

4.4 Zum Image der Geographie – Arbeitsmarkt und Beruf

Birte Nienaber, Christoph Götz, Paul Gans¹

4.4.1 Einleitung

Viele Geographinnen und Geographen wurden sicherlich schon einmal gefragt: „Geograph – interessant – und was machst Du?“. Da es „den“ Beruf „Geograph“ nicht gibt, ist die Zuordnung von Berufsfeldern von außen nicht einfach. Unter „traditionellen“ Berufen wie „Jurist“, „Betriebswirt“ oder „Arzt“ kann sich vermutlich jeder etwas vorstellen, obwohl es auch in diesen Berufen eine große Bandbreite gibt. „Geograph“ oder „Geographin“ hingegen ist – so wird es innerhalb der geographischen Community häufig wahrgenommen – ein weitaus unspezifischeres Berufsfeld. ACHTERHOLD (2009, S. 60) stellte jedoch im FAZ-Hochschulanzeiger fest „Geographen haben sich erfolgreich aus der Nische befreit, und ihre Jobchancen sind so gut wie lange nicht mehr.“

Die vorliegende Studie untersuchte den Beruf „Geographin“ beziehungsweise „Geograph“ näher. Wie sieht das Image der Geographinnen und Geographen im Beruf aus? Welche beruflichen Möglichkeiten sehen Personalverantwortliche, Medienvertreterinnen und -vertreter oder die breite Öffentlichkeit, repräsentiert durch die Bevölkerung, für Geographinnen und Geographen? Welche beruflichen Kompetenzen werden mit Geographinnen und Geographen in Verbindung gebracht? Oder welche Rolle spielen sie in Unternehmen?

Dafür werden im Folgenden – wie schon für die anderen Beiträge in diesem Band – die Daten der Befragung von 801 Personen, 100 Personalverantwortlichen und 100 Medienvertreterinnen und -vertretern ausgewertet. Ein besonderes Augenmerk wird im Folgenden auf die Befragung der Personalverantwortlichen gelegt werden, da ihre Images der Geographie wesentliche Auswirkungen auf den Arbeitsmarkt für Geographinnen und Geographen und somit eine direkte Lenkungs-funktion der Berufsmöglichkeiten von Absolventinnen und Absolventen der verschiedenen geographischen Studiengänge haben könnten.

4.4.2 Kurzer Überblick über bisherige Studien zum Berufsfeld „Geographie“

In den vergangenen Jahren haben immer wieder einzelne geographische Institute deutscher Universitäten ihre Absolventinnen und Absolventen befragt. Bereits in den 1970er Jahren gab es erste Analysen, inwieweit das Hochschulstudium Geographie und Berufsfelder der Geographie miteinander verbunden sind (z. B. DÜRR 1975; MONHEIM 1976; VON ROHR 1975). Weitere Absolventenbefragungen folgten z. B. in Bonn (GROENEWALD 1993), in Hannover (HARPENAU 1989; SCHÄTZL u. IMHOFF-DANIEL 1996; BEIER u. LEINWEBER 2000), in Marburg (LEIB 2001), in Trier (HOFMANN u. JOB 1998) oder in Tübingen (BEZ 1994). Bei diesen quantitativen Umfragen ging es zum einen darum zu sehen, wie schnell Absolventinnen und Absolventen Erfolg auf dem Arbeitsmarkt hatten, zum anderen festzustellen, welche Kompetenzen hilfreich waren, welche fehlten und inwiefern der eigene Studiengang entsprechend modifiziert werden müsste, um den Anforderungen des Arbeitsmarktes gerecht zu werden. Dabei wurde bei den meisten Studien auch zwischen den besonderen Anforde-

¹ Die Autoren danken Heiner Schote für Ergänzungen und Kommentare.

rungen für Absolventinnen und Absolventen mit dem Schwerpunkt Humangeographie oder dem Schwerpunkt Physische Geographie unterschieden. Auch wurde untersucht, in welchen Tätigkeitsfeldern Absolventinnen und Absolventen der Geographie tätig werden. Seit der Umstellung auf Bachelor- und Masterstudiengänge kann ein erneuter Trend zu Absolventenbefragungen festgestellt werden. Dabei ging es vor allem darum, in welchem Beruf und in welcher Beschäftigungsart Geographieabsolventinnen und -absolventen arbeiten, wie lange die Phase zwischen Studium und Berufseinstieg dauerte, welche im Studium erworbenen Fähigkeiten und Kenntnisse für den Beruf von Nutzen sind, welche wichtigen Kompetenzen im Studium nicht vermittelt wurden und wie das Studium besser auf die Arbeitsmarktbedürfnisse hin angepasst werden könnte (z. B. Absolventenbefragung in Berlin, Freie Universität (HILLMANN 2006), in Bonn (FÖBKER et al. 2006), in Gießen (HENNEMANN 2008; HENNEMANN u. LIEFNER 2010), in Hamburg (POHL 2013), in Hannover (HENNEMANN et al. 2005; SCHILLER 2008; STERNBERG 2013), in Frankfurt am Main (LANGHAGEN-ROHRBACH u. BRAUNER 2006), in Marburg (STRAMBACH u. KOHL 2010), in Münster (TUSCH 2007, 2008; Westfälische Wilhelms-Universität Münster u. International Centre for Higher Education Research Kassel 2010) oder in Osnabrück (Universität Osnabrück Lehrereinheit Geographie, Servicestelle Lehrevaluation 2012, 2013, 2014). Eine vergleichende Studie zu dieser Thematik führten BERAN et al. (2012) für zehn deutsche Universitätsstandorte durch.

Bei dieser Befragung von 368 Absolventinnen und Absolventen von zehn deutschen Universitätsstandorten (Augsburg, Bayreuth, Heidelberg, Köln, Bonn, Dresden, Frankfurt am Main, Marburg, München (LMU) und Würzburg) zeigten sich für den Beruf vor allem interdisziplinäres Denken (69,5 %), Teamfähigkeit (62,5 %), breites Wissensspektrum (60,3 %) und Präsentationsfähigkeit (58,4 %) als besonders wichtige Kompetenzen (BERAN et al. 2012, S. 69). Die Studie machte ferner deutlich, „dass fast alle Geographiestudierenden einen Schwerpunkt in ihrem Studium setzen. Sie sind damit keine Generalisten“ (BERAN et al. 2012, S. 69). In über 60 Prozent der Fälle trägt dieses Profil eine humangeographische Akzentuierung, wohingegen nur 20 Prozent eine physiogeographische Profilbildung angeben.

Ein Vergleich der Ergebnisse der Absolventinnen und Absolventen der Humboldt-Universität Berlin und der Ruhr-Universität Bochum (BERAN et al. 2014; SECKELMANN et al. 2014) zeigte beispielhaft, dass 50 Prozent der Befragten mit dem Schwerpunkt Physische Geographie im öffentlichen Dienst tätig sind, während dies nur für jeweils ca. 30 Prozent der Befragten mit dem Schwerpunkt Humangeographie oder Geomatik gilt (BERAN et al. 2014, S. 54), die eher in der freien Wirtschaft arbeiten. Als arbeitsmarktrelevante, durch das Studium der Geographie vermittelte Kompetenzen wurden vor allem Leistungsbereitschaft/Engagement, Verantwortungsbewusstsein, Selbstständigkeit und Problemlösungsfähigkeit angesehen.

Die bisher genannten Analysen stellen vor allem die Selbstwahrnehmung der Geographen über „ihr“ Berufsfeld dar. In einer 1999 von Geographinnen und Geographen der Universität Trier durchgeführten quantitativen Studie wurden demgegenüber vor allem Entscheidungsträger aus der Wirtschaft mit und ohne Kontakte zur Geographie in Deutschland befragt (KLEMME et al. 2000). Zusätzlich zur quantitativen Studie wurden sechzig qualitative Experteninterviews durchgeführt, um das „Verhältnis von Wissenschaft und Praxis in der räumlichen Planung“ herauszuarbeiten sowie das Selbst- und das Fremdbild von Geographinnen und Geographen in der räumlichen Planung zu analysieren (MONHEIM et al. 1999). Durch diese Forschungen wurde erstmals tiefergehend die Fremdwahrnehmung des Berufsfeldes „Geographie“ analysiert.

Eine sehr ausführliche Analyse des US-amerikanischen Arbeitsmarktes für Geographinnen und Geographen und den von ihnen erwarteten Kompetenzen vermitteln SOLEM et al. (2008). Bei dieser Untersuchung wurden 29 allgemeine und 20 geographiespezifische Kompetenzen untersucht. Die Befragten (n = 5 723) wurden in Hochschule, Öffentlicher Sektor, Privatwirtschaft und Non-Profit-Unternehmen eingeteilt. Die drei wichtigsten allgemeinen Kompetenzen, die Geographen für den Arbeitsmarkt mitbringen sollen, sind nach dieser Studie „time management“ (91 %), „writing skills“ (88 %) und „critical thinking“ (86 %), und die drei wichtigsten geographiespezifischen Kompetenzen sind „spatial thinking“ (73 %), „interdisciplinary perspective“ (64 %) und Geographische Informationssysteme (58 %; SOLEM et al. 2008, S. 367).

4.4.3 Zum Image der Geographinnen und Geographen im Beruf aus Sicht der Personalverantwortlichen

Die befragten Unternehmen als potenzielle Arbeitgeber

Die beruflichen Perspektiven von Geographieabsolventinnen und -absolventen hängen maßgeblich davon ab, wie Personalverantwortliche der Privatwirtschaft und des öffentlichen Sektors deren Ausbildung und Kompetenzen einschätzen. Befragt wurden 100 Personalverantwortliche, von denen 41 alleine verantwortlich für Personalentscheidungen in ihren Unternehmen sind und 59 mitentscheiden.

Im Rahmen der Studie wurden Personalverantwortliche aus Wirtschaftszweigen befragt, in denen Geographinnen und Geographen typischerweise tätig sind (vgl. Kap. 3). Allerdings konnten nicht aus allen Bereichen gleichermaßen Interviewpartner gewonnen werden. So fehlen z. B. Probanden aus den drei Tätigkeitsbereichen „Umweltplanung, Umweltschutz, Umweltrisiken“, Entwicklungszusammenarbeit und „Agenda 21-Prozesse/Nachhaltige Entwicklung“ (vgl. Tab. 4.4.1). In 18 der durch diese Personalverantwortlichen vertretenen Unternehmen arbeiten bereits Geographinnen und Geographen. Für 23 weitere kämen Absolventinnen und Absolventen der Geographie grundsätzlich als Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Betracht. Bei 59 hingegen kommen sie dafür gar nicht in Frage, oder die Befragten können sich eher nicht vorstellen, Geographinnen oder Geographen einzustellen. Unternehmen, die Geographinnen und Geographen beschäftigen, sind überdurchschnittlich in der Wirtschaftsförderung und Marktforschung tätig (vgl. Tab. 4.4.1). Auffallend ist, dass ein Teil der Unternehmen aus demselben Tätigkeitsbereich Geographinnen und Geographen beschäftigen, ein anderer Teil es aber auch ablehnt, sie einzustellen. Offenbar sind die Anforderungsprofile auch bei vergleichbarer Branchenzugehörigkeit der Unternehmen zu unterschiedlich, um allgemeinere Aussagen treffen zu können. Auf die offene Frage „Warum kommen Geographen für Ihr Unternehmen nicht als Mitarbeiter in Frage?“ wurde geantwortet, dass das Unternehmen ein anderes Anforderungsprofil habe (25 Nennungen), dass spezifische Kenntnisse fehlten (16), dass andere Qualifikationen bevorzugt würden (13), dass das Unternehmen zu klein sei (5).

In zwölf der 18 Unternehmen, die Geographinnen und Geographen beschäftigen, sind diese (auch) in Führungspositionen tätig; in einem Falle auch in der Geschäftsführung. Hier spiegelt sich offensichtlich die Tatsache wider, dass Geographinnen und Geographen seit etwa zwei Jahrzehnten deutlich bessere Arbeitsmarktchancen haben als zuvor (BERAN et al. 2012) und dass viele von ihnen inzwischen in Führungspositionen hineingewachsen sind. Als weitere Funktionen nannten die be-

fragten Personalverantwortlichen Projektleitung (5 Nennungen), planerische Tätigkeiten (3), Projektbearbeitung (2), Berater, Studienleiter, Pressearbeit, Veranstaltungsorganisation und Verkehrsingenieur (jeweils eine Nennung).

Tätigkeitsbereich	insgesamt	1	2
		Angaben in %	
Erwachsenenbildung	10	4,9	13,6
Immobilienwirtschaft	4	2,4	5,1
Kommunalberatung	5	4,9	5,1
Marktforschung	12	17,1	8,5
Öffentlichkeitsarbeit	11	14,6	8,5
Politikberatung	4	4,9	3,4
Stadt- und Regionalplanung	18	14,6	20,3
Umweltplanung, Umweltschutz, Umweltrisiken	7	0,0	11,9
Verkehrsplanung	13	14,6	11,9
Wirtschaftsförderung	16	22,0	11,9
n	100	41	59

Tab. 4.4.1: Tätigkeitsbereiche der befragten Unternehmen

- 1 Unternehmen, die Geographinnen und Geographen bereits beschäftigen, oder Unternehmen, für die sie grundsätzlich in Frage kommen
- 2 Unternehmen, die sich nicht vorstellen können, Geographinnen und Geographen zu beschäftigen, oder Unternehmen, für die eine Beschäftigung nicht in Frage kommt

Quelle: eigene Auswertung nach Datensatz zur Imagestudie

In der Studie wurden Personalverantwortliche zudem gefragt, für welche Funktionen Geographinnen und Geographen in Frage kommen. Vorstellbar sind aus ihrer Sicht Tätigkeiten in der Projekt-/ Teamleitung (12 Nennungen), in der Planung (7), als Berater (5), „für alles“ (4), als wissenschaftliche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (3), für Statistik, Analysen und Gutachten (3), in PR und Marketing (2) und in der Wirtschaftsförderung (1). Einer der Befragten konnte sich für Geographinnen und Geographen eine Geschäftsführungstätigkeit vorstellen, für drei Befragte sei dies „von sonstigen Faktoren abhängig“. 59 Befragte machten hierzu keine Angaben.

Benötigte und erwartete Kompetenzen von Geographinnen und Geographen auf dem Arbeitsmarkt

Personalverantwortliche haben klare Vorstellungen davon, welche Kompetenzen die Bewerber mitbringen müssen. Wesentlich sind für jeweils mehr als vier Fünftel der Befragten, dass die neuen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter lernfähig sind, dass sie sich für die Unternehmensziele engagieren, über fächerübergreifendes, systematisches und wirtschaftliches Denken sowie Fachkenntnisse verfügen und Kreativität besitzen. Mit deutlichem Abstand folgen interkulturelle Kompetenz (62 %) und Fremdsprachenkenntnisse (48 %).

Die Befragung zeigt eine z. T. markante Diskrepanz zwischen den Erwartungen der Personalverantwortlichen und den Kompetenzen, die sie bei den Geographieabsolventinnen und -absolventen als gegeben ansehen (vgl. Abb. 4.4.1). Wenn man die arithmetischen Mittel der Antworten miteinander vergleicht, werden den Geographinnen oder Geographen lediglich in einem Kompetenzfeld, nämlich Geographische Informationssysteme, höhere Kompetenzen zugeschrieben, als sie von den Personalverantwortlichen gefordert werden. Diese Kompetenz erschien 38 der Befragten nicht oder überhaupt nicht wichtig. Fremdsprachenkenntnisse und interkulturelle Kompetenzen bei Geographinnen und Geographen werden von den Personalverantwortlichen annähernd so gesehen, wie sie auch benötigt werden. Bei allen anderen beruflichen Kompetenzen äußern sie, dass Geographinnen und Geographen die an sie gestellten Erwartungen nicht voll erfüllen. Diese werden insbesondere beim Engagement für Unternehmensziele, Kreativität, wirtschaftlichem und fächerübergreifendem Denken nicht voll abgedeckt. Dazu muss jedoch berücksichtigt werden, dass Personalverantwortliche – bei Ausschreibungen ebenso wie bei Einstellungsgesprächen – vielfach hohe Anforderungen formulieren, die sie bei der Neueinstellung letztendlich nicht sämtlich einfordern. Auch wenn die Diskrepanz, die sich aus der Befragung ergibt, vielfach im beruflichen Alltag aufgelöst werden kann, zeigen sich hier Defizite in der Ausbildung von Geographinnen und Geographen, die die Hochschulen sehr ernst nehmen sollten.

Bewertung der beruflichen Kompetenzen

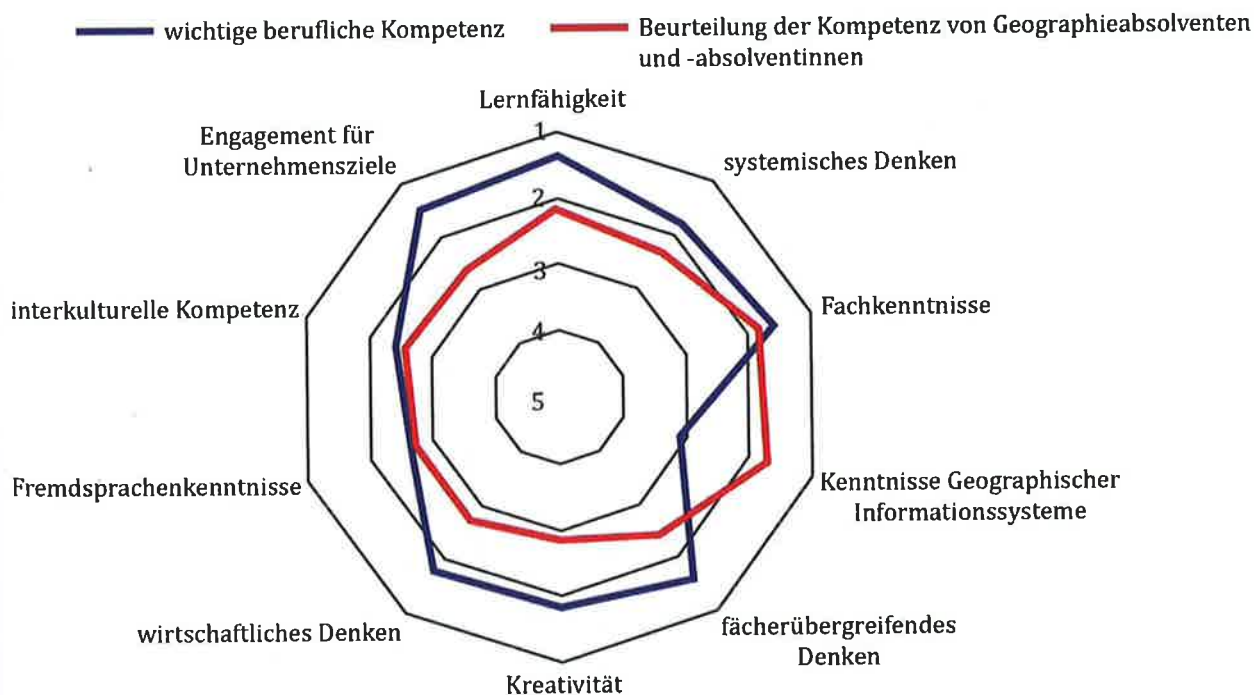


Abb. 4.4.1: Wichtige geforderte berufliche Kompetenzen und Kompetenzen von Geographieabsolventinnen und -absolventen aus Sicht der Personalverantwortlichen im Vergleich¹

¹ Mittelwert: 1 = „sehr wichtig“ bis 5 = „überhaupt nicht wichtig“

Quelle: eigene Auswertung nach Datensatz zur Imagestudie

Der Vergleich von Anforderungsprofil und vorhandenen Kompetenzen je nach Präferenz der Unternehmen, Geographinnen und Geographen einzustellen, verstärkt noch den Eindruck bestehender Diskrepanzen zwischen Erwartung an die Kompetenzen und deren Erfüllung (vgl. Abb. 4.4.2):

1. Die Differenzen der Mittelwerte von Anforderungen und vorhandenen Kompetenzen bei Personalverantwortlichen aus Unternehmen, die einer Beschäftigung von Geographinnen und Geographen positiv gegenüberstehen, sind erstaunlicherweise größer als bei Personalverantwortlichen von Unternehmen, die sich eine Beschäftigung von Geographinnen und Geographen nicht vorstellen können.
2. Die Personalverantwortlichen dieser Unternehmen schätzen die Kompetenzen von Geographinnen und Geographen durchweg besser ein als Personalverantwortliche, die einer Beschäftigung positiv gegenüberstehen.

Können Geographinnen und Geographen die Erwartungen von Unternehmen an ihre Kompetenzen nicht erfüllen? Die Diskrepanz ist besonders hoch für die Felder Engagement für Unternehmensziele, Lernfähigkeit, Kreativität und wirtschaftliches Denken (vgl. Abb. 4.4.2).

Bewertung der beruflichen Kompetenzen

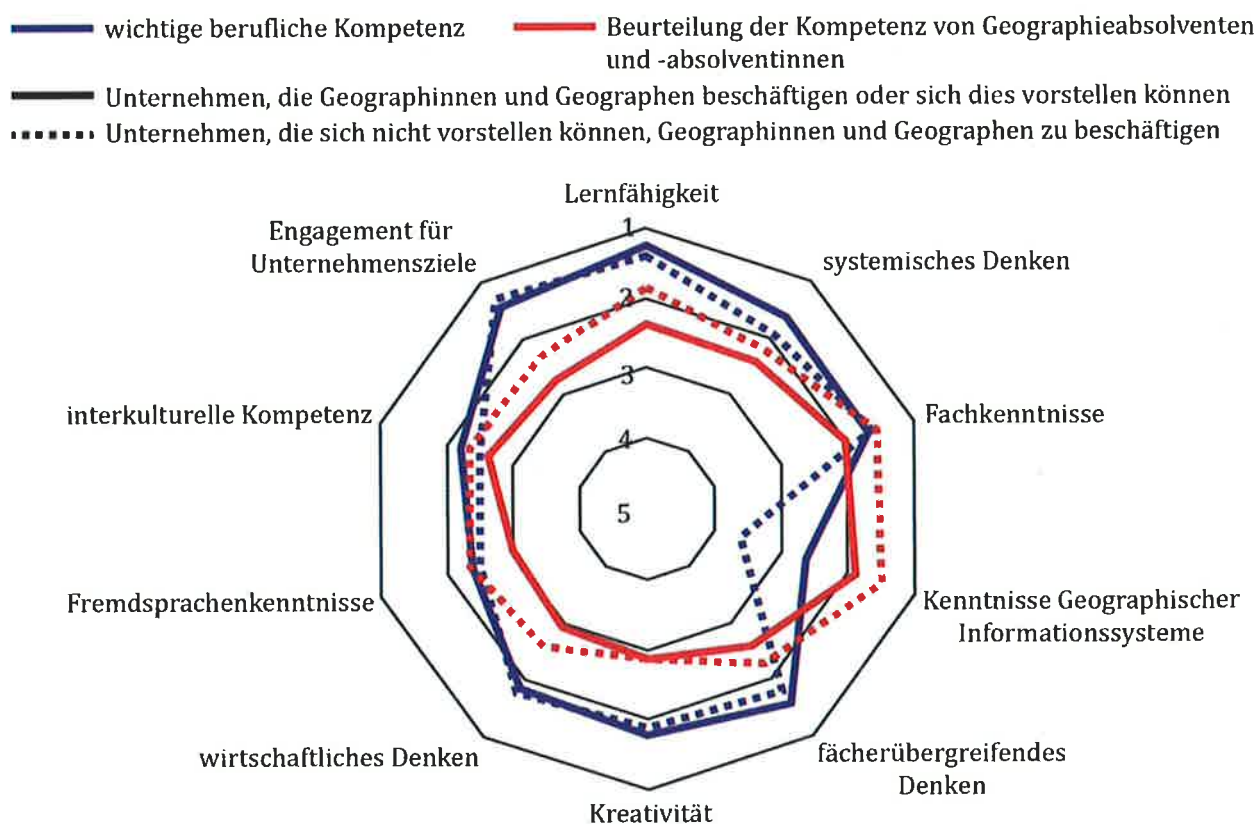


Abb. 4.4.2: Vergleich von geforderten beruflichen Kompetenzen und Kompetenzen von Geographinnen und Geographen je nach Präferenz der Unternehmen, Geographieabsolventinnen und -absolventen einzustellen

¹ Mittelwert: 1 = „sehr wichtig“ bis 5 = „überhaupt nicht wichtig“

Quelle: eigene Auswertung nach Datensatz Imagestudie

Die Personalverantwortlichen wurden auch gefragt, welche für die Unternehmen wichtigen Kompetenzen die Geographinnen und Geographen nicht mitbrächten. Hierzu gehören aus ihrer Sicht wirtschaftliches und kaufmännisches Denken (21 % der Befragten), sonstiges Fachwissen (14 %), Architektur und (Bau-)Planung (8 %), technisches Wissen (7 %), mathematisch-statistische Kenntnisse (4 %), Kreativität und gestalterische Kompetenz (4 %) oder soziale Kompetenz und Teamfähigkeit (4 %), um nur die zahlenmäßig wichtigsten zu nennen.

Als die größten Stärken von Geographieabsolventinnen und -absolventen sehen die Personalverantwortlichen interdisziplinäres Denken (18 % der Befragten), geographisches Fachwissen (14 %), globales Wissen (11 %), analytisches Denken (7 %), Flexibilität und Kreativität (5 %), räumliches Denken und Orientierung (4 %). 25 Personalverantwortliche machten hierzu keine Angabe.

4.4.4 Zum Image der Geographinnen und Geographen im Beruf: vergleichende Perspektiven

Die Vorstellungen über typische Berufsfelder variierten zwischen den Antworten der Personalverantwortlichen und denen der Medienvertreterinnen und -vertreter (vgl. Tab. 4.4.2). Letztere sehen Geographinnen und Geographen stärker im Bereich Journalismus und Entwicklungszusammenarbeit, die befragten Personalverantwortlichen hingegen mehr in der Kommunal- und Politikberatung.

Typisches Berufsfeld	Angaben in %	
	Personalverantwortliche (n = 235)	Medienvertreterinnen und -vertreter (n = 269)
Umweltplanung, Umweltschutz, Umweltrisiken	11,9	11,5
Stadt- und Regionalplanung	11,1	15,6
Hochschule (Forschung und Lehre)	10,6	16,4
Schule (Lehrer)	9,8	10,4
Verkehrsplanung	6,8	3,7
Wirtschaftsförderung	6,0	3,7
Kommunal-/Politikberatung	4,7	1,9
Unternehmensberatung	2,1	1,5
Immobilienwirtschaft	1,3	0,7
Zusammenarbeit mit Entwicklungsländern	0,9	3,7
Agenda 21 Prozesse, nachhaltige Entwicklung	0,9	0,4
Öffentlichkeitsarbeit	0,4	0,7
Journalismus	0,4	6,7
Sonstiges	33,2	23,0

Tab. 4.4.2: Nennungen von typischen geographischen Berufsfeldern nach Angaben von Personalverantwortlichen, Medienvertreterinnen und -vertretern (Mehrfachnennungen möglich)

Quelle: eigene Auswertung nach Datensatz zur Imagestudie

tung. Bei beiden Gruppen werden jedoch die Berufsfelder „Hochschule“, „Schule“, „Stadt- und Regionalplanung“ sowie „Umweltplanung, Umweltschutz, Umweltrisiken“ am häufigsten genannt.

Die Bevölkerung hat im Vergleich zu Personalverantwortlichen, Medienvertreterinnen und Medienvertretern eine etwas diffusere Vorstellung zu möglichen Berufsfeldern für Geographinnen und Geographen (vgl. Tab. 4.4.3). Die Berufsfelder „Schule“ und „Hochschule“ wurden bei der Bevölkerungsstichprobe allerdings durch die Fragestellung im Vorfeld ausgeschlossen. Zwar entfallen auch bei der Bevölkerung wie bei den beiden anderen Probandengruppen relativ viele Nennungen auf Berufsfelder, die sich entweder „Umweltplanung, Umweltschutz, Umweltrisiken“ oder „Stadt- und Regionalplanung“ zuordnen lassen, doch zwei Drittel der Befragten wissen nicht zu antworten oder beziehen sich nicht auf die vorgegebenen Felder, welche sich aus den Wirtschaftszweigen der befragten Unternehmen ergeben (vgl. Tab. 4.4.3). Diese sehr vage Vorstellung ändert sich auch nicht, wenn eine Geographin oder ein Geograph zum Bekanntenkreis der Befragten zählt. Die Bekanntheit mit einer Geographin oder einem Geographen spiegelt sich überraschenderweise nicht in den Kenntnissen über typische Berufsmöglichkeiten für Geographinnen und Geographen wider. Hier werden zum Großteil andere Berufsmöglichkeiten genannt als die, in denen die Person im Familien-, Freundes- oder Bekanntenkreis tätig ist. So gaben auch 29 Befragte, die eine Geographin oder einen Geographen kennen, an, keine Ahnung zu haben, welche Berufsmöglichkeiten für Geo-

Typisches Berufsfeld	Angaben in %	
	alle Befragte (n = 801)	1 (n = 226)
Umweltplanung, Umweltschutz, Umweltrisiken	11,4	11,5
Stadt- und Regionalplanung	13,4	17,3
Verkehrsplanung	3,0	3,1
Wirtschaftsförderung	1,5	3,1
Kommunal-/Politikberatung	1,6	0,9
Unternehmensberatung	0,7	0,9
Immobilienwirtschaft	0,1	0,0
Zusammenarbeit mit Entwicklungsländern	0,9	0,0
Agenda 21 Prozesse, nachhaltige Entwicklung	0,2	0,4
Öffentlichkeitsarbeit	1,1	0,9
Marktforschung	0,6	0,4
Erwachsenenbildung/Verlagswesen	1,1	0,0
Sonstiges	44,4	48,7
Weiß nicht/keine Angabe	19,9	12,8

Tab. 4.4.3: Nennungen von typischen geographischen Berufsfeldern für Geographinnen und Geographen (Bevölkerung, erste Nennung)

- 1 Befragte mit einer Geographin oder einem Geographen im Familien-, Freundes- oder Bekanntenkreis. Die Frage lautete: „Was denken Sie, welche typischen Berufsmöglichkeiten hat ein Absolvent der Geographie, der nicht als Lehrer in die Schule geht oder als Wissenschaftler an der Hochschule oder in der Forschung bleibt?“

Quelle: eigene Auswertung nach Datensatz zur Imagestudie

graphinnen und Geographen außerhalb von Schule und Hochschule existieren. Von diesen 29 hatten nur 12 Personen Verwandte oder Bekannte in Schule oder Hochschule, dagegen hatten 17 Personen Verwandte oder Bekannte, die als Geographinnen oder Geographen in anderen Berufsfeldern tätig waren.

4.4.5 Zwischenfazit

Aufgrund ihrer interdisziplinären Ausbildung sind Geographinnen und Geographen in einem vergleichsweise breiten Berufsspektrum tätig. Die meisten von ihnen arbeiten mit Kolleginnen oder Kollegen zusammen, die eine andere Ausbildung haben. Da wesentlich weniger Geographinnen und Geographen die Hochschulen verlassen als etwa Betriebswirte oder Juristen, bilden sie oft eine Minderheit im Unternehmen.

Obwohl sich die Befragung der Personalverantwortlichen auf Wirtschaftszweige beschränkte, in denen Geographinnen und Geographen typischerweise tätig sind, antworteten nur 41 Prozent der Befragten, dass in ihrem Unternehmen bereits Geographinnen und Geographen arbeiten oder sie sich Geographinnen und Geographen grundsätzlich als Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter vorstellen können. Diese sind allerdings z. T. auch in Führungspositionen tätig oder kommen für verantwortliche Funktionen in Frage.

Die Personalverantwortlichen hielten folgende Kompetenzen für besonders wichtig: Engagement für Unternehmensziele, fächerübergreifendes, systematisches und wirtschaftliches Denken, Fachkenntnisse und Kreativität. Nach Einschätzung der Befragten der vorliegenden Studie verfügen geographische Absolventinnen und Absolventen allerdings teilweise nicht in gewünschtem Umfang über diese Fähigkeiten. Die Ergebnisse bezüglich der erwünschten Kompetenzen stehen z. T. im Einklang mit den Erkenntnissen, die BERAN et al. (2012) und SOLEM et al. (2008) feststellten, allerdings ermittelte SOLEM et al. (2008) einen größeren Stellenwert von GIS.

Als größtes Defizit der geographischen Absolventinnen und Absolventen nannten die Personalverantwortlichen wirtschaftliches und kaufmännisches Denken, als deren größte Stärken sahen sie interdisziplinäres Denken und geographisches Fachwissen an.

Die Befragung von Personalverantwortlichen und Medienvertreterinnen und -vertretern ergab, dass sie vor allem die Bereiche „Umweltplanung, Umweltschutz, Umweltrisiken“ sowie „Stadt- und Regionalplanung“ als typische Berufsfelder für Geographinnen und Geographen ansehen. Etwas weniger ausgeprägt gilt dies auch für „Wirtschaftsförderung“ und „Verkehrsplanung“. Dass aber ebenso viele Geographinnen und Geographen in der Immobilienwirtschaft, in Unternehmensberatungen und in anderen Wirtschaftszweigen tätig sind, wird von den beiden befragten Gruppen kaum wahrgenommen. Personalverantwortliche und Medienvertreterinnen und -vertreter sehen dagegen eine Tätigkeit an Schulen und Hochschulen sehr wohl als typisch für Geographinnen und Geographen an.

Die vier bekanntesten Berufsmöglichkeiten stellen aus Sicht der Personalverantwortlichen und Medienvertreterinnen und -vertreter „Schule“, „Hochschule“ (Forschung und Lehre), „Umweltplanung, Umweltschutz, Umweltrisiken“ und „Stadt- und Regionalplanung“ dar. Da die Bevölkerung nicht nach Hochschule und Schule gefragt wurde, sind hier „Umweltplanung, Umweltschutz, Umweltrisiken“, „Stadt- und Regionalplanung“, „Verkehrsplanung“ sowie „Kommunal- und Politikbera-

tung“ die vier bekanntesten Berufsfelder. Größere Unterschiede zwischen den drei Befragungsgruppen lassen sich dabei nicht erkennen.

Generell zeigt sich ein Handlungsbedarf für Geographinnen und Geographen, in ihrem Umfeld eine Sensibilisierung und eine Erhöhung des Kenntnisstandes über die Disziplin Geographie anzustreben, sowohl beruflich als auch privat.