu ist, inhabergeführt und haben oft nur wenige MitarbeiterInnen. Sie wurden zumeist zu einer Zeit gegründet, als es die Bezeichnung Politikberatung in Deutschland noch nicht gab. Erst mit der Gründung der Deutschen Gesellschaft für Politikberatung (DeGePol) kam es im Zuge von Professionalisierungsbemühungen zu einer ersten Erfassung der Branchenmitglieder. Die deutschen Agenturen sehen sich nach Angaben eines DeGePol Gründers jedoch in letzter Zeit im hohen Maße von großen ausländischen Agenturen bedroht, die langsam Deutschland für sich entdecken. Diese Agenturen mit Dependancen in unterschiedlichen Ländern sind zwar teurer als die deutschen Konkurrenten, werben aber mit großen Namen und sorgen somit dafür, dass den anderen oft nur die überschüssigen Aufträge bleiben. Der Branche bleibt also nach wie vor ein gewisses Wachstum beschert, der Markt ist jedoch umkämpfter geworden.

Parallel zur neuen Präsenz ausländischer Beratungsfirmen, entwickeln sich in den letzten Jahren auch neue Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten. Neben den klassischen sozialwissenschaftlichen Studiengängen werden nun spezielle Master-Programme für Public Affairs entwickelt, über deren Qualität bisher nicht viel gesagt werden kann, da die ersten Jahrgänge sich noch in der Ausbildung befinden. Eine Politikberaterin äußerte sich jedoch kritisch zu solchen Vorhaben, da nach ihrer Meinung Politikberatung ebenso wenig auf den Berufswunsch hin studiert werden kann wie Publizistik.

Es ist anzunehmen, dass sich zumindest der Einstieg in eine größere Beratungsagentur mit einem solchen Abschluss einfacher darstellt. In Deutschland gibt es zur Zeit universitäre Angebote in Erfurt, Bremen und Berlin. Ein weiterer Studiengang in Potsdam befindet sich im Aufbau. Andere Wege der Weiterbildung laufen ähnlich wie in der Öffentlichkeitsarbeit über Volontariate oder Traineeships. Ein üblicher Einstieg bei inländischen Agenturen erfolgt bisher über Referententätigkeiten bei Abgeordneten oder in Behörden.

Als Standort nimmt Berlin für die Branche eine herausragende Stellung ein. Die Bundesbehörden sowie die räumliche Nähe zweier Bundesländer bieten das mit Abstand größte Beschäftigungspotential. Darüber hinaus sind noch verhältnismäßig viele Agenturen im Rheinland ansässig, was vermutlich auf die vielen Firmensitze, die verbliebenen Bundeseinrichtungen sowie die Nähe zu Brüssel zurückzuführen ist. Einige Agenturen unterhalten auch Dependancen in der jeweils anderen Region.

Zusammenfassend bleibt zu sagen, dass in dieser Branche mit Sicherheit noch eine Menge Potential in Bezug auf den Arbeitsmarkt liegt.

Ob man Politologie, BWL oder Geographie studiert hat, ist als beinahe nebensächlich einzustufen. Ein abgeschlossenes Studium an sich scheint jedoch selbstverständlich zu sein. Zu glauben, man hätte nach dem Studium das Rüstzeug für die direkte Berufsausübung erworben, ist trügerisch. Ähnlich wie bei JournalistInnen ist es von immenser Bedeutung, besser früher als später aktiv zu werden, sich politisch zu engagieren oder Praktika bei Behörden oder Verbänden zu absolvieren, um Kontakte zu knüpfen. Inwiefern sich spezielle Studiengänge als lohnenswert erweisen, bleibt abzuwarten. Bewährte Studiengänge, die auf bestimmte Politikfelder wie Umweltpolitik, Entwicklungspolitik oder Außenpolitik vorbereiten könnten ebenfalls eine Alternative sein.

LITERATUR

KLEWES, Joachim: www.komm-passion.de/PA.pdf (01.12.2004)

MILINEWITSCH, Mirko (2003): Professionalisierung der Interessenvermittlung in Deutschland durch externes Public Affairs Management, Berlin. (unveröffentl. Diplomarbeit)

5.3 (T)Raumberuf freie/r AusstellungsmacherIn?

Sandra Jasper

Wie kann man wissenschaftliche Inhalte künstlerisch einer breiten Öffentlichkeit vermitteln? Wer arbeitet im Überschneidungsbereich zwischen Kunst und Wissenschaft? Auf dem Weg der Beantwortung dieser Fragen habe ich das Berufsfeld "freie/r AusstellungsmacherIn" gekreuzt. Im Folgenden werde ich dieses Berufsfeld anhand der Ergebnisse von vier ExpertInneninterviews und einer Berufsfeldanalyse beleuchten. Dies kann nur ein Einblick sein, der die Erfahrungen meiner InterviewpartnerInnen und meine persönliche Interpretation dieser widerspiegelt. Im Gegensatz zu anderen Berufsfeldern im Bereich "Kulturarbeit", wie z.B. MuseumskuratorIn, oder KulturmanagerIn, werden AusstellungsmacherInnen auch in neuerer Literatur zum Thema "Berufe" nicht aufgeführt. Um etwas Licht in dieses diffuse Ar-

beitsfeld zu bringen, werden daher die Informationen der ExpertInnen besonders viel Raum einnehmen und Vergleiche mit dem Beruf "MuseumskuratorIn" herangezogen.

AusstellungsmacherInnen "machen" Ausstellungen

Der Begriff "AusstellungsmacherIn" erklärt sich zunächst von selbst - was aber bedeutet es, Ausstellungen zu "machen", d.h. welche konkreten Arbeitsbereiche beinhaltet dieser Beruf? "Machen" steht in diesem Fall für entwickeln, planen, vorbereiten, umsetzen und betreuen. Um die verschiedenen Arbeitsbereiche fassbarer darzustellen, werde ich zwei Ebenen unterscheiden – Management und Konzeption. Zuerst jedoch...

Die Idee

Vor dem Beginn einer Ausstellungskonzeption steht eine Idee. Um welches Thema soll sich die Ausstellung drehen? Hier gibt es zwei unterschiedliche Herangehensweisen: Auf dem ersten und steinigern Weg entwickelt man aus einer eigenen Idee ein Konzept, um sich, z.B. bei Institutionen wie der Kulturstiftung des Bundes, um Fördermittel zu bewerben. Der zweite Weg führt über die Bewerbung auf projektbezogene Ausschreibungen "in den Job", wobei eine Idee zum Thema der Ausstellung vorgegeben ist und je nach Projekt und AuftraggeberInnen bei der inhaltlichen Konzeption mehr oder weniger Freiräume offen stehen.

Das Konzept

Eine Ausstellung zu konzipieren und dieses Konzept umzusetzen bedeutet zunächst sich wissenschaftlich mit dem Ausstellungsthema auseinanderzusetzen. Potentielle Auftraggeber können Museen oder wissenschaftliche Institute sein, die z.B. eine Sonderausstellung planen. Es stellen sich zunächst Fragen wie: Wer ist inhaltlich (noch) auf dieses Thema spezialisiert? Welche Veröffentlichungen gibt es? Was sind aktuelle Debatten? Welche Ausstellungen hat es zu diesem Thema schon gegeben? Welche Ausstellungsobjekte sind interessant? Je nach Thema steht in Verbindung mit der wissenschaftlichen Recherche die Recherche nach Exponaten, welche zur Leihgabe von Museen oder Archiven zur Verfügung gestellt werden, bzw. die eigene Herstellung von Ausstellungsobjekten (Karten, Modelle, Bilder, Filme, Installationen, Fotografien, etc.) in Zusammenarbeit mit u.a. KartographInnen, ArchitektInnen und KünstlerInnen. In einem weiteren Schritt wird ein "Storyboard" entwickelt, welches die Geschichte der Ausstellung erzählt. Hierbei geht es um die didaktische und künstlerisch-ästhetische Aufbereitung der Forschungsergebnisse für die Öffentlichkeit. Außerdem verfassen AusstellungsmacherInnen Texte für begleitende Materialien (Kataloge, Flyer, Plakate) oder thematisch an die Ausstellung gebundene Publikationen.

Das Management

Wie auch bei der Konzeption der Ausstellung geht

es bei der Organisation sehr viel um Kommunikation mit den beteiligten Personen. Es stellen sich Fragen wie: In welchen privaten oder öffentlichen Räumen soll die Ausstellung stattfinden (Museum, Galerie, Kunsthalle, Verein, Unternehmen)? Was muss bei den (Leih)Objekten in Bezug auf deren Versicherung, Transport, Instandhaltung, Aufbewahrung beachtet werden? Die Aufgabenbereiche sind sehr unterschiedlich und reichen von Administration, Finanzierung, über juristische Fragen (z.B. Urheberrechte von Bildmaterialien in Katalogen), bis hin zu Öffentlichkeitsarbeit und Vermarktung.

Diese Ebene der Organisation von Ausstellungen wird z. T. auch von hierauf spezialisierten Agenturen aus dem Bereich Kulturmanagement umgesetzt. Wichtig wird diese Trennung der Aufgabengebiete für die Praktikumsbewerbung, da man darauf achten sollte, in welchem der beiden Bereiche (Konzeption, Management) - wenn nicht in Beiden - man Berufserfahrungen sammeln und Kontakte knüpfen möchte.

Museum und/oder "freier Markt"?

MuseumskuratorInnen, die wissenschaftlichen MitarbeiterInnen im Museum, betreuen über die Ausstellungen hinaus auch Bereiche wie das Sammeln und Bewahren von Kulturgütern, die nicht zum Arbeitsbereich von freien AusstellungsmacherInnen gehören. Es gibt jedoch insbesondere bei der Konzeption und Umsetzung von Sonderausstellungen in Museen ähnliche Tätigkeitsbereiche. Trotz sich überschneidender Arbeitsfelder ist aber ein grundlegender Unterschied vorhanden: das Arbeitsverhältnis. MuseumskuratorInnen sind beim Museum fest angestellt, arbeiten also in einem "Normalarbeitsverhältnis". Freie AusstellungsmacherInnen hingegen arbeiten in befristeten Arbeitsverhältnissen (Werkverträge, projektbezogene Verträge). Da die Anzahl der Festanstellungen in staatlichen und städtischen Museen aufgrund finanzieller Kürzungen im Kultursektor rückläufig, eine Promotion für eine Festanstellung oftmals Voraussetzung, und Berufserfahrung trotz weniger Volontariatsstellen unabdingbar ist, kann der "freie Markt", besonders in Hinblick auf den Wandel im Arbeitsbereich Museum, den ich im Folgenden darstelle, eine Alternative für den Einstieg in dieses Berufsfeld sein.

Strukturveränderungen: Das Museum als besucherorientiertes Dienstleistungsunternehmen

Obwohl Deutschland weltweit zu den Staaten mit den höchsten öffentlichen Ausgaben für Kultur gehört, insgesamt rund 10 Milliarden Euro pro Jahr (Mandel 2002), wirkt sich die zunehmende öffentliche Finanzknappheit seit Anfang der 90er Jahre auch auf den Kultursektor aus. Aufgrund schrumpfender Budgets, Stellenstreichungen, sich wandelnder Anforderungen an die Museen (Design von Flyern und Katalogen, mediale Präsentationen, besucherorientierte Aufbereitung, Vermarktung, etc.) und durch den Wettbewerb um Gelder (auch von Sponsoren aus der Privatwirtschaft) hat sich die Vertragsvariante der projektgebundenen Werksverträge auch in Museen etabliert. Aufgaben, die ehemals fest angestellte KuratorInnen erledigten, wie Ausstellungs- und Organisationskonzepte, Ausstellungskataloge, museumsdidaktische Texte oder Öffentlichkeitsarbeit, werden heute auch an Freiberufler übergeben.

Aber jeder Weg hat seine eigenen Hürden. Zwar bieten diese Strukturveränderungen insbesondere Quereinsteigern die Chance, sich den Museumsraum zu erobern, aber wie frei ist der "freie Markt" des projektgebundenen Arbeitens wirklich? Hürden können hier z.B. fehlende Kontakte und Netzwerke sein, die für freie AusstellungsmacherInnen "überlebenswichtig" sind, da sich nach jedem abgeschlossenen Projekt die Frage "Was kommt jetzt?" stellt und Werksverträge größtenteils "unter der Hand" vergeben werden.

Professionalisierungstendenzen der Branche

Einerseits öffnen die Museen (aus der Geldnot heraus) ihre Türen für freie MitarbeiterInnen, andererseits lassen sich auf der Ausbildungsebene Professionalisierungstendenzen erkennen. Studiengänge, wie Museologie, die es im Ausland (USA, GB) schon seit langem gibt, sind heute vereinzelt auch in Deutschland zu finden. Als Studiengang bieten die Fachhochschule für Technik und Wirtschaft, Berlin (www.fhtw-berlin.de/studg_fb5_4.html) und die Hochschule für Technik, Wirtschaft und Kultur, Leipzig (www.htwk-leipzig.de/bum/neu/mu/index.htm) den Studien-

gang Museumskunde bzw. Museologie an. Mehr und mehr spezialisierte Aufbaustudiengänge (z.B. Masterstudiengänge wie Kulturmanagement) werden eingerichtet. Außerdem versuchen sich VolontärInnen zu professionalisieren (siehe Website des DMB), d.h. ihre zweijährige Ausbildung bundesweit zu vereinheitlichen und zu verbessern. Für den Beruf MuseumskuratorIn bestehen laut Literatur (Mandel, Bolduan, Jüde) hohe Anforderungen und der traditionelle Einstieg verläuft im geradlinigsten Idealweg über ein Praktikum, ein zweijähriges Volontariat und eine sammlungsbezogene Dissertation in die Festanstellung. Trotzdem sind laut Experteninterviews die geknüpften Kontakte und Erfahrungen, die man "on the job" gemacht hat, am Wichtigsten.

Was können AusstellungsmacherInnen?

Die Interviewpartner meinen, dass: Kommunikationsfähigkeit von größter Bedeutung ist, da man mit vielen unterschiedlichen Personen in einem Team zusammentrifft. Man sollte also gerne mit Menschen zusammenarbeiten, Kontakte knüpfen und dafür Verhandlungsgeschick, starke Nerven und Durchsetzungsvermögen und Englischkenntnisse mitbringen. Je nach Struktur (flache oder steile Hierarchien) und Größe des Teams tragen die ProjektleiterInnen besonders viel Verantwortung. Mit zunehmender Verantwortung übernehmen sie mehr organisatorische, administrative, strategische und repräsentative Aufgaben und sollten Prioritäten erkennen- d.h. Aufgaben nach Dringlichkeit abwägen und organisieren- eine Fähigkeit, die man "on the job", also durch die Berufserfahrung erlernt. Somit sind Organisationstalent und Flexibilität weitere essentielle Kompetenzen. Neben (im Studium erlerntem) fachinhaltlichem Wissen, sollte man sich auch gerne in "unbekannte" Themen schnell einarbeiten, d.h. (wissenschaftlich) recherchieren und schreiben.

Die Europäische Kommission meint, "KulturarbeiterInnen" sollten:

"in der Lage sein, interdisziplinär zu denken und handeln [Sie sollten] über technisches Grundlagenwissen im Bereich der Neuen Medien sowie über soziale und kommunikative Kompetenzen wie Marketing, PR, Moderation, Präsentation verfügen" (Mandel 2002, S.43).

Voraussetzungen für "KulturvermittlerInnen" und MuseumskuratorInnen sind darüber hinaus laut Literatur (Mandel 2002, Bolduan 1998, Jüde 1999): Management- und Organisationsfähigkeiten, didaktische und Vermittlungskompetenzen, künstlerisch-ästhetische Kompetenz, Sprachkenntnisse, EDV-Kenntnisse; sie sollten flexibel auf gesellschaftliche und kulturelle Rahmenbedingungen eingehen und Veränderungen wahrnehmen können und Schlüsselqualifikationen wie Kreativität, Realitätsbewusstsein, Innovationsfreudigkeit, Selbständigkeit, Beobachtungs- und Analysefähigkeit, Belastbarkeit, Improvisationsfähigkeit, Glaubwürdigkeit und Überzeugungskraft mitbringen.

Zwischen den Zeilen gelesen... ein Fazit:

Erschlagen von dieser Fülle an Anforderungen, die in der Literatur beschrieben werden, komme ich zurück zu den ExpertInnen, und der Frage, wie sie sich all diese Kompetenzen (zum größten Teil "Softskills") angeeignet und sich für diesen Beruf qualifiziert haben. Keine/r meiner InterviewpartnerInnen hatte "geplant" AusstellungsmacherIn zu werden und alle sind auf die unterschiedlichsten Wege- mehr oder weniger eingestiegen. Eines hatten alle vier gemeinsam: ein abgeschlossenes Studium, inhaltlich variierend von naturwissenschaftlich, technisch bis geisteswissenschaftlich ausgerichtet. Grundlage für die spätere Arbeit waren nach Aussagen der ExpertInnen neben den im Studium erlernten Fähigkeiten vor allem die Berufserfahrungen durch Praktika und Jobs während des Studiums oder Volontariate danach, durch die sie ihre Kompetenzen erlernen, entdecken und ausbauen konnten (oder auch mussten).

Arbeitsalltag- Gibt es den? - über Abwechslungsreichtum und Armut an Freizeit

Einen typischen Arbeitstag von AusstellungsmacherInnen zu beschreiben ist nicht ganz einfach, weil sich der Tagesablauf täglich ändern kann und es auf das "Stadium" der Ausstellung (Storyboard, Finanzierungskonzept, Objektsuche, Ausstellungseröffnung, Katalogkonzeption, etc.) und den jeweiligen Zuständigkeitsbereich (Konzeption, Management) ankommt, welche Aufgaben gerade anstehen. Es gibt Tage mit viel Büroarbeit, d.h. Emails schreiben und beantworten,

Arbeit am PC (z.B. Texte verfassen/lesen, Power Point Präsentationen oder Kataloglayouts erstellen), Telefonate führen (z.B. mit Versicherungen, Museen, KünstlerInnen) und Tage an denen Archive oder Museen besucht und z.B. Objekte gesichtet werden müssen oder Treffen zur Absprache mit beteiligten MitarbeiterInnen anstehen.

Allgemein gilt, dass es bei der Projektarbeit, im Gegensatz zu einer Festanstellung im Museum, keine geregelten Arbeitszeiten gibt und Arbeits"tage" auch 20 Stunden und mehr umfassen können. Zusätzliche Arbeit kann durch Nebenverdienste, wie z.B. journalistische oder wissenschaftliche Veröffentlichungen und das parallele Ausschauhhalten nach dem nächsten Auftrag entstehen. Da es wichtig ist, Kontakte und Netzwerke aufrechtzuerhalten und auszubauen gehören auch Treffen außerhalb der Arbeitszeiten zum Alltag.

Zeitmanagement ist also sehr wichtig und die Vereinbarkeit von Familie, bzw. Privatleben und Beruf z.T. schwierig. Es ist ein Beruf, der eine hohe Identifikation fordert, und sich die Frage stellt: Ist dies meine Berufung? AusstellungsmacherInnen sind auf soziale Netzwerke (PartnerIn, Familie, Freunde) angewiesen, insbesondere wenn sie Kinder haben. Die geforderte Flexibilität und auch räumliche Mobilität der "freien" Arbeit kann die privaten "Freiheiten" also auch sehr einschränken, so dass man gezwungen ist, Prioritäten zwischen Privatleben und Beruf zu setzen.

Der Einstieg: Praktikum, Volontariat, Fort- und Weiterbildung, Stellen

Für einen Einstieg in das Berufsfeld "freie/r AusstellungsmacherIn" sind Kontakte und Netzwerke "überlebenswichtig". Kontakte kann man z.B. über Praktika und Fort- und Weiterbildungen herstellen. Praktika sind zudem wichtig, da ein abgeschlossenes Hochschulstudium besonders für die Arbeit im Museum zwar eine Voraussetzung ist, jedoch die Berufserfahrung nach dem Prinzip "Learning by doing" für dieses Berufsfeld unersetzlich ist. Eine Aufstellung von Museen weltweit (<http://vlmp.museophile.com/world.html>) hilft dabei, Museen zu finden, die persönliche Interessensgebiete ansprechen und für ein Praktikum in Frage kommen. Außerdem

kann man sich Hilfestellung zum Thema Praktika über Studienberatungsangebote des Fachbereichs Museologie/Museumskunde der Fachhochschule für Technik und Wirtschaft, Berlin und der Hochschule für Technik, Wirtschaft und Kultur, Leipzig, sowie über Literatur aus dortigen Bibliotheken oder das Seminarangebot holen. (Informationen zum Bereich Kulturmanagement bietet das Career Center der FU Berlin oder die websites: www.kulturmanagement.net, www.kulturmanagement.ph-ludwigsburg.de, www.cortex-kulturemplei.com).

Die Bundesakademie für kulturelle Bildung bietet Fortbildungskurse an, z.B. in den Bereichen "Konzept und Organisation", "Bildung und Kommunikation", "Management und Schlüsselqualifikation". Weitere Links zu Fort- und Weiterbildungen kann man auf der Website des Deutschen Museumsbundes finden. Außerdem gibt es dort eine bundesweite VolontärInnen-Mailingliste, die z.B. über Weiterbildungsangebote informiert und einen persönlichen Erfahrungsaustausch ermöglicht. Stellenausschreibungen kann man in den Zeitschriften *Museumskunde* und *Bulletin* (veröffentlicht vom Deutschen Museumsbund) und *Kunstchronik* (veröffentlicht vom Verband Deutscher Kunsthistoriker) finden; außerdem im Magazin Arbeitsmarkt "Bildung Kultur Sozialwesen" des Wissenschaftsladens Bonn (www.wilabonn.de).

Weiterführende Studiengänge/Aufbaustudiengänge bieten z.B. die Universität Oldenburg (Museum und Ausstellung), die Universität Hamburg und die Fernuniversität Hagen (Museumsmanagement). (weitere Informationen, s. hierzu: CareerService der Freien Universität Berlin).

Raumberuf freie/r AusstellungsmacherIn?

In meiner Recherche habe ich viele aktuelle Ausstellungen gefunden, die anthropo- bzw. kulturgeographische Themen behandeln, wie z.B. "Schrumpfende Städte" und "Jetzt und zehn Jahre davor" (Gentrifizierung), Kunstwerke Berlin, oder "Compost Cities" (Stadterneuerung) und "the city as playground" (alternative Nutzungen durch Subkulturen), *Urbis Manchester*. Fachinhaltlich und auch in Bezug auf die erwünschten interdisziplinären Kompetenzen, die aktuell nicht nur für das Berufsfeld AusstellungsmacherIn gefragt

sind, scheint mir die Geographie als (potentielles) Überschneidungs- und Dialogfeld zwischen Natur- und Kulturwissenschaften, ein ideales Studienfach. Auch technisches Fachwissen, z.B. im Rahmen der Visualisierungsmethoden (Erstellen von Karten), die für den Bereich Ausstellung und Wissensvermittlung besonders wertvoll sind, wird in diesem Studiengang vermittelt. Aber warum konnte ich so wenige Geographinnen, im Gegensatz zu ArchitektInnen, HistorikerInnen, KulturwissenschaftlerInnen oder PhysikerInnen, im Arbeitsfeld Ausstellung aufspüren? Aus meiner Perspektive als Studentin könnte es vielleicht daran liegen, dass die Potentiale, die der Studiengang Geographie in Bezug auf das Erlernen von interdisziplinärem Denken und Handeln in sich birgt, nicht genug ausgeschöpft werden. Kreativität innerhalb des Studiums wird aus meiner persönlichen Erfahrung (z.B. im Gegensatz zum Studiengang Architektur) von Lehrenden und Studierenden (noch) nicht ausreichend gefördert, so dass GeographInnen zum Teil eher mit speziellen Methodikkenntnissen (maßstabgerechte Kartenerstellung, GIS) und weniger mit kreativer Umsetzung von Themeninhalten in Verbindung gebracht werden. Ausserdem könnten diese Kompetenzen (Kreativität, interdisziplinäre Kompetenzen) Studierenden und AbsolventInnen als solche nicht bewußt sein. Von Seiten des Arbeitsmarktes haben sich bestimmte Fachbereiche, wie z.B. Kunsthistorik oder Kulturwissenschaften, im Museumskontext etabliert (Geographie wird in der Literatur nicht als "traditionelles" Studienfach für den Einstieg in die Museumslaufbahn erwähnt), so dass sich möglicherweise eine solche Etablierung durch Neueinstellungen aus diesen Fachbereichen weiterträgt.

LITERATUR

BOLDUAN, Gudrun; KAPPEL, Kathrin (1998): So finden Magister einen Job!: der unentbehrliche Ratgeber für den Berufseinstieg. Frankfurt am Main.

JÜDE, Peter (1999): Berufsplanung für Geistes- und Sozialwissenschaftler. Oder die Kunst eine Karriere zu planen. Köln.

MANDEL, Birgit (2002): Lust auf Kultur. Karriereweg in das Berufsfeld Kulturvermittlung. Nürnberg.

5.4 Berufsfeld Journalismus

Manuel Müller

GeographInnen auf dem Weg in die schreibende Zunft

Viele GeographInnen arbeiten in den Bereichen Journalismus, Öffentlichkeitsarbeit und Public Relations (PR). Der Einstieg gestaltet sich jedoch oft schwierig und ist zumeist ein langwieriger Prozess, denn es gibt keinen einheitlichen Einstiegsweg in den so vielseitigen Beruf des Journalismus. Mögliche Einstiege sind das Absolvieren von Praktika, die freie Mitarbeit, das Volontariat und die Ausbildung an einer Journalistenschule. Häufig ist jedoch auch ein Quereinstieg möglich.

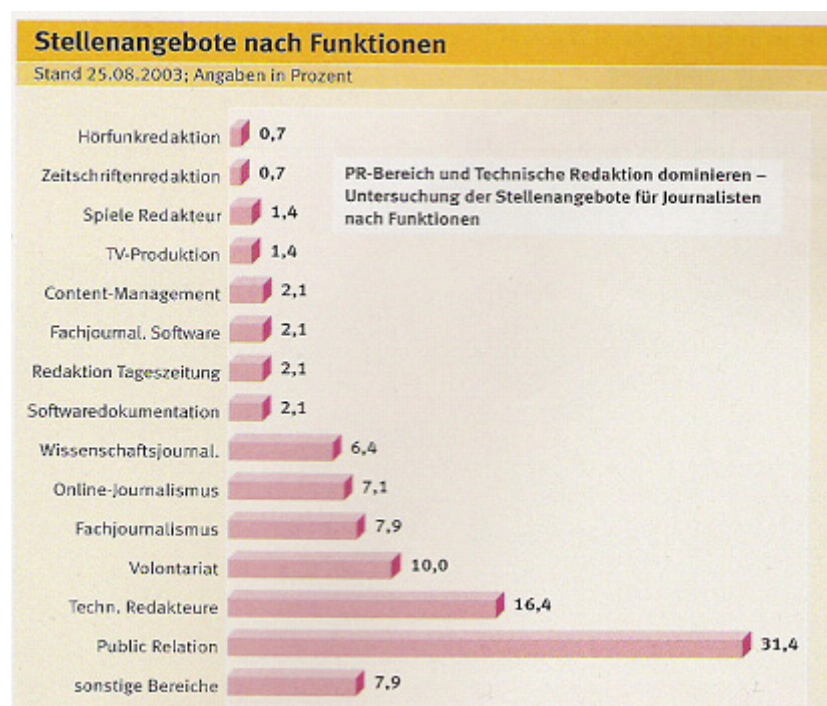
Im Zuge der Berufsfeldanalyse zum Journalismus führte ich drei Expertengespräche mit JournalistInnen, die z. T. noch im Beruf arbeiten oder aber in journalistischen Ausbildungsinstitutionen tätig sind.

Fachspezifisches Wissen in ausgewählten Bereichen, so sind sich alle einig, erweist sich als hilfreich für einen Einstieg. Oftmals werden sogar

konkrete ExpertInnen für einen bestimmten Themenkomplex gesucht. Darüber hinaus sind jedoch auch ein umfassendes Allgemeinwissen sowie ein grundlegendes Interesse für Neues und Aktuelles sowie für den Medienbetrieb als generelle Grundvoraussetzungen für die Arbeit als JournalistIn anzusehen.

Für GeographInnen empfiehlt sich eine solche Tätigkeit durchaus, da diese als interdisziplinär arbeitend gelten, über entsprechende Methodenkenntnisse verfügen und trainiert sind, sich in verschiedenartige, komplexe und teilweise völlig unbekannte Sachverhalte hineinzuarbeiten. Besonders AnthropogeographInnen lernen in ihrem Studium diverse medien-relevante Themenbereiche kennen: Raumplanung, Stadt- und Regionalplanung, Verkehrs- und Siedlungsgeographie, Wirtschafts-, Bevölkerungs-, Entwicklungsgeographie, Geschlechterforschung und Kulturgeographie. Darüber hinaus verfügen sie über ein grundlegendes Fachwissen über die physischen Prozesse auf der Erde: Klima,

Abb. 23: Stellenangebote Journalismus



Quelle: Bundesanstalt für Arbeit [Hrsg.] (2004): Uni Magazin. Perspektiven für Beruf und Arbeitsmarkt. Heft 1/ 2004. Nürnberg; Braunschweig, S. 62.

Wetter, Landschaft, Natur, Relief, Tektonik und die damit verbundenen Prozesse. Daraus ergeben sich eine Vielzahl potentieller Ressorts und Arbeitsbereiche für GeographInnen, bspw. bei einer Zeitung. Das umfassende Wissen kann sie z.B. dazu befähigen, als AuslandsreporterInnen tätig zu sein, aber auch im lokalen Ressort oder im Bereich Wirtschaft können sich GeographInnen entsprechend einbringen.

Traditionelle Medienberufe vs. zukunfts-fähige Branchen - PR und Neue Medien

Die klassischen Journalistenberufe nehmen noch immer den Großteil der Stellen insgesamt ein (Bundesanstalt für Arbeit 2004, 61f; siehe Abb. 5.4.2): es dominieren die Tätigkeiten bei Zeitungen, Zeitschriften, Hörfunk und TV. Diese Branchen befinden sich zurzeit jedoch in einer schweren finanziellen Krise, was mit einem massiven Stellenabbau in allen Bereichen einhergeht.

Auf dem aktuellen Stellenmarkt sieht die Situation daher anders aus: Stellenangebote gibt es v. a. im PR-Bereich (31,4 %), in Technischen Redaktionen (16,4 %) sowie in den Bereichen Online-Journalismus/ Multimedia (7,1 %), Fach- (7,9 %) und Wissenschaftsjournalismus (6,4 %). Im Gegensatz zu den traditionellen Medien erleben die Neuen Medien sowie einige spezialisierte Medienberufe einen Aufwärtstrend und sind wirtschaftlich stabil (Abb.23).

Früher wurde die Branche der Public Relation und Öffentlichkeitsarbeit von JournalistInnen häufig verschmäht, da sie sich hier nicht so frei entfalten können, wie bei den traditionellen Medien Zeitung, Zeitschrift oder Rundfunk. Dies hat sich infolge der Medienkrise jedoch grundlegend geändert: Heute stellt die PR-Branche als relativ krisensicherer Berufszweig mehr als eine Alternative zu den traditionellen Medienberufen dar. Der Stellenabbau ist relativ gering, ein Drittel aller Stellenanzeigen aus der gesamten Medienbranche entfallen auf den PR-Sektor. Gesucht werden v. a. AkademikerInnen mit zusätzlicher journalistischer Aus- oder Weiterbildung sowie praktischer Erfahrung im journalistischen Bereich. Auch viele studierte GeographInnen arbeiten mittlerweile in dieser Branche.

Die Ausbildung in diesem Bereich erfolgt zumeist über ein Volontariat im Betrieb selbst. Sie bein-

haltet u.a. eine Einführung in die Funktionsweise und die praktische Arbeit des jeweiligen Betriebes. Der Chemiekonzern BASF bspw. bildet eigene RedakteurInnen, sog. "UnternehmenskommunikateurInnen", aus, für Jobs als PressesprecherIn, PR-RedakteurIn oder als VerfasserIn von Geschäftsberichten und Umweltstudien, zu deren Berufsaufgaben u.a. das Verfassen von PR-Berichten, Außendarstellungen und Werbetexten für das Unternehmen gehören. Für solche Tätigkeiten ist zumeist auch ein gewisses Fachwissen erforderlich, weshalb in vielen Betrieben vorrangig ausgebildete AkademikerInnen eingestellt werden (Bundesanstalt für Arbeit 2004, 62).

In den letzten Jahren kam es darüber hinaus zu zahlreichen Neugründungen von Presseagenturen, die im Auftrag vieler verschiedener Unternehmen im Bereich Öffentlichkeitsarbeit und Kommunikation arbeiten. Sie vertreten dabei die Interessen der Unternehmen und sorgen für deren Außendarstellung. Die Ausbildung über Volontariate erfolgt zumeist in den hauseigenen Redaktionen. Zu den Berufstätigkeiten zählen neben dem Verfassen von Geschäftsberichten, Studien, Werbetexten und Anzeigen auch die Gestaltung von Internet-Auftritten für die Unternehmen und das Verfassen von Pressemitteilungen, Reden und Präsentationen sowie evt. deren Vortrag.

Wichtige persönliche Kompetenzen sind in erster Linie die Fähigkeit zur Teamarbeit, Kompromissfähigkeit sowie die Anpassungsfähigkeit an betriebliche Vorgaben und die vollständige Vertretung der unternehmerischen Interessen entsprechender Auftraggeber.

Dem muss auch das Schreiben und der Stil angepasst werden. PR- und Werbetexte müssen zu Gunsten von unternehmerischen Zielen verfasst werden und diese unterstreichen, weshalb sie häufig einseitig wirken. PR-JournalistInnen haben somit deutlich weniger Freiheiten im Schreiben als die klassischen JournalistInnen (siehe dazu Bundesanstalt für Arbeit 2004, 62f).

Als neue journalistische Form hat sich das sog. Corporate Publishing etabliert. Es beinhaltet die Mitarbeit in Redaktionen betrieblicher Zeitschriften. Fast alle größeren Konzerne haben heute hauseigene Magazine: BASF, Siemens, Die Deutsche Bahn, Die Post, VW, Mc. Donald's etc. Die Arbeit ist wesentlich vielseitiger und flexibler als

in einer PR-Redaktion. Es werden zwar ebenso PR-Artikel und auch Werbetexte geschrieben, es können jedoch auch unabhängige Artikel oder Reportagen aus der Branche oder zu verwandten Themen verfasst werden. Einige Unternehmen haben bereits ihre eigenen Verlage, ansonsten sind es häufig spezielle Agenturen bzw. Tochterunternehmen großer Verlage, die die Redaktionsarbeit und den Druck für die verschiedenen Firmen-Titel übernehmen. Voraussetzung für eine Arbeit in diesem Bereich ist eine gute fachliche und journalistische Ausbildung. Aufgrund der erhöhten Anforderungen in diesem Tätigkeitsfeld werden allerdings sehr häufig ausschließlich renommierte und erfahrene JournalistInnen eingestellt (Bundesanstalt für Arbeit 2004, 63).

Der Online-Markt ist verhältnismäßig jung. Nach anfänglichen Verlusten befindet sich die Branche derzeit im Aufschwung. Online-Zeitungen und sonstige Online-Medien erzielen einen deutlichen Leserzuwachs (90% Zuwachs zwischen Juli 2002 und Juli 2003, Daten aus: (Bundesanstalt für Arbeit 2004, 64). Fast jede deutsche Tageszeitung hat heute ihre eigene Internetpräsenz. Daneben nehmen die Service-Angebote und Nachrichtenseiten sog. Online-Dienste wie z.B. T-online, Web Freenet oder der Bildzeitung in der Nachfrage deutlich zu. Deshalb lässt sich insgesamt für den Online-Bereich von einer durchaus zukunftsfähigen Branche sprechen

Journalismus - ein Berufsfeld im Wandel

Der traditionelle journalistische Arbeitsmarkt befindet sich zurzeit in einer Krise. Die beruflichen Chancen stehen heute so schlecht wie selten. Grund dafür ist die allgemeine Finanzkrise der Medien. Die Ursachen liegen in der allgemeinen Konjunkturkrise in Deutschland. Immer weniger Menschen kaufen eine Zeitung, auf eine gekaufte Ausgabe kommen bis zu 3 Leser. Eine Zeitung hat somit eine viel höhere Reichweite als früher. Ein weiterer Grund ist die allgemeine Krise des Lesens in Zeiten von Multimedia, Fernsehen und Entertainment. Außerdem fehlen den Zeitungen zunehmend Einnahmen aus den Bereichen Stellenmarkt, Wohnungsmarkt, Auto-börse, wo sie in Bezug auf die verschiedenen Online-Anbieter preislich schlichtweg nicht mehr konkurrenzfähig sind. Privatanzeigen bleiben

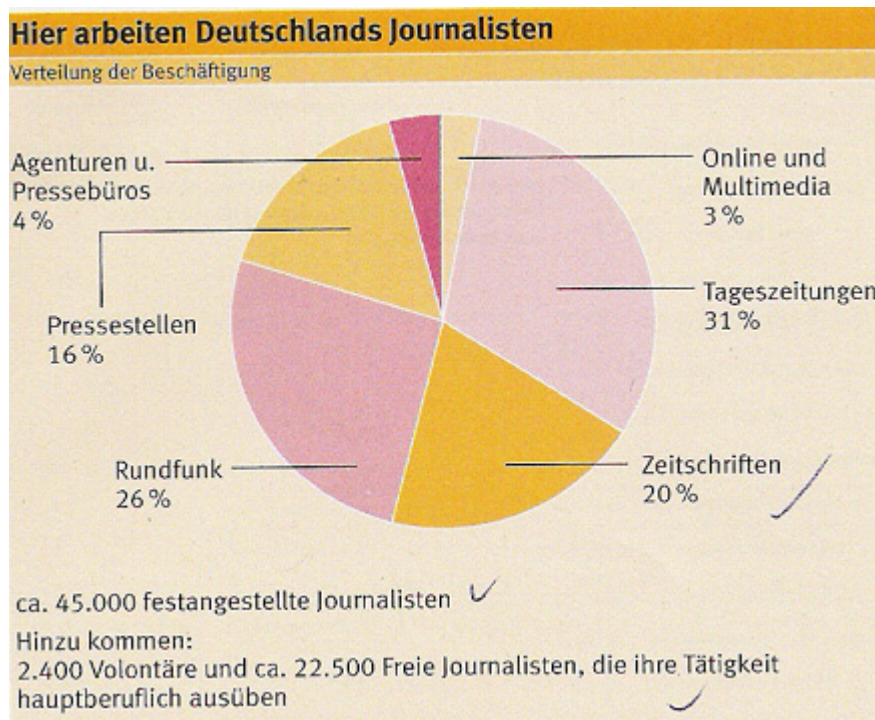
daher weitestgehend aus und auch die Einnahmen aus kommerziellen Anzeigen schrumpfen im Zuge der allgemeinen Wirtschaftskrise stetig. Dies führt zu einem Gesamtverlust an den Einnahmen von 1-3 % pro Jahr - Anzeigen- plus Auflagenverlust - (Bundesanstalt für Arbeit 2004, 61) - worunter wiederum die Inhalte der Zeitung leiden müssen, was längerfristig zu weiteren Verlusten führt. Aufgrund der allgemeinen finanziellen Krise der Medien, insbesondere der Zeitungen, ist der Markt stark ausgedünnt. So verschwinden derzeit immer mehr Lokalteile, Ressorts oder gar ganze Zeitungstitel von der Bildfläche. Selbst renommierte JournalistInnen werden dabei entlassen oder müssen als freie JournalistInnen und zu verminderten Bezügen arbeiten. Die Zahl der arbeitslos gemeldeten JournalistInnen hat damit rapide zugenommen: von 700 (Sept. 2000) auf ca. 7.000 (Jan. 2003) (ebd.), unter Einberechnung geringfügiger freiberuflicher Tätigkeiten wird die Zahl auf insgesamt rund 10.000 geschätzt. Dennoch erlebt die Branche einen Ansturm an ausgebildeten JournalistInnen wie nie zuvor, was anhand des Beispiels des Publizistik-Instituts der FU Berlin belegt werden soll: So brachte es in den 1960er Jahren gerade einmal 350 AbsolventInnen hervor, heute sind es bereits über 3500, also mehr als das 10fache. Ein abgeschlossenes Hochschulstudium, das in früheren Zeiten faktisch eine Job-Garantie darstellte, genügt heute bei weitem nicht mehr - heute entscheidet vor allem Klasse, Fantasie und Einfallsreichtum über eine Anstellung.

Insgesamt arbeiten derzeit rund 45.000 JournalistInnen in fester Anstellung: davon arbeiten rund 14.000 bei Tageszeitungen, 9.000 bei Zeitschriften, 11.500 bei Rundfunk und TV, 7.000 in Pressestellen, 2.000 in Presseagenturen und Pressebüros und etwa 1.500 im Multimedia-/Online-Bereich. Darüber hinaus hat die Zahl freier JournalistInnen deutlich zugenommen: Heute sind bereits rund 22.500 Freie mit hauptberuflicher Tätigkeit auf dem Markt. Hinzu kommen rund 2.400 VolontärInnen (ebd.; Abb. 24).

Freie JournalistInnen - Leben am Existenzminimum

Die schlechte Arbeitsmarktsituation zwingt immer mehr JournalistInnen dazu, als selbständige Freie zu arbeiten, da sie keine Festanstellung bekommen. Viele dieser freie JournalistInnen

Abb. 24: Beschäftigungsverteilung im Berufsfeld Journalismus



Quelle: Bundesanstalt für Arbeit [Hrsg.] (2004): Uni Magazin. Perspektiven für Beruf und Arbeitsmarkt. Heft 1/ 2004. Nürnberg; Braunschweig, S. 61.

schließen sich zu Journalisten- oder Pressebüros zusammen, wo sie in einem gemeinsamen Büro mit entsprechender technischer Ausstattung und Ausrüstung an ihren Texten arbeiten und gleichzeitig Kontakt mit Gleichgesinnten pflegen, sich gegenseitig helfen, motivieren und unterstützen können. Belegt sei dieser Trend anhand der Zahlen der Existenzgründungen (Januar bis August 2003): Die vom Arbeitsamt geförderten Existenzgründungen aller Berufs-Gruppen nahmen in dieser Zeit um 74 %, im journalistischen Bereich jedoch um 712 % zu (Bundesanstalt für Arbeit 2004, 61f; Abb. 24).

Gerade für viele BerufseinsteigerInnen, die keine Festanstellung bekommen, ergibt sich somit zunächst eine Tätigkeit am Rande des Existenzminimums. Da sie keinen festen Auftraggeber haben, müssen sie ihre Artikel selbst vermarkten und ihr fertiges Produkt an möglichst viele verschiedene Redaktionen schicken, zähe Verhandlungen über die Bezahlung führen etc. Eine Veröffentlichungssicherheit und damit ein garantiertes Einkommen gibt es nicht.

Die Bezahlung erfolgt für die reinen Zeilen, die veröffentlicht werden. Daher muss möglichst viel

in möglichst kurzer Zeit recherchiert und geschrieben werden - der Druck ist wesentlich größer als bei den Angestellten, bspw. in einer Redaktion. Oftmals habe sie 18-Stunden-Tage, berichtet eine freie Journalistin, die in einem Berliner Journalistenbüro arbeitet, ohne dass sie dabei unter dem Strich etwas verdient hätte. Um sich einen Namen zu machen, zählt es, dauerhaft Beiträge zu produzieren - spezialisiert in einem bestimmten Ressort oder aber in vielen verschiedenen Bereichen.

Gefordert ist v. a. Kreativität und Einfallsreichtum bzgl. der Themen und der Art der Berichterstattung. Besonders neue, zeitaktuelle Themen, die in anderen Medien noch nicht oder nur unzureichend auftauchen, bringen JournalistInnen nachhaltig bei den Redaktionen ins Gespräch und heben ihn aus der grauen Masse der namenlosen JournalistInnen heraus. Ebenso kommt es darauf an, das Produkt bei den Redaktionen entsprechend zu verkaufen. Von Monat zu Monat ist dabei eine neue Motivation nötig. Nur durchsetzungsfähige, charakterstarke und ehrgeizige Menschen kommen laut einer in diesem Bereich tätigen Expertin für eine längerfristige Arbeit als freie JournalistInnen in Frage.

Abb. 25: Existenzgründungen im Bereich Journalismus



Quelle: Bundesanstalt für Arbeit (2004)

"Alles, was ein Journalist braucht..." - Notwendige Kompetenzen

Für den JournalistInnenberuf insgesamt - sei es in freier Tätigkeit oder in Festanstellung - lassen sich folgende erforderliche und allgemein nützliche Kernkompetenzen und Fähigkeiten definieren: Neben den sprachlich-rhetorischen Fertigkeiten, die als Grundvoraussetzung für den Journalistenberuf gelten, erweisen sich auch eine Reihe sog. Soft Skills als förderlich. JournalistInnen sollten kreativ und ideenreich sein und einen Blick haben für interessante Nischen und für Neues. Sie sollten ein breit gefächertes Interesse haben am öffentlichen und gesellschaftlichen Leben, am aktuellen Zeitgeschehen, am Alltäglichen, aber auch an Entwicklungen, Prozessen, Teil-Etappen und Zwischenschritten - Aspekte, die insbesondere für politische JournalistInnen von großer Bedeutung sind, da diese häufig über Zwischenstände zu berichten haben. Es ist zudem vorteilhaft, ein ausgewiesenes Spezialgebiet oder besser: mehrere Spezialgebiete mit umfangreichem Hintergrundwissen vorweisen zu können.

Zeitliche Flexibilität und Mobilität zeichnen gute

JournalistInnen aus. Die Arbeitszeit muss stets an den aktuellen Ereignissen orientiert werden. Spontane Einsätze anlässlich von aktuellen, brisanten Ereignissen gehören ebenso zum Tagesgeschäft wie die Arbeit unter Zeitdruck. JournalistInnen müssen spontan auf aktuelle Entwicklungen reagieren können, sich schnell in neue, für sie unbekannte Sachverhalte und Themengebiete einarbeiten und darüber berichten können. Alle Artikel müssen bis zum Redaktionsschluss (meistens zwischen 18 und 20 Uhr) fertig sein. Dies erfordert eine enorme Schnelligkeit sowohl im Recherchieren als auch im Schreiben sowie die Fähigkeit, unter Zeitdruck zu arbeiten.

Als wichtige Faktoren für JournalistInnen erweisen sich ihr Engagement, ihr Einsatzwillen und ihre Durchsetzungsfähigkeit. Letztere ist dringend erforderlich - sei es beim Führen von Interviews, bei der Arbeit in der Redaktion oder in der Auseinandersetzung mit KollegInnen bzw. gegenüber Verlegern. Es sollte ein grundlegendes Selbstbewusstsein vorhanden sein bzgl. der eigenen Stärken, Kompetenzen und des eigenen Könnens - auf der anderen Seite aber auch eine hohe Frustrationstoleranz und Hartnäckigkeit.

Ablehnungen, Absagen und Nicht-Veröffentlichungen sollten (angehende) JournalistInnen niemals persönlich nehmen. Sie sollten darüber hinaus sich und ihre Fähigkeiten stets nach außen hin gut artikulieren und präsentieren können. Außerdem sollten sie offen sein im Umgang mit Menschen und gezielt auf Leute zugehen können. Darüber hinaus zeichnen sich gute JournalistInnen durch ihre Zielstrebigkeit, Kommunikationsfähigkeit und Teamfähigkeit aus.

Und nicht zu vergessen: das Interesse an den Medien insgesamt und deren Entwicklungen. Ein wichtiges Kriterium für BewerberInnen ist die Medienkenntnis sowie die Auseinandersetzung mit dem entsprechenden Medium, für das sich um eine Stelle beworben wird. So scheitern 80 % der BewerberInnen allein deshalb, weil sie die aktuellen Zeitungen nicht gelesen haben. Fragen zu den Artikeln der Ausgaben aus den letzten 7 Tagen sind obligatorisch in einem solchen Bewerbungsgespräch, wie ein im Ausbildungsbereich an einer Journalistenschule beschäftigter Experte berichtet.

Die Arbeitswelt des Journalismus

Der journalistische Arbeitsalltag variiert sehr stark. Er hängt u. a. vom Einsatzort (Inland, Ausland), vom Auftraggeber (Medium, Titel), dem Ressort (Wirtschaft, Politik, Sport), aber v. a. von der aktuellen Situation und Ereignislage im entsprechenden Themenbereich ab.

Die Arbeit in einer Redaktion ist die am ehesten geregelte Tätigkeit. Sie besteht i. d. R. aus dem Verfassen von Artikeln aus dem Material von Nachrichtenagenturen, Pressediensten und sonstigen Informationsagenturen. RedakteurInnen sind zudem für die Inhalte der Zeitung bzw. der einzelnen Ressorts verantwortlich. Sie entscheiden, welche Artikel abgedruckt werden und welche Fotos eingefügt werden, lesen Korrektur und nehmen evt. Kürzungen vor. Zumeist haben RedakteurInnen und TexterInnen einen 8-Stunden-Tag, sie arbeiten nach Tarif und werden auch danach bezahlt. In der Regel haben sie zwei freie Tage in der Woche und bekommen einen Sonntagszuschlag. Die Arbeit beginnt etwa um 10 Uhr und endet meist gegen 18 bis 20 Uhr, je nach Redaktionsschluss.

KorrespondentInnen (im In- oder Ausland) für Tageszeitungen oder auch für Hörfunk/ TV ha-

ben spontanere Arbeitsabläufe und müssen wesentlich flexibler sein. Sie beginnen ebenfalls meist gegen 10 Uhr mit der Arbeit. Ihre Aufgabe ist es, für die Zeitung von einem bestimmten Ort zu berichten: über aktuelle gesellschaftliche Ereignisse, über Wirtschaft, Politik etc. Dafür sind sie fest an einem Ort "stationiert" und somit an der Quelle tätig. Zu ihren Aufgaben gehören in erster Linie Vor-Ort-Recherchen und Interviews. Sie nehmen an öffentlichen Sitzungen, Versammlungen, Pressekonferenzen etc. teil und berichten darüber.

Die Arbeit ist flexibel, je nach Zeit und Ort der aktuellen Ereignisse, und geht meistens bis zum Redaktionsschluss. Abends folgen jedoch häufig zusätzliche Gespräche, Treffen und Abendessen mit Politikern und Personen des öffentlichen Lebens. Ereignisse bestimmen den Arbeitstag - brisante Geschehnisse außerhalb der normalen Arbeitszeit erfordern ein hohes Maß an Flexibilität und Anpassungsfähigkeit. Überstunden sind an der Tagesordnung. Am Wochenende haben auch KorrespondentInnen eine eher eingeschränkte Tätigkeit, da es zu dieser Zeit oftmals nur wenige öffentlichkeits-relevante Ereignisse zu vermelden gibt.

Bei SportreporterInnen ist es allerdings umgekehrt: Sie haben zumeist am Wochenende Hochbetrieb und dafür Anfang der Woche weniger Arbeit.

Teamarbeit und flexibles Einspringen untereinander bestimmen im Wesentlichen die Arbeit unter den KollegInnen. Gegenseitige Unterstützung und Entlastung ist notwendig, da alle JournalistInnen dann und wann auch Erholungstage benötigen. So findet untereinander bspw. ein regelmäßiger Ausgleich von Überstunden statt.

Anders gestaltet sich dagegen die Arbeit für Wochenblätter (Sonntagsblätter, Spiegel, Stern, Die Zeit). Der größte Arbeitsaufwand liegt hier einen Tag vor Veröffentlichung der Zeitung bzw. des Magazins: 10- bis 12-Stunden-Tage sind durchaus keine Seltenheit. Häufig ist auch Last-Minute-Arbeit nötig, oft sogar bis in die Nacht hinein. Über die Woche hin baut sich eine Art "Spannungsbogen" auf: Bis zum Erscheinungstag findet von Tag zu Tag eine sukzessive Steigerung des Arbeitsumfangs und der -intensität statt. Die Hauptarbeit vollzieht sich 1-2 Tage vor Erscheinen des Blattes. Hier werden die meisten Artikel verfasst, Korrekturen und Kürzun-

gen vorgenommen, Inhalte bestimmt, Fotos eingefügt und das Layout gestaltet. Der Wochenablauf folgt zumeist einem regelmäßigen Rhythmus und wiederholt sich von Woche zu Woche aufs Neue.

Das Wirken freier JournalistInnen ist dagegen geprägt von Unsicherheiten und Ungewissheiten. Für sie gilt es, möglichst viel in möglichst kurzen Zeitabständen zu produzieren und das Produkt möglichst vielen Redaktionen anzubieten. Nur ein regelmäßiges Angebot qualitativ hochwertiger, innovativer Artikel impliziert u. U. einen Wiedererkennungswert beim entsprechenden Ressortchef. Von Vorteil ist die telefonische Kontaktaufnahme mit den Redaktionen bereits vorm Verfassen eines Artikels. Dabei sollte ein erster direkter Kontakt zum verantwortlichen Ressortchef hergestellt werden. Nach Vorlage des Themas sollten in einem gemeinsamen Gespräch die Rahmenbedingungen für einen möglichen Artikel erörtert werden. Wichtig ist es dabei, die redaktionellen Interessen mit zu berücksichtigen. Dies erhöht die Veröffentlichungschancen. Nach längerer Arbeit für eine Zeitung ist es empfehlenswert, sich auch persönlich in der Redaktion vorzustellen, um so persönliche Kontakte zu den MitarbeiterInnen und den Verantwortlichen herzustellen. Kontakte aus der Branche sind essentiell. Dies geht u. a. über informelle Gespräche mit anderen JournalistInnen: z.B. über die Arbeit im Journalistenbüro, wo viele wertvolle Kontakte entstehen können, über Gespräche mit MitarbeiterInnen in Redaktionen, bis hin zum Aufbau persönlicher Kontakte zu den betreffenden Ressortchefs. Es gilt, Netzwerke aufzubauen und Kontakte zu knüpfen, um sich so ins Gespräch zu bringen und sich einen Namen zu machen. Denn der Einstieg in ein festes Arbeitsverhältnis oder in eine freie Mitarbeit bei Zeitung, Zeitschrift, Hörfunk oder TV wird häufig über Dritte vermittelt.

Pros und Cons einer Branche - Einschätzungen zum Journalistenberuf

"Der spannendste Beruf der Welt"

Für den Journalistenberuf spricht seine enorme Vielseitigkeit. So ist es möglich, zwischen den verschiedenen Medien, Titeln, Aufgabebereichen und Ressorts zu wechseln. Die Arbeit ist nicht unbedingt ortsgebunden. Gerade als ReporterIn oder KorrespondentIn ist es möglich,

in verschiedenen Städten und Ländern zu arbeiten und viel von der Welt zu sehen. Darüber hinaus eignet er sich für alle, die gerne schreiben und den Umgang mit der Sprache schätzen. Die Auswahl zwischen den verschiedenen journalistischen Formen (Bericht, Reportage, Kommentar, Glosse etc.) macht das Schreiben weder monoton noch langweilig. Außerdem besteht für JournalistInnen die Möglichkeit, viele interessante Personen aus Öffentlichkeit, Politik und Gesellschaft kennen zu lernen. Auch ist der Beruf zumeist unregelmäßig und spontan, es kommt somit kein monotoner Arbeitsalltag auf. Viele JournalistInnen bezeichnen ihren Beruf deshalb als den "spannendsten" überhaupt.

"Der stressigste Beruf der Welt"

Nachteile sind der oftmals enorm hohe Zeit- und Inhaltsdruck beim Verfassen von Artikeln, gerade bei hochaktuellen, brisanten Ereignissen, die eine ausführliche, hintergründige Berichterstattung verlangen. Dabei herrscht eine hohe Anspannung, insbesondere in Bezug auf die Konkurrenz. Es gilt, möglichst als erstes eine Neuigkeit zu präsentieren und umfangreiche Details zu liefern. Im Hinterkopf läuft somit ein Wettlauf ab - sowohl mit der Zeit als auch mit der Konkurrenz der anderen Medien. Darüber hinaus haben JournalistInnen eine überdurchschnittlich hohe Belastung und verhältnismäßig viel Stress. Außerdem wird eine hohe Mobilität sowie Flexibilität in jeglicher Hinsicht von ihnen verlangt.

JournalistIn werden - aber wie?

Eine einheitliche Ausbildung zum Journalistenberuf gibt es nicht. Die Einstiegsmöglichkeiten sind heute vielseitiger denn je, der Einstieg aber wohl auch so schwer wie noch nie. Für angehende JournalistInnen ist es daher wichtig, frühzeitig den Fuß in die Praxis zu bringen. Dies geschieht durch das Absolvieren von Praktika, möglichst bei verschiedenen Medien, oder aber über eine freie Mitarbeit, vorzugsweise in Lokalteilen. Hier lernt man früh die Auseinandersetzung mit dem Alltagsgeschehen, das schnelle Einarbeiten in neue, spezielle Sachverhalte und das Recherchieren vor Ort. Außerdem wird die Arbeit unter Zeitdruck geschult und es erfolgt eine Selbsterziehung zur Präzision im Schreiben, Fehlern und Unkorrektheiten werden direkt geahndet.

Praktika neben dem Studium sind nahezu unerlässlich. Es gibt jedoch nur eine sehr begrenzte Anzahl an Praktikummöglichkeiten, die allesamt stark überlaufen sind. Dazu werden PraktikantInnen oft als "Arbeitstiere" missbraucht: Hochflexible Einsatzzeiten sind Voraussetzung, bei besonderem Bedarf werden PraktikantInnen spontan angerufen und in die Redaktion beordert, Überstunden sind ebenfalls an der Tagesordnung. PraktikantInnen werden außerdem entweder schlecht, meistens aber gar nicht bezahlt.

Am schwierigsten ist es, das erste Praktikum zu finden. Weitere Praktikummöglichkeiten eröffnen sich zumeist durch gute Zeugnisse des ersten Arbeitgebers. Eine vorherige freie Mitarbeit in einem Lokalteil macht den Zugang ebenfalls leichter. Darüber hinaus sollte man sich frühzeitig bewerben, bei großen Sendern und Verlagen z. T. sogar bis zu 1,5 Jahre vorher. Die Praktikumszeit sollte möglichst effektiv genutzt werden: neben dem Kennen lernen der praktischen Arbeitsprozesse vor Ort sollte v. a. der Aufbau von Kontakten zu den festen MitarbeiterInnen, RedakteurInnen und Ressortchefs im Mittelpunkt stehen. Informelle Gespräche bieten sich geradezu an, um möglichst viele Fragen zu stellen. Durch gute Arbeitsleistungen während des Praktikums und den Aufbau entsprechender Kontakte ist es durchaus auch möglich, aufzusteigen und als freie(r) MitarbeiterIn weiter für das Medium zu arbeiten oder in Einzelfällen sogar eine Festanstellung zu erhalten, letzteres ist aber i. d. R. nur bei kleineren Zeitungen möglich.

Viele kommende JournalistInnen gehen noch immer den klassischen Weg über ein Hochschulstudium im Bereich Journalistik, Publizistik, Medien- und Kommunikationswissenschaften. Häufig suchen die Medien aber auch gezielt nach AbsolventInnen naturwissenschaftlicher Studiengänge bzw. aus den Bereichen BWL, VWL, Politik, Soziologie, da diese spezialisiert in entsprechenden Ressorts arbeiten können. Unter Umständen können aber auch AbsolventInnen hoch spezialisierter, seltener Studiengänge (Sinologie, Japanologie, Arabistik, Informatik etc.) nachgefragt werden, wenn z.B. die entsprechenden Ressorts neu zu besetzen bzw. aufzustocken sind. Uni-AbsolventInnen mit entsprechender Praktikumserfahrung in den Medien könnten sich somit als "Nischenfüller" erweisen. Darüber hinaus empfiehlt es sich für journalistisch interessierte StudentInnen, zusätzlich zum Hauptfach

auch Seminare bzw. einen Nebenfach-Studiengang in den Bereichen Kommunikation und Medien zu absolvieren.

Der "Königsweg" des Einstiegs in den Journalismus ist aber nach wie vor das Volontariat. Ein Volontariatsplatz wird heute jedoch nur an diejenigen vergeben, die bereits hinreichende journalistische Erfahrungen vorweisen können - ein Studium alleine reicht heute bei weitem nicht mehr aus.

In Zeitungsverlagen werden rund 2100 VolontärInnen pro Jahr ausgebildet, in Zeitschriftenredaktionen sind es ca. 700 pro Jahr, die Öffentlich-rechtlichen Hörfunkanstalten (ARD, ZDF) und deren Untergruppen vergeben jährlich rund 230 Plätze, lokale private Hörfunkanbieter haben insgesamt nur ca. 200 Plätze zu vergeben. Nachrichtenagenturen wie bspw. die dpa und auch Pressebüros haben ebenfalls nur sehr geringe Aufnahmezahlen. Häufig kommen zwischen 50 und 100 BewerberInnen auf eine Stelle (Bundesanstalt für Arbeit 2001, 25).

Dies hat zur Folge, dass bereits bei der Bewerbung um einen Volontariatsplatz eine radikale Auslese stattfindet. Nur die Besten erhalten einen Platz. So werden generell nur die Bewerbungen derer geprüft, die bereits journalistische Erfahrungen durch Arbeitszeugnisse und Arbeitsproben nachweisen können.

Ein abgeschlossenes Volontariat eröffnet ideale Einstiegsmöglichkeiten in den Beruf: Häufig winkt eine Direktübernahme beim entsprechenden Verlag oder Sender, darüber hinaus steigert es zugleich auch die Bewerbungschancen für andere Verlage oder Sender.

Die Ausbildungsdauer beträgt i. d. R. 2 Jahre. Sie ist umfassend und zumeist dreidimensional: Sie besteht aus entsprechenden Einführungen und Praktika in den Bereichen Presse, Hörfunk und TV - z. T. ergänzt durch eine Einführung in den Online-Bereich. Dazu erfolgt eine theoretische Ausbildung durch den Besuch von 2-wöchigen Seminaren und Workshops in den Bereichen Presserecht, Medienethik, Medientheorie, journalistische Formen und Schreibstile sowie eine theoretische und praktische Einführung in die Arbeit vor Ort. Die VolontärInnen nehmen voll am redaktionellen Betrieb teil, sie führen Vor-Ort-Befragungen und Recherchen durch, nehmen an Pressekonferenzen, öffentlichen Ver-

sammlungen und Veranstaltungen teil, führen Interviews, schreiben und redigieren eigene Artikel. Im Bereich Rundfunk/ TV erfolgt eine zusätzliche Einführung in die dazu-gehörige Technik und entsprechende Verfahren wie Aufnahme, Schnitt und Sprechen. Die VolontärInnen erstellen eigene Beiträge und Berichte und üben das selbständige Sprechen. Die Bezahlung liegt bei rund 1.500 € pro Monat (Bundesanstalt für Arbeit 2001, 25f).

Der Berufseinstieg über den Besuch einer Journalistenschule ist eher selten, da erstens nur sehr wenige renommierte Journalistenschulen in Deutschland existieren (u.a. die Münchner Journalistenschule, die Henri-Nannen-Schule in Hamburg und die Evangelische Journalistenschule in Berlin) und zweitens nur sehr wenige SchülerInnen aufgenommen werden. Die Aufnahmeverfahren sind zumeist umfangreich und streng, es findet eine Auslese der Besten statt. Pro Jahr werden pro Schule nur 15 bis maximal 35 BewerberInnen aufgenommen. In einem ersten Test werden sie zunächst umfassend auf ihr Allgemeinwissen in verschiedenen Bereichen (Politik, Wirtschaft, Sport, Kultur, Literatur, Zeitgeschehen, Medien, Wissenschaft und Forschung) geprüft. Es folgt ein umfangreicher praktischer Test: Dabei müssen sie innerhalb von 6 Stunden Arbeitszeit eine eigenständige Reportage verfassen. Dabei bleiben ihnen aber lediglich drei Stunden Zeit zur Recherche und drei Stunden zum Schreiben. Formale Voraussetzungen für die Aufnahme an einer Journalistenschule ist ein Alter i. d. R. zwischen 21 und 28 Jahren sowie der Abschluss des Abiturs, ein Studienabschluss ist nicht erforderlich. Die tatsächlichen Voraussetzungen sind jedoch deutlich umfangreicher: Für den theoretischen Test sollte ein umfassendes Allgemeinwissen vorhanden sein und der praktische Test ist nur mit bereits vorhandenen journalistischen Erfahrungen (freie Mitarbeit, Praktika etc.) zu bewältigen.

Die Ausbildung dauert zwischen 15 und 22 Monaten und ist kostenlos. Dazu erhalten die SchülerInnen eine zusätzliche Lehrgangshilfe (ehemals 1300 DM). Wie beim Volontariat erfolgt die Ausbildung zumeist dreidimensional (Bundesanstalt für Arbeit 2001, 27).

Die Einstiegsvoraussetzungen in den Beruf sind ebenfalls sehr gut. Einige Medienanstalten unterhalten sogar ihre eigenen Journalistenschulen,

aus dem sie größtenteils ihren Nachwuchs rekrutieren. Die Auszubildenden erhalten dort eine spezialisierte, auf entsprechende Medien abgestimmte Ausbildung. Beispiele hierfür sind u.a. die Henri-Nannen-Schule in Hamburg (hauptsächliche Ausbildung für den Gruner + Jahr Zeitschriftenverlag) und die Axel-Springer-Journalistenschule in Berlin (Ausbildung u.a. für Bild und die B.Z.).

Eine weitere Einstiegsmöglichkeit, insbesondere für AbsolventInnen eines Diplom- oder Magister-Studiums, ist der Besuch eines Aufbaustudienganges im Bereich Journalistik, Medienwissenschaften, Wissenschaftsjournalismus, Medienpraxis etc. Solch ein zusätzliches Studium eröffnet i. d. R. bessere Chancen auf einen Volontariatsplatz als ein abgeschlossenes rein journalistisches Studium, da neben den journalistischen Kenntnissen von vornherein auch ein spezielles Fachwissen vorhanden ist, welches für entsprechende Ressorts qualifiziert.

Die Plätze sind jedoch auch hier nur sehr begrenzt: Meistens gibt es nur 30 Plätze pro Jahr. Voraussetzung für die Einschreibung ist abgeschlossenes Hochschulstudium, darüber hinaus sind aber auch praktische Erfahrungen gefordert bzw. von Vorteil (Nachweis durch Arbeitszeugnisse und Arbeitsproben). Einige Unis haben Aufnahmetests bzw. Eignungsprüfungen, die denen eines Volontariats ähneln (Bundesanstalt für Arbeit 2001, 29ff.).

Fazit: Wer wirklich will, der schafft es auch!

Trotz des z. T. sehr schwierigen, uneinheitlichen Berufseinstieges, ist der Journalistenberuf einer der interessantesten, vielseitigsten und facettenreichen Tätigkeiten überhaupt. Für GeographInnen ist dies ein potentielles Arbeitsfeld mit verschiedenen Einsatzmöglichkeiten. Ein abgeschlossenes Hochschulstudium in Geographie, zusätzlich absolvierte Praktika bzw. eine freie Mitarbeit bei einer lokalen oder einer Uni-Zeitung bzw. beim Radio - evt. kombiniert mit einem Nebenfach- oder Aufbaustudiengang im kommunikations- und medienwissenschaftlichen Bereich - so in etwa könnte sich die Laufbahn eines Geographen oder einer Geographin auf dem Weg in den Journalismus gestalten. Allerdings sollte sich jeder für sich selbst darüber im Klaren werden, ob er den hohen Anforderun-

gen eines Journalistenberufes gewachsen ist und ob er ein Leben als JournalistIn führen möchte. Am Ende setzen sich ohnehin nur diejenigen im Beruf durch, die "das Zeug zum Schreiben haben", die mit vollem Willen und Engagement bei der Sache sind und die für einen solchen Beruf "geboren" sind - egal, aus welchem Bereich sie kommen und welchen Einstiegsweg sie wählen.

Wer ernsthaft und von ganzem Herzen JournalistIn werden möchte, der sollte sich auch nicht von der momentanen Krise der Medien abschrecken lassen. Wir leben in einem Zeitalter der Medien und der Kommunikation. Durch hochwertige Übertragungstechnik ist es uns möglich, große Distanzen medial zu überwinden und uns die weite Welt ins Wohnzimmer zu holen. Gerade die Neuen Medien stellen dabei ein großes Potential für die Zukunft dar. Die Medienbranche obliegt ohnehin einem stetigen Wandel. Wo heute der Markt größtenteils übersättigt ist, wird bereits jetzt für die Zukunft ein deutlich posi-

terer Trend prognostiziert. Insgesamt wird die Journalismusbranche, laut verschiedener Experten, in den nächsten Jahren wieder einen Aufschwung erfahren und damit auch die Nachfrage an gut ausgebildeten und qualifizierten JournalistInnen wieder ansteigen.

Na, wenn das nicht Hoffnung macht...

LITERATUR

BUNDESANSTALT FÜR ARBEIT (Hrsg.)(2001): Uni Magazin. Perspektiven für Beruf und Arbeitsmarkt. Heft 3/ 2001. Nürnberg; Braunschweig, S. 25-31.

BUNDESANSTALT FÜR ARBEIT (Hrsg.)(2004): Uni Magazin. Perspektiven für Beruf und Arbeitsmarkt. Heft 1/ 2004. Nürnberg; Braunschweig, S. 61-64.

Resümee

Kerstin Schenkel

Diese Dokumentation verfolgte zwei Ziele: Zum einen wollte sie deutlich machen, wie notwendig schon während des Studiums die Beschäftigung mit potentiellen Berufsfeldern und deren Anforderungen und die stetige Pflege von Kontakten sowie der Aufbau von Beziehungen und Netzwerken ist, um gegen Ende des Studiums einen schnellen Einstieg in den Arbeitsmarkt zu finden. Dazu gehört die stetige Beschäftigung mit der eigenen Person, die bewusste Reflexion von Themen, Arbeitsmethoden, Arbeitsumfeldern, Geschlechterrollen und ihre Konsequenzen für das eigene Leben und den eigenen Umgang damit. JedeR Studierenden sollte schon während des Studiums öfter mit der Frage konfrontiert sein, wohin denn einen das spezifische, personen-gebundene Interesse treibt, worin die eigene Berufung liegt, worin die eigene Stärke. Das verinnerlichte Wissen um die eigenen Kompetenzen und Qualifikationen sowie die Fähigkeit, diese zu artikulieren sind die notwendige Voraussetzung dafür, nicht nur eine Arbeitsstelle zu finden, sondern sich darin auch glücklich zu fühlen. Zum anderen möchte sie aber auch deutlich machen, dass es bestimmter institutioneller Voraussetzungen bedarf, um StudentInnen diese Notwendigkeit vor Augen zu führen. Ein Vorschlag in dieser Richtung ist die Etablierung berufsvorbereitender Lehrveranstaltungen und ihre Integration in die Curricula des Fachs. Die aktuelle Reform der Studiengänge schafft derzeit noch vielfältigste Möglichkeiten für die Integra-

tion derartiger Lehrinhalte. Gleichzeitig scheint wichtig zu sein, die Entwicklungen des Arbeitsmarktes vor dem Hintergrund zunehmender Tendenzen zu freien Berufen und des damit verbundenen Selbständigkeitsstatusses bewusst im Auge zu behalten, um den StudentInnen die geforderten Kompetenzen nahe zu bringen. Viele StudentInnen fühlen sich ihrer Wahrnehmung nach für die neuen Tätigkeitsfelder, wie Produktmarketing und Vertrieb, Personalwesen, sowie Consulting und Kundenberatung hinsichtlich nachgefragter hard- und soft skills noch nicht ausreichend ausgebildet. Genaueres müsste durch empirische Studien geklärt werden, die Analyse von Studieninhalte lässt jedoch fragen, ob auf Arbeitsmarktentwicklungen eigentlich adäquat eingegangen wird. So sind Soft Skillsgerade in den Berufsfeldern in hohem Masse gefragt, die potentiell GeographInnen offen stehen.

Bei der Auswertung von AbsolventInnenstudien wurde zudem deutlich, dass kaum aktuelles Zahlenmaterial zur Verfügung steht, die letzte verfügbare Studie aus Hannover ist auf das Jahr 2000 datiert. Auch hier besteht dringender Bedarf, entsprechende Studien zu aktualisieren und sie möglicherweise auf den Berliner Arbeitsmarkt bezogen zu spezifizieren.

So wünschen wir uns, mit unserer Dokumentation einen Impuls gegeben zu haben, der neue Wege ebnet hilft.

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: S Berufsprofiling für GeographInnen: Lehrveranstaltungskonzeption	7
Abb. 2: Das Handlungskompetenzmodell	8
Abb. 3: Potential, Fähigkeiten, Kompetenzen	9
Abb. 4: Persönliches Profil	10
Abb. 5: Stellenbesetzung versus Jobsuche	11
Abb. 6: Über den informellen Arbeitsmarkt zur Arbeitsstelle	12
Abb. 7: FU Berlin: Anteil der Frauen in verschiedenen Stadien der Hochschullaufbahn	16
Abb. 8: Durchschnittliche Bruttoverdienste in Deutschland 2003: Angestellte	17
Abb. 9: Durchschnittliche Bruttoverdienste in Deutschland 2003: Landwirtschaft	17
Abb. 10: Frauenanteil in verschiedenen Stadien der akademischen Laufbahn in %	18
Abb. 11: Sozialversicherungspflichtige Beschäftigte (in tsd.)	21
Abb. 12: Beschäftigten- und Arbeitslosenquoten in unterschiedlichen Beschäftigungsfeldern	22
Abb. 13: Beschäftigungsverhältnis der Hannoveraner Geographiestudiums- AbsolventInnen der Jahrgänge 1996 und 1999	23
Abb. 14: Strategien der Hannoveraner Geographiestudiums-AbsolventInnen bei der Arbeitssuche	24
Abb. 15: Von Hannoveraner Geographiestudiums-AbsolventInnen gewählte Berufsgruppen in %	25
Abb. 16: Monatliches Bruttoeinkommen ehemaliger Hannoveraner Geographiestudiums-AbsolventInnen in DM	25
Abb. 17: Arbeitsort nach Bundesländern	28
Abb. 18: Stellenanzeigenanalyse nach Branchen und Berufszweigen	29
Abb. 19: Stellenanzeigenanalyse nach Institution bzw. Organisationen	29
Abb. 20: Stellenanalyse nach (Fach-) Kenntnissen	30
Abb. 21: Stellenanalysen nach personalen Kompetenzen	30
Abb. 22: Rollen des Politikberaters	38
Abb. 23: Stellenangebote Journalismus	45
Abb. 24: Beschäftigungsverteilung im Berufsfeld Journalismus	48
Abb. 25: Existenzgründungen im Bereich Journalismus	49

Literaturverzeichnis

- BEIER, S., LEINWEBER, B. (2000): Der Arbeitsmarkt für WirtschaftsgeographInnen. Ergebnisse einer Verbleibsanalyse, Geographisches Institut, Universität Hannover.
- BOLDUAN, Gudrun; KAPPEL, Kathrin (1998): So finden Magister einen Job!: der unentbehrliche Ratgeber für den Berufseinstieg. Frankfurt am Main.
- BOLLES, Richard N. (2002): What colour is your parachute? New York.
- BUNDESANSTALT FÜR ARBEIT (Hrsg.)(2004): Uni Magazin. Perspektiven für Beruf und Arbeitsmarkt. Heft 1/2004. Nürnberg; Braunschweig, S. 61-64.
- BUNDESANSTALT FÜR ARBEIT (Hrsg.)(2001): Uni Magazin. Perspektiven für Beruf und Arbeitsmarkt. Heft 3/2001. Nürnberg; Braunschweig, S. 25-31.
- DEUTSCHER BILDUNGSSERVER (2004): Fort-/Weiterbildung Natur-/Umweltpädagogik - <http://www.bildungsserver.de/zeigen.html?seite=2573> (Zugriff am 21.12.2004).
- EVANGELISCHE HAUPTBIBELGESELLSCHAFT (Hrsg.)(1981): Die Bibel oder die ganze Heilige Schrift des Alten und Neuen Testaments - nach der Übersetzung Martin Luthers, Revidierter Text AT 1964. Berlin.
- GESELLSCHAFT CH-Q (2002): Schweizerisches Qualifikationshandbuch. Biel /Schweiz.
- GESELLSCHAFT FÜR NATUR- UND UMWELTERZIEHUNG E.V. (2004): <http://www.gnu-ev.de> (Zugriff am 21.12.2004).
- INSTITUT FÜR ARBEITSMARKT- UND BERUFSFORSCHUNG, www.iab.de (12.12.04).
- JÜDE, Peter (1999): Berufsplanung für Geistes- und Sozialwissenschaftler. Oder die Kunst eine Karriere zu planen. Köln.
- KLEWES, Joachim: Rollen des Politiberaters. - <http://www.komm-passion.de/PA.pdf> (01.12.2004).
- KNAPP, Axeli-Gudrun; WETTERER, Angelika, (Hrsg.)(2003): Achsen der Differenz. Gesellschaftstheorie und feministische Kritik II.
- KOREUBER, Mechthild (Hrsg.)(2002): 5. Bericht der zentralen Frauenbeauftragten der Freien Universität Berlin 2000-2002 : Frauenförderung als Querschnittsaufgabe. (1.11.04) - http://www.fu-berlin.de/frauenbeauftragte/pdf/bericht_5.pdf.
- LÄPPLE, Dieter; WALTER, Gerd (2002): Frauenerwerbstätigkeit und Geschlechterverhältnisse in urbanen Milieus. In: LÖW, Martina (Hrsg.): Differenzierungen des Städtischen. Opladen, S. 187-207.
- MANDEL, Birgit (2002): Lust auf Kultur. Karriereweg in das Berufsfeld Kulturvermittlung. Nürnberg.
- MILINEWITSCH, Mirko (2003): Professionalisierung der Interessenvermittlung in Deutschland durch externes Public Affairs Management, Berlin. (unveröffentl. Diplomarbeit).
- NATURSCHULE FREIBURG (2004): <http://www.naturschule-freiburg.de> (Zugriff am 02.01.2005).
- NOTZ, Gisela (2004): Arbeit: Hausarbeit, Ehrenamt, Erwerbsarbeit. In: BECKER, Ruth; KORTENDIECK, Beate (Hrsg.): Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung. Theorie, Methoden, Empirie. Wiesbaden, S.420-428.
- SENATSVORWALTUNG FÜR BILDUNG, JUGEND UND SPORT (2005): <http://www.senbjs.berlin.de> (Zugriff am 10.01.2005).
- STATISTISCHES BUNDESAMT (2004): Tabellen. (1.11.04): http://www.destatis.de/themen/d/thm_loehne.php.
- STATISTISCHES BUNDESAMT (2003): Microzensus. Pressebroschüre "Leben und Arbeiten in Deutschland 2003. (1.11.04) - <http://www.destatis.de/presse/deutsch/pk/2004/mikrozensus2003b.htm>.
- STATISTISCHES BUNDESAMT (2000): Statistisches Jahrbuch 2000. (12.01.2005): <http://www.destatis.de/presse/deutsch/pm2000/p3640221.htm>.
- STIFTUNG NATURSCHUTZ (2004): <http://www.stiftung-naturschutz.de> (Zugriff am 22.12.2004).

TEUBNER, Ulrike (2004): Beruf: Vom Frauenberuf zur Geschlechterkonstruktion im Berufssystem. In: BECKER, Ruth; KORTENDIECK, Beate (Hrsg.): Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung. Theorie, Methoden, Empirie. Wiesbaden, S.431-436.

WETTERER, Angelika, (2003): Rhetorische Modernisierung: Das Verschwinden der Ungleichheit aus dem zeitgenössischen Differenz-

wissen. In: KNAPP, Axeli-Gudrun; WETTERER, Angelika, (Hrsg.): Achsen der Differenz. Gesellschaftstheorie und feministische Kritik II. S. 286-319.

WETTERER, Angelika (1993): Professionalisierung und Geschlechterhierarchie. Vom kollektiven Frauenausschluss zur Integration mit beschränkten Möglichkeiten. Kassel, S. 49-59.

**METAR – MANUSKRIPTE ZUR EMPIRISCHEN, THEORETISCHEN UND
ANGEWANDTEN REGIONALFORSCHUNG**

- Herausgeber: **Prof. Dr. Gerhard Braun, Prof. Dr. Georg Kluczka**
 Freie Universität Berlin, Institut für Geographische Wissenschaften
 Malteserstr. 74-100
 D-12249 Berlin
 Tel. 030 / 838 70 201, 838 70 221
 Fax 030 / 838 70 749
 E-Mail: gbraun@geog.fu-berlin.de, kluczka@geog.fu-berlin.de
- Band 1: BRAUN, G.; N. KOPP; TH. SCHUMANN (1979): Einführung in Quantitative und Theoretische Geographie. 3. Aufl. 1980. € 10,- *vergriffen*
- Band 2: BRAUN, G. u.a. (1979): Statistische Methoden und SPSS mit Beispielen aus der Anthropogeographie und Physischen Geographie. € 6,- *vergriffen*
- Band 3: RAUCH, TH.; K. KOSCHATZKY (Hrsg.) (1979): Räumliche Entwicklungsprozesse in Tunesien. Ein Projektbericht. € 6,-
- Band 4: BURGER, H.; G. JENTZSCH; TH. RAUCH (Hrsg.) (1980): Aspekte der Zukunftsforschung in den Geowissenschaften. € 6,- *vergriffen*
- Band 5: BAHRS-DISCHER, E. u.a. (1981): Berufsfeld des Diplom-Geographen. Versuch einer Analyse. € 6,- *vergriffen*
- Band 6: ARBEITSBEREICH TEAS (BRAUN, G. u.a.) (1981): Wahl-Atlas Berlin 1981. — Bestellung durch: Dietrich Reimer Verlag, Zimmerstr. 26-27, 10969 Berlin
- Band 7: BRAUN, G. (1983): Städtesysteme und Bevölkerungsentwicklung in Kanada. € 6,-
- Band 8: SCOTT, J.W. (1986): Planungsideologien, Planungsorganisation und Suburbanisierung in den Stadtregionen San Francisco und München. € 10,-
- Band 9: SCHULTZ, CH. (1987): Fremdenverkehrsverhalten in St. Peter-Ording. Ein Projektbericht. € 6,-
- Band 10: SCHULTZ, CH. (1984): Orts- und Personenspezifische Determinanten intraurbaner kognitiver Distanz. € 10,-
- Band 11: HOFFMANN, A. (1987): Ursachenanalyse des Wohnungsleerstandes in der Stadtrandsiedlung Heuberg in Eschwege. € 10,-
- Band 12: KÄMMER, H.-J. (1987): Mensch und Siedlungsumwelt. *vergriffen*

- Band 13: TIEFELSDORF, Michael (1988): The Specification of the Nested Logit Model in Migration Research. A Reanalysis of an Interprovincial Canadian Migration Data Set. €10,-
- Band 14: BRAUN, Gerhard und Reiner SCHWARZ (Hrsg.) (1989): Theorie und Quantitative Methodik in der Geographie. Tagungsband Blaubeuren 1988. € 10,-
- Band 15: BRAUN, Gerhard (1988): The Process of Multipolarization. € 2,- *vergriffen*
- Band 15a: BRAUN, Gerhard (1988): Theorie komplexer Übergänge in städtischen Systemen. €4,- *vergriffen*
- Band 15b: BRAUN, Gerhard and Alfred HECHT (1988): The Canadian Migration Scene: An Explanatory Geographical Analysis. € 6,-
- Band 15c: KANAROGLOU, Pavlos and Gerhard BRAUN (1989): The Nature of Counterurbanization in Developed Countries: The Case of the Federal Republic of Germany. € 2,-
- Band 16: SCHLUNZE, Rolf D. (1990): Räumliche Diffusion japanischer Unternehmen in der Bundesrepublik Deutschland und Berlin (West) von 1955-1989. €10,-
- Band 17: TIEFELSDORF, Michael, Christian BREßLER und Claudia FEIX (1991): Ein Berliner Geographisches Informationssystem (BGIS) zu den Stadtverordnetenversammlungs- bzw. Abgeordnetenhauswahlen von 1989 und 1990. [mit Programmdiskette] €10,-
- Band 18: TROSTORF, Lutz (1991): Die geometrische Struktur der Aktionsräume von Großstadtbewohnern am Beispiel von Berlin. Ein theoretischer, methodischer und empirischer Beitrag zur Beschreibung und Erklärung aktionsräumlichen Verhaltens. €10,-
- Band 19: BREßLER, Christian (1992): Das Wohnungssuchverhalten von Studenten der Freien Universität Berlin. €10,-
- Band 20: BRAUN, Gerhard (1992): From Network to Hierarchy: The Evolving German Urban System after Unification. €6,-
- Band 21: CASSEL, Martin (1993): Visualization of Spatial Autocorrelation in Point Data.
- Band 22: BRAUN, Gerhard und Michael TIEFELSDORF (1990): Three Decades of Interprovincial Migration in Canada. Do Current Data Allow Projections?
- Band 23: BRAUN, Gerhard und Michael TIEFELSDORF (1993): Screening the Spatial Structure of Internal Migration Flows and their Inherent Dynamics. Demonstrated at Berlin.
- Band 24: BRAUN, Gerhard (1993): Strategic Planning in Capital Cities: the Example of Berlin. €6,-
- Band 25: BRAUN, Gerhard und Thomas HEYMANN (1993): Principles of Urban System Development.
- Band 26: NEUREITHER, T. (1993): Der sozioökonomische Umstrukturierungsprozeß in globalen Zentren am Beispiel New York / Jersey City. €15,-
- Band 27: BRAUN, Gerhard, Axel BERGMANN und Maik DORL (1994): Die Situation der Langzeitstudenten am Institut für Geographische Wissenschaften der Freien Universität Berlin. *vergriffen*

- Band 28: CASSEL, Martin (1994): Grundlagen der räumlichen Analyse mit Raster- und Vektor-GIS. Vorlesungsskript zu GIS II. *vergriffen*
- Band 29: FEIX, Claudia (1995): Mikrounternehmen im ländlichen Raum. Bedeutung für die Regionalentwicklung und Möglichkeiten der Förderung (Fallbeispiel: Nariño/ Kolumbien). €10,-
- Band 30: SCHWADERER, Gabriel (1996): Nachhaltige Entwicklung im Bodenseeraum - Chancen und Grenzen einer Ökologischen Modellregion Bodensee vor dem Hintergrund zunehmender Flächennutzungsansprüche. €10,-
- Band 35: BRAUN, Gerhard and James SCOTT (eds.) (1998): Cities of the Future: Concepts for a Sustainable Urban Planning – Examples from Berlin. €7,-
- Band 36: ELLGER, Christof et al.: (1999): Budapest und Bukarest. Systemwechsel und stadträumliche Transformation. Stadtgeographisches Geländepraktikum 1997. Ergebnisbericht. €10,-
- Band 37: HESSE, Markus (2000): Logistik im Prozess der Sub- und Desurbanisierung. Wege zur Erkundung der postmodernen Stadtlandschaft. €5,-
- Band 38: ELLGER, Christof (2000): Dienstleistungen im ländlichen Raum. Versorgung aus der Sicht der Nutzer, räumliche Verflechtungsmuster und zentrale Orte. Untersucht im südlichen Landkreis Dahme-Spreewald. €6,-
- Band 39: ELLGER, Christof (ed.) (2001): Beyond the Economic? Cultural Dimensions of Services. The RESER Survey of Service Research Literature in Europe 2000. €6,-
- Band 40: BRAUN, Gerhard (2001): Berlin after the Wall: Two major Mistakes. €6,-
- Band 41: BRAUN, Gerhard (2001): Intra- and inneruniversity competition and cooperation within the Berlin region. €6,-
- Band 42: BRAUN, Gerhard (2001): Relations between City and University. €6,-
- Band 43: KRACHT, Matthias (2001): Virtual Mobility - Mobilitätsverhalten und Mobilitätsanforderungen von Internetnutzern.
- Band 44: SCHÄFFER, V. (2003): Regionalmanagement in Sachsen-Anhalt. Theoretische Grundlagen und praktische Ausgestaltung im Vergleich dreier Regionen.
- Band 44b: MEISTER, V. (2004): Netzgebundene Infrastruktur: Regenwasserentsorgung am Beispiel Berlins.
- Band 44c: RUIZ LORBACHER, Matias (2004): Sportarenen als Kunstwelten im städtischen Restrukturierungsprozess : Globale Konzepte in lokalen Zusammenhängen, dargestellt am Beispiel Berlin.
- Band 45: NEUGEBAUER, H. (2006): Altstadt Eschwege - Bilanz einer erfolgreichen Sanierung.
- Band 46: HILLMANN, F. (2006): Studie über den Verbleib der Absolvent(inn)en des Diplomstudienganges Geographie an der Freien Universität Berlin: Jahrgänge 2000 bis 2004. Studienverlauf - Verbleib auf dem Arbeitsmarkt - Bewertung des Studiums.