



STIFTERVERBAND
Bildung. Wissenschaft. Innovation.



Future Skills - Diskussionspapier

BIETET DIE DIGITALISIERUNG BESCHÄFTIGUNGSCHANCEN FÜR GEISTESWISSENSCHAFTLER?

Christiane Konegen-Grenier | Beate Placke | Mathias Winde



**FUTURE
SKILLS**®

Gefördert durch

GERDA HENKEL STIFTUNG

EINLEITUNG

- » Der Arbeitsmarkt 4.0 wird von der Nachfrage nach Personen mit technischen Fähigkeiten getrieben, die Automatisierung und Digitalisierung beherrschen. Aber auch persönliche und soziale Kompetenzen werden wichtiger. Welche Chancen haben Geisteswissenschaftler?
- » Eine Umfrage unter 1.100 Unternehmen hat ergeben, dass sich bei stark digitalisierten Unternehmen keine vermehrten Beschäftigungschancen ergeben. Unter diesen Unternehmen, die stark Beschäftigung aufbauen, signalisiert nur jedes zehnte einen steigenden Bedarf, knapp jedes vierte geht aber von einem sinkenden Bedarf an Geisteswissenschaftlern aus. Bei großen Digitalunternehmen sehen die Perspektiven besser aus als bei kleineren.
- » Trotzdem bieten sich Geisteswissenschaftlern auch Chancen: Stark digitalisierte Unternehmen haben einen hohen Bedarf an Personen mit Kommunikations- und Kooperationskompetenzen und schreiben diese Kompetenzen in besonderem Maße Geisteswissenschaftlern zu. Aber nur wenn diese auch digitale Grundkenntnisse und Zusatzqualifikationen mitbringen, bieten sich ihnen zusätzliche Chancen auf dem Arbeitsmarkt 4.0.

Die Arbeitsmarktsituation der Geisteswissenschaftler gilt häufig als schwierig. Auch wenn das Klischee vom Taxifahrer Dr. phil. nicht zutrifft, so findet sich doch unter den rund 500.000 Erwerbstätigen mit einem geisteswissenschaftlichen Abschluss - Lehramtsabsolventen ausgenommen - ein höherer Anteil in Arbeitslosigkeit, in Solo-Selbstständigkeit oder in wenig anspruchsvoller Berufstätigkeit wieder, als dies für den Durchschnitt der rund 9 Millionen erwerbstätigen Akademiker der Fall ist (Konegen-Grenier, 2019). Dies kann als Zeichen für eine zu hohe Absolventenzahl gedeutet werden. In Zeiten des Fachkräftemangels in technischen Berufen liegt die Überlegung nahe, geisteswissenschaftliche Studienplätze zugunsten der mathematischen und technischen Fächer zu reduzieren. In den USA, Japan und Großbritannien findet genau das schon statt (Dean, 2015; Hippler, 2016).

Gleichzeitig gibt es aber auch gegenteilige Signale, vor allem aus den USA. Geistes- und Sozialwissenschaftler mit ihren kommunikativen und sozialen Fähigkeiten würden in der Kooperation mit IT-Experten benötigt, um technische Funkti-

onen unternehmensintern und -extern verständlich zu machen und um die Kundenbedürfnisse bei der Entwicklung und Vermarktung neuer digitaler Produkte besser zu integrieren (Anders, 2015; Ma, 2015; Kummert, 2017). Die Fähigkeit, abzuschätzen, in welchem Ausmaß die kulturelle Dimension das wirtschaftliche Handeln beeinflusst, lasse sich nicht durch Datenanalysen gewinnen, sondern durch ein geisteswissenschaftlich ausgerichtetes Studium von Texten, Sprache und Menschen (Olejarczyk, 2017). Bei der Entwicklung und Nutzung autonom agierender Maschinen sowie bei der Implementation von Algorithmen in wirtschaftliche und gesellschaftliche Entscheidungsprozesse seien ethische Fragen zu klären. Dies seien Aufgaben für Geisteswissenschaftler (Loeb, 2019; Brown, 2018; Neumann, 2018). Wenn künftig immer mehr Routineaufgaben durch digitale Anwendungen erledigt würden, sei eine umfassende Problemlösungsfähigkeit besonders gefragt: Man müsse künftig vermehrt in der Lage sein, die richtigen Fragen zu stellen und zu erkennen, um welches Problem es im Kern gehe. Dazu könne vor allem ein geisteswissenschaftliches Studium beitragen (Hartley, 2016; Olejarczyk, 2017; Neumann, 2018).

Sind öffentliche Gelder in geisteswissenschaftlichen Studiengängen fehlinvestiert oder braucht die digitalisierte Arbeitswelt geisteswissenschaftliche Leistungsprofile komplementär zu den wirtschafts- und technikwissenschaftlichen Fachprofilen? Diese Fragen waren der Anlass, die künftigen Beschäftigungschancen der Geisteswissenschaftler durch eine Befragung der Unternehmen auszuloten.

WER WURDE BEFRAGT? - ANGABEN ZUR METHODIK

Insgesamt haben sich 1.152 Unternehmen an der Onlinebefragung im Frühjahr 2019 beteiligt. Die Unternehmen sind nach dem Zufallsprinzip in einer nach Mitarbeiterzahl und Branchen geschichteten Stichprobe aus der Unternehmensdatenbank der IW Consult gezogen worden. Die Erhebung der relevanten Ansprechpartner, ihrer Teilnahmebereitschaft und ihrer E-Mail-Adressen erfolgte auf telefonischem Wege, um sicherzustellen, dass die Fragen von einem Personalverantwortlichen (zum Beispiel HR-Manager, Personalleiter oder Geschäftsführer) beantwortet werden. Die Stichprobe schließt Unternehmen der Industrie (einschließlich Bauwirtschaft) und aller Dienstleistungsbranchen ein, die mindestens einen Mitarbeiter beschäftigen.

Die Verteilungen zwischen Grundgesamtheit und Stichprobe weichen voneinander ab. Um repräsentative Gesamtwerte für die Grundgesamtheit (alle Unternehmen in Deutschland mit mindestens einem sozialversicherungspflichtig Beschäftigten) zu ermitteln, sind die Befragungsergebnisse nach der Unternehmensanzahl anhand von Daten des Unternehmensregisters hochgerechnet worden. Das Thema der Beschäftigungsperspektiven von Geisteswissenschaftlern wurde in einen Fragekontext zu Beschäftigungsperspektiven von Akademikern allgemein eingebettet, um positive wie auch negative Verzerrung im Antwortverhalten zu vermeiden. Als Umschreibung der Fächergruppe der Geisteswissenschaften wurden im Fragebogen beispielhaft die Fächer Germanistik, Anglistik, andere Fremdsprachen, Geschichte, Kulturwissenschaften, Medienwissenschaften genannt.

Untersucht wurden nicht nur die Einstellungschancen, sondern auch die im Zuge der Digitalisierung geforderten Kompetenzen. Darüber hinaus wurde vergleichend ermittelt, in welchem Maße die Absolventen der unterschiedlichen Fachrich-

tungsgruppen diese Kompetenzen mitbringen. Das erlaubt einen Vergleich der Geisteswissenschaftler mit anderen Absolventen und lässt zusätzlich zu den von den Unternehmen geäußerten Rekrutierungsabsichten Schlussfolgerungen für künftige Beschäftigungschancen zu. Die Ergebnisse der Befragung wurden differenziert nach verschiedenen Merkmalen ausgewertet. Dazu zählt neben der Branchenzugehörigkeit und der Unternehmensgröße gemessen an der Zahl der Mitarbeiter auch eine Differenzierung nach der Nutzung von digitalen Technologien (siehe Kasten). Diese Unterscheidung wurde vorgenommen, um feststellen zu können, wie Unternehmen, die vermehrt digitale Technologien nutzen, die Beschäftigungschancen von Geisteswissenschaftlern beurteilen.

NUTZUNG DIGITALER TECHNOLOGIEN IN DEN UNTERNEHMEN

In der vorliegenden Befragung wurde ermittelt, welche digitalen Technologien die Unternehmen nutzen. Basierend auf einer vorausgegangenen Studie zur Digitalisierung als Treiber betrieblicher Weiterbildung (Seyda et al., 2018) waren die Unternehmen gebeten, anzugeben, welche der acht folgenden Technologien sie nutzen.

- » Digitale Vertriebswege (zum Beispiel Online-Plattformen, Shop-Systeme)
- » Digitaler Datenaustausch mit Lieferanten, Dienstleistern oder Kunden (zum Beispiel gemeinsame Beschaffungsplattform)
- » Digitale Dienstleistungen (zum Beispiel Cloud Services)
- » Big Data-Analysen
- » Additive Fertigungsverfahren (zum Beispiel 3-D-Druck)
- » Internet der Dinge (zum Beispiel Nutzung von RFID-Chips, E-Grains)
- » Vernetzung und Steuerung von Maschinen und Anlagen über das Internet (Cyber-Physische Systeme)
- » Virtual/Augmented Reality (zum Beispiel VR-Brillen, 3-D-Ansichten)

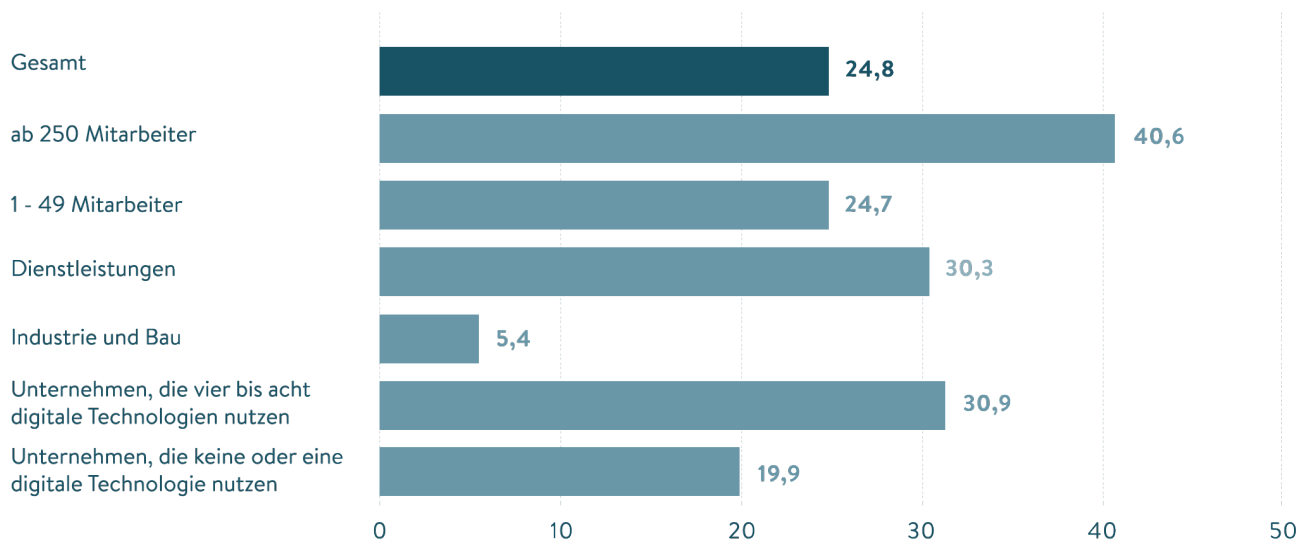
Anschließend wurden die Unternehmen je nach Vielfalt der Nutzung in vier verschiedene Gruppen eingeteilt: Unternehmen, die keine bis eine dieser Maßnahmen nutzen, Unternehmen, die zwei Maßnahmen nutzen, Unternehmen, die drei Maßnahmen sowie Unternehmen, die vier bis acht Maßnahmen nutzen. Auf der Basis ungewichteter Ergebnisse zeigen sich in der Stichprobe für Unternehmen mit Akademikern zwischen den Branchengruppen Unterschiede in der Nutzung der digitalen Technologien: Bei den Unternehmen, die vier bis acht digitale Technologien nutzen, entfällt auf die Branchengruppe „Industrie und Bau“ ein höherer Anteil als auf die Dienstleistungsunternehmen. Dieser Unterschied dürfte damit zusammenhängen, dass bei den vier letztgenannten der hier abgefragten digitalen Technologien ein Zusammenhang mit Produktionsverfahren erkennbar ist. Im Folgenden werden die Unternehmen mit einer beziehungsweise keiner der hier ausgewählten Technologien sowie die Unternehmen, die vier bis acht Technologien nutzen, berücksichtigt.

WER BESCHÄFTIGT GEISTESWISSENSCHAFTLER UND ANDERE AKADEMIKER?

Sechs von zehn Unternehmen beschäftigen Akademiker mit traditionellen Hochschlüssen, rund 42 Prozent haben Bachelorabsolventen und rund 35 Prozent Masterabsolventen rekrutiert. Insgesamt haben 73 Prozent der befragten Unternehmen Hochschulabsolventen eingestellt. Absolventen der Geisteswissenschaften beschäftigt jedes vierte dieser Unternehmen (24,8 Prozent). Etwa ein Fünftel der Unternehmen mit Akademikern (20,6 Prozent) hat sonstige Absolventen eingestellt, beispielsweise aus den Fächergruppen Rechts- oder Sozialwissenschaften. Etwa die Hälfte der Unternehmen (50,5 Prozent) beschäftigt Absolventen der technischen und naturwissenschaftlichen Fachrichtungen (MINT-Absolventen). Bei einem fast gleich hohen Anteil (52,1 Prozent) finden sich Absolventen der Wirtschaftswissenschaften. Der im Vergleich zu den Geisteswissenschaftlern deutlich höhere Anteil an Unternehmen, die Wirtschaftswissenschaftler oder MINT-Absolventen beschäftigen, muss vor dem Hintergrund der Beschäftigungsstrukturen des Akademikerarbeitsmarktes interpretiert werden, auf welchem die Geisteswissenschaftler einen sehr kleinen Anteil bilden.

Für die Geisteswissenschaftler zeigen sich bei den Unternehmen, die Akademiker beschäftigen, meist ähnliche Beschäftigungsstrukturen, wie sie für die Hochschulabsolventen insgesamt festzustellen sind. So sind sie in den großen Unternehmen mit mindestens 250 Mitarbeitern, die am häufigsten Akademiker eingestellt haben, deutlich öfter (40,6 Prozent) vertreten als bei den kleinen Unternehmen mit bis zu 49 Mitarbeitern (24,7 Prozent) (Abbildung 1).

ABBILDUNG 1: ANTEIL DER UNTERNEHMEN, DIE GEISTESWISSENSCHAFTLER BESCHÄFTIGEN
Angaben in Prozent der Unternehmen, die Akademiker beschäftigen



Quelle: IW-Personalpanel 2019

Eher selten sind die Geisteswissenschaftler mit lediglich 5,4 Prozent in den Akademiker beschäftigenden Unternehmen der Branchengruppe „Industrie und Bau“ anzutreffen, während 71,7 Prozent dieser Unternehmen MINT-Absolventen und 42,3 Prozent Wirtschaftswissenschaftler eingestellt haben. Mit ihrem geringen Beschäftigungsanteil im Bereich Industrie und Bau unterscheiden sich die Geisteswissenschaftler deutlich von den übrigen Akademikern. In der Branchengruppe der Dienstleistungen sind die Geisteswissenschaftler in 30,3 Prozent der Unternehmen beschäftigt, die Akademiker rekrutiert haben. Noch höher ist in dieser Branche der Anteil der Unternehmen, die Wirtschaftswissenschaftler (55 Prozent) und /oder MINT-Absolventen beschäftigen (44,5 Prozent). Was die Unterscheidung nach Digitalisierungsgrad betrifft, so beschäftigen Unternehmen mit einem geringen Digitalisierungsgrad (Nutzung keiner bis einer digitalen Technologie) seltener Hochschulabsolventen als Unternehmen mit einem besonders hohen Digitalisierungsgrad, die vier bis acht digitale Technologien nutzen. Diese Verteilung trifft auch bei den Geisteswissenschaftlern zu, die in 30,9 Prozent der stark digitalisierten Unternehmen, aber nur 19,9 Prozent der wenig digitalisierten Unternehmen mit Akademikern angestellt sind. Sofern die wenig digitalisierten Unternehmen Akademiker beschäftigen, handelt es sich etwas häufiger als bei den stark digitalisierten Unternehmen um MINT-Absolventen (55,7 Prozent gegenüber 50,3 Prozent). Dagegen beschäftigen die Unternehmen mit vielfältiger Nutzung digitaler Technologien, sofern sie Akademiker eingestellt haben, öfter Wirtschaftswissenschaftler (57,1 Prozent) als die weniger digitalisierten Unternehmen (47,6 Prozent).

WELCHE KOMPETENZEN WERDEN ERWARTET?

Kennzeichnend für die Digitalisierung ist die internetbasierte Verknüpfung großer Datenmengen mit technischen und betriebswirtschaftlichen Prozessen. Durch die Generierung und Nutzung solcher Datenressourcen entstehen neue Produkte und Dienstleistungen in immer kürzeren Entwicklungszeiten. Virtuelle Projektteams, zunehmend mobiles Arbeiten, interne und externe Kooperation in Netzwerkstrukturen kennzeichnen die neuen Arbeitsstrukturen (Arntz et al., 2016). Die dank der Digitalisierung flexibel steuerbaren Entwicklungs- und Produktionssysteme erfordern eine intensivere Kooperation von Management, Entwicklungsabteilungen und operativen Ebenen. Kommunikations- und Kooperationsfähigkeit sowie Veränderungsbereitschaft und Flexibilität werden in Untersuchungen zu den Anforderungen in einer digitalisierten Arbeitswelt als wichtige Kompetenzen hervorgehoben (Placke/Schleiermacher, 2018; Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft/McKinsey&Company, 2016; Hammermann/Stettes, 2016). Erforderlich sind außerdem die Fähigkeiten, Denkansätze aus unterschiedlichen Disziplinen zu begreifen und Lösungen zu finden, die über Gewohntes und Regelkonformes hinausgehen (Arntz et al., 2016, Kirchherr et al., o.J.; Davies et al., 2016).

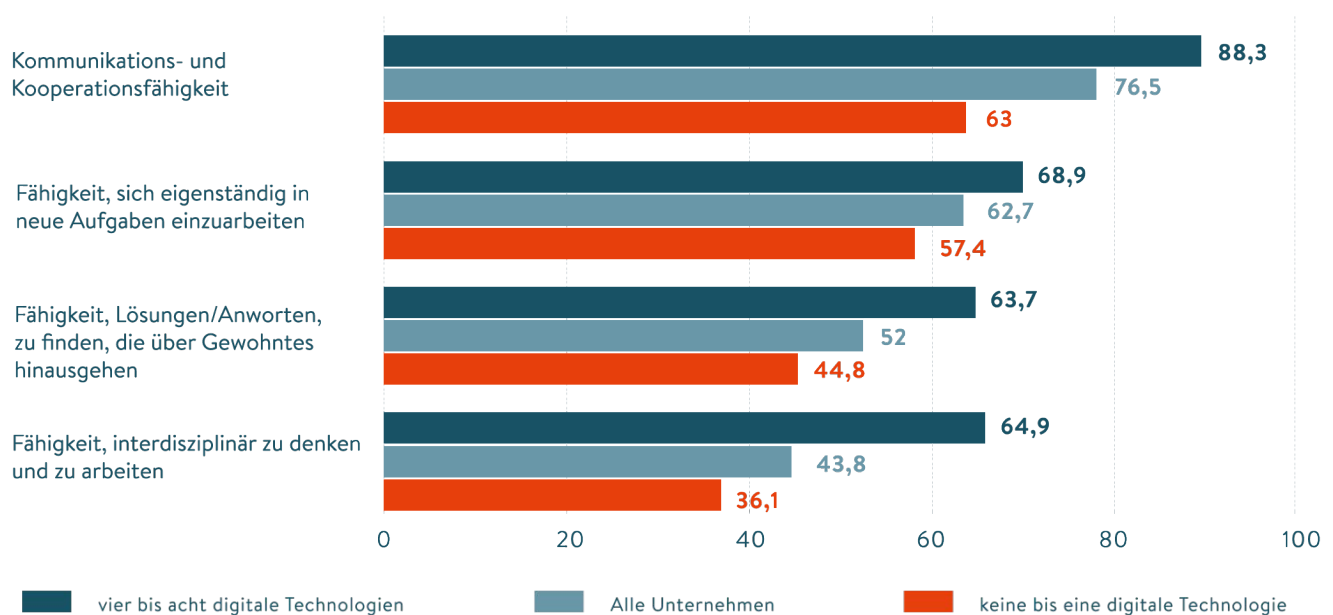
In Anlehnung an diese Kompetenzbeschreibungen wurden vier Kompetenzaspekte ausgewählt, deren Relevanz die Unternehmen einschätzen sollten. Wenn in diesem Zusammenhang die Relevanz beruflichen Fachwissens nicht abgefragt wurde, so ist damit keine Wertung hinsichtlich der Bedeutung verbunden.

Berufliches Fachwissen bleibt nach wie vor wichtig, übertrifft an Relevanz allerdings nicht die sozialen und persönlichen Kompetenzen (Hammermann/Stettes, 2016; Placke/Schleiermacher, 2018).

Gut drei Viertel (76,5 Prozent) aller befragten Unternehmen halten es für sehr wichtig, dass ein Großteil ihrer Belegschaft über Kommunikations- und Kooperationsfähigkeit verfügt (Abbildung 2). In den Unternehmen, die mindestens vier digitale Technologien einsetzen, ist dieser Anteil mit 88,3 Prozent noch deutlich höher.

ABBILDUNG 2: ANTEIL DER UNTERNEHMEN, DIE ES ALS SEHR WICHTIG ERACHTEN, DASS EIN GROßTEIL IHRER BELEGSCHAFT ÜBER DIE JEWEILIGE KOMPETENZ VERFÜGT, NACH ANZAHL DER GENUTZTEN DIGITALEN TECHNOLOGIEN

Angaben in Prozent aller Unternehmen



Weitere, hier nicht dargestellte Antwortkategorien sind: „eher wichtig“, „eher unwichtig“, „unwichtig“.
Quelle: IW-Personalpanel 2019

Die Fähigkeit, sich eigenständig in neue Aufgaben einzuarbeiten, ist gut sechs von zehn Unternehmen sehr wichtig. Diese Einschätzung wird von etwas mehr Unternehmen mit einem hohen Digitalisierungsgrad und von etwas weniger Unternehmen mit einem niedrigen Digitalisierungsgrad geteilt. Unternehmen, die viele digitale Technologien nutzen, schätzen diese Fähigkeit häufiger als sehr wichtig ein, als Unternehmen, die kaum digitale Technologien nutzen.

Auch die Fähigkeit, Lösungen oder Antworten zu finden, die über Gewohntes hinaus gehen, spielt in den Unternehmen, die vier bis acht digitale Technologien nutzen, eine größere Rolle als in den Unternehmen, bei denen die Nutzung digitaler Technologien nicht oder nur vereinzelt stattfindet. Im Durchschnitt der Unternehmen ist diese Fähigkeit für jeden zweiten sehr wichtig.

Interdisziplinär zu denken und zu arbeiten ist in nahezu zwei Drittel der Unternehmen mit dem höchsten Digitalisierungsgrad sehr wichtig, bei den ohne oder

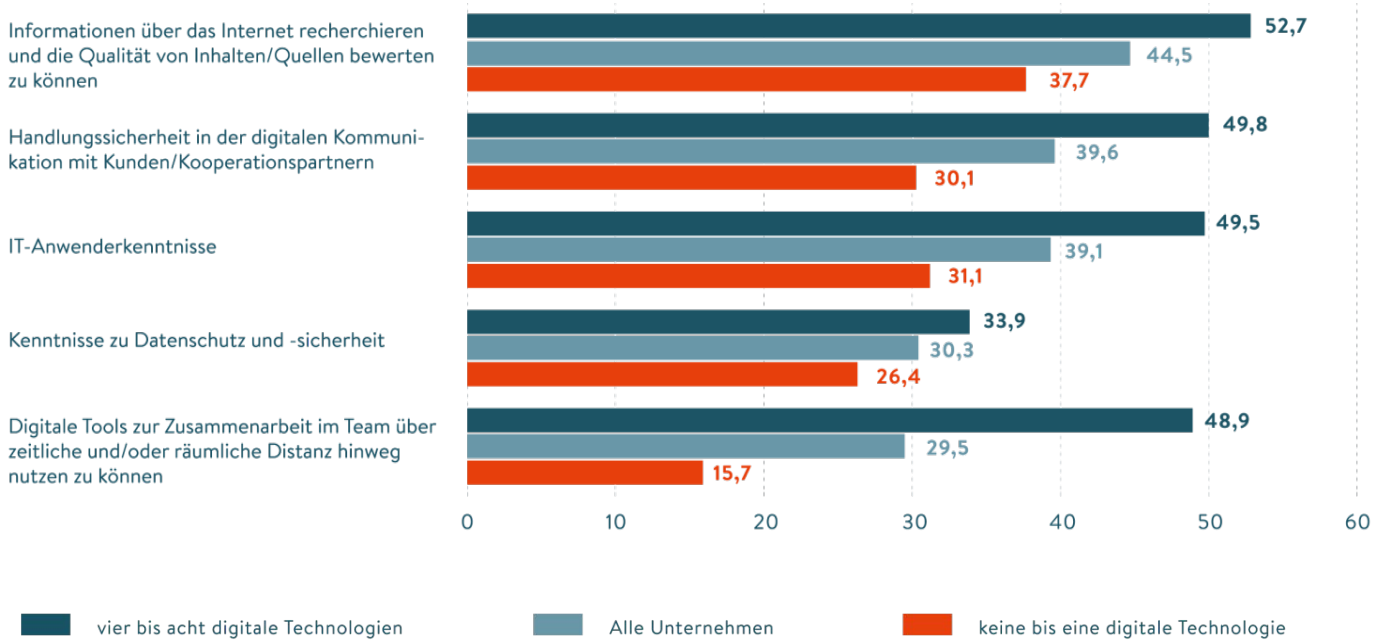
nur mit einer der betrachteten digitalen Technologien arbeitenden Unternehmen lediglich für gut jedes Dritte. Im Durchschnitt aller Unternehmen ist diese Fähigkeit für vier von zehn Unternehmen sehr wichtig.

Es zeigt sich, dass in den Unternehmen, die eine hohe Digitalisierungsvielfalt aufweisen (Nutzung von vier bis acht digitalen Technologien), die vier in der Forschungsliteratur herausgehobenen Kompetenzen zur Bewältigung der Anforderungen in einer digitalen Arbeitswelt von größerer Wichtigkeit sind als in den Unternehmen, die keine oder nur eine digitale Technologie einsetzen. Bewertungsunterschiede, wie sie zwischen Unternehmen mit vielfacher Nutzung digitaler Technologie und Unternehmen mit begrenzter Nutzung dieser Technologie sichtbar werden, lassen sich in der Differenzierung nach Mitarbeitergrößenklassen und Branchen nicht im vergleichbaren Umfang feststellen. Eine Ausnahme bildet die Kommunikations- und Kooperationsfähigkeit, die in den Dienstleistungsunternehmen deutlich häufiger als sehr wichtig (81,8 Prozent) gilt als in den Unternehmen aus der Branchengruppe Industrie und Bau (57,8 Prozent).

Danach gefragt, wie sich die Bedeutung der vier hier untersuchten persönlichen und sozialen Kompetenzen in den kommenden fünf Jahren im Zuge der Digitalisierung voraussichtlich entwickeln wird, geht etwa jeweils rund ein Drittel der Unternehmen - hinsichtlich der Fähigkeit zur Interdisziplinarität sind es etwas weniger - davon aus, dass sich die Bedeutung der jeweiligen Kompetenz noch deutlich steigern wird. Gut ein weiteres Drittel der Unternehmen ist der Auffassung, dass die Bedeutung der jeweiligen Kompetenz etwas steigen wird. Kaum ein Unternehmen rechnet bei den Kompetenzen mit einer sinkenden Relevanz. Wiederum sind es die Unternehmen, die vielfach neue digitale Technologien einsetzen, die häufiger als der Durchschnitt der Unternehmen, aber vor allem sehr viel häufiger als die digital eher begrenzt aktiven Unternehmen von einem deutlichen Bedeutungszuwachs ausgehen.

Zusätzlich zur Relevanz von sozialen und persönlichen Kompetenzen wurden die Unternehmen auch danach gefragt, wie wichtig es ihnen ist, dass ein Großteil ihrer Belegschaft über allgemeine Kenntnisse im Umgang mit digitalen Medien verfügt. Insgesamt zeigt sich, dass die Bedeutung der allgemeinen Kenntnisse im Umgang mit digitalen Medien im Vergleich zu den persönlichen und sozialen Kompetenzen von den Unternehmen weniger häufig als sehr wichtig eingestuft wurde. Bei keiner der aufgeführten Kenntnisse geht im Durchschnitt mehr als die Hälfte der Unternehmen von sehr großer Wichtigkeit für die Breite der Belegschaft aus, während dies für drei der vier sozialen und persönlichen Kompetenzen der Fall ist (Abbildung 3).

ABBILDUNG 3: ANTEIL DER UNTERNEHMEN, DIE ES ALS SEHR WICHTIG ERACHTEN, DASS EIN GROßTEIL IHRER BELEGSCHAFT ÜBER DIE JEWEILIGEN KENNTNISSE VERFÜGT, NACH ANZAHL DER GENUTZTEN DIGITALEN TECHNOLOGIEN
Angaben in Prozent aller Unternehmen



Weitere, hier nicht dargestellte Antwortkategorien sind: „eher wichtig“, „eher unwichtig“, „unwichtig“.
Quelle: IW-Personalpanel 2019

Innerhalb der zur Bewertung vorgegebenen Kenntnisse im Umgang mit digitalen Medien ist es den Unternehmen am wichtigsten, dass die Mitarbeiter Informationen über das Internet recherchieren und die Qualität von Inhalten beziehungsweise Quellen bewerten können. Für fast die Hälfte der befragten Unternehmen ist eine solche quellenkritische Recherchefähigkeit im Umgang mit dem Internet sehr wichtig. Bei den Unternehmen, die vier bis acht digitale Technologien nutzen, ist diese Fähigkeit häufiger (52,7 Prozent) von sehr hoher Relevanz als bei den Unternehmen, die maximal eine der betrachteten digitalen Technologien nutzen (37,7 Prozent).

An zweiter Stelle der Kenntnisse erwarten die Unternehmen Handlungssicherheit in der digitalen Kommunikation mit Kunden beziehungsweise Kooperationspartnern. Die dazu relevanten Kenntnisse erachten vier von zehn Unternehmen als sehr wichtig. Auch hinsichtlich dieser Kenntnisse unterscheiden sich die Positionen von Unternehmen, die vier bis acht digitale Technologien einsetzen, von den Unternehmen mit niedriger Digitalisierungsvielfalt. Entsprechend geringer (30,1 Prozent gegenüber 49,8 Prozent) fällt der Anteil derjenigen aus, die Handlungssicherheit in der digitalen Kommunikation als sehr wichtig einstufen.

Fast ebenso wichtig wie die Handlungssicherheit in der digitalen Kommunikation sind den Unternehmen IT-Anwenderkenntnisse. Bei den IT-Anwenderkenntnissen zeigen sich ähnliche Unterschiede zwischen den Unternehmen mit hohem und niedrigem Digitalisierungsgrad, wie sie schon im Hinblick auf die Handlungssicherheit in der digitalen Kommunikation festzustellen waren.

Dagegen sind Kenntnisse zu Datenschutz und -sicherheit insgesamt in weniger Unternehmen von sehr großer Bedeutung, wobei sich vergleichsweise weniger Unterschiede zwischen den Unternehmen mit vielfachen Anwendungen digitaler Technologien und Unternehmen mit wenig oder gar keinen Anwendungen ergeben.

Markant dagegen sind wiederum die unterschiedlichen Bewertungen für die Fähigkeit, digitale Tools zur Zusammenarbeit im Team über zeitliche und/oder räumliche Distanz hinweg nutzen zu können. Im Durchschnitt der Unternehmen ist diese Fähigkeit der virtuellen Zusammenarbeit bei fast drei Zehnteln von sehr großer Bedeutung, bei den Unternehmen mit vielfältigem Einsatz von digitalen Technologien dagegen bei nahezu jedem Zweiten. Dagegen kommt bei den Unternehmen mit geringer Nutzung digitaler Technologien nur etwa jeder Sechste zu einer derartigen Einschätzung.

Anders als es bei den sozialen und persönlichen Kompetenzen der Fall ist, kommen die Unternehmen der Branchengruppe „Industrie und Bau“ bei den Kenntnissen im Hinblick auf den Umgang mit digitalen Medien im Vergleich zu den Dienstleistungsunternehmen zu deutlich unterschiedlichen Wertungen. Bei allen aufgeführten Kenntnissen ist der Anteil der Industrie- und Bauunternehmen, die den jeweiligen Kenntnisaspekt für sehr wichtig erachten, erheblich kleiner als bei den Dienstleistungsunternehmen, was insbesondere auf die Angaben der kleinen Industrieunternehmen zurückzuführen ist.

Auch im Hinblick auf den Umgang mit digitalen Medien wurden die Unternehmen danach gefragt, wie sich die Bedeutung dieser Kenntnisse in den kommenden fünf Jahren im Zuge der Digitalisierung voraussichtlich entwickeln wird. Jeweils rund ein Viertel der Unternehmen erwartet eine deutlich steigende Bedeutung, wobei dieser Anteil mit 30,2 Prozent für die IT-Anwenderkenntnisse am höchsten ausfällt. Jeweils ein weiteres gutes Drittel der Unternehmen geht davon aus, dass die Bedeutung der Kenntnisse im Umgang mit den digitalen Medien in den nächsten fünf Jahren etwas zunehmen wird. Die übrigen Unternehmen rechnen mit einer gleichbleibenden Bedeutung. Kaum ein Unternehmen erwartet eine sinkende Bedeutung. Bei allen Kenntnisbereichen gehen die Dienstleistungsunternehmen im Vergleich zu Industrie- und Bauunternehmen häufiger von einer deutlich steigenden Bedeutung in den nächsten fünf Jahren aus. Häufiger als kleine Unternehmen rechnen große Unternehmen damit, dass die Bedeutung der IT-Anwenderkenntnisse, die zur Handlungssicherheit in der digitalen Kommunikation wichtigen Kenntnisse sowie die Fähigkeit zur Nutzung digitaler Tools in der Teamarbeit deutlich zunehmen wird. Für die Unternehmen, die eine Vielzahl digitaler Technologien einsetzen, werden alle Kenntnisbereiche im Umgang mit digitalen Medien deutlich stärker an Bedeutung gewinnen als für die Unternehmen, die keine oder nur eine digitale Technologie einsetzen.

WIE WERDEN DIE KOMPETENZEN DER ABSOLVENTEN BEURTEILT?

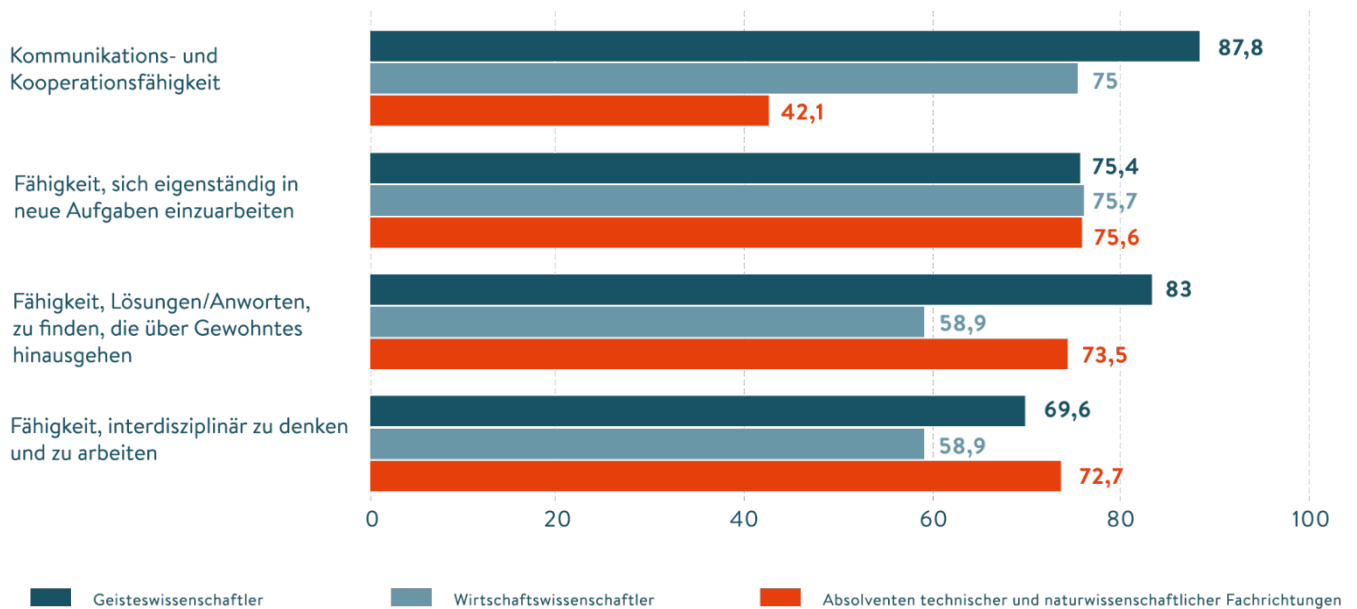
Für die künftigen Beschäftigungschancen der Geisteswissenschaftler spielt es eine Rolle, wie sie im Hinblick auf die vier, von den Unternehmen als wichtig eingestuft, sozialen und persönlichen Kompetenzen sowie hinsichtlich ihrer Kenntnisse im Umgang mit digitalen Medien beurteilt werden.

Die Unternehmen mit Akademikern waren gebeten, auf einer fünfstufigen Skala (von „sehr stark“ bis „sehr schwach“) anzugeben, wie stark ihrer Meinung nach die jeweiligen Kompetenzen bei den Absolventen ausgeprägt sind. Um die Einschätzungen der Unternehmen vergleichend einordnen zu können, wurde auch nach den Meinungen zu den Kompetenzen der Hochschulabsolventen wirtschaftswissenschaftlicher sowie technischer und naturwissenschaftlicher Fachrichtungen gefragt.

Die Einschätzungen der Unternehmen hinsichtlich der Kompetenzen fallen unterschiedlich aus, je nachdem, ob sie auf Erfahrungen mit im Unternehmen beschäftigten Absolventen beruhen oder ob es sich um Meinungen handelt, die unabhängig von einer tatsächlichen Beschäftigung der jeweiligen Absolventengruppe gebildet wurden. Geht es um die Geisteswissenschaftler, dann sind die Wertungen der Unternehmen, die tatsächliche Erfahrungen mit diesen Absolventen haben, positiver als die Annahmen von Unternehmen ohne Erfahrungen mit Geisteswissenschaftlern.

Im Folgenden werden nur die Angaben derjenigen Unternehmen berücksichtigt, die Absolventen aller drei Fachrichtungen beschäftigen und Aussagen zu den jeweiligen Absolventen treffen konnten, um eine einheitliche Vergleichsbasis zu haben. Die vier sozialen und persönlichen Kompetenzen sind in der Reihenfolge der Wichtigkeit gruppiert, die ihnen die Unternehmen in der vorausgegangenen Frage zugewiesen hatten. Nach Einschätzung der großen Mehrheit von 87,8 Prozent der Unternehmen ist die Kommunikations- und Kooperationsfähigkeit bei den Geisteswissenschaftlern stark ausgeprägt, für rund vierzig Prozent der Unternehmen sogar sehr stark (Abbildung 4).

ABBILDUNG 4: UNTERNEHMEN, DIE DIE JEWEILIGE KOMPETENZ BEI DEN ABSOLVENTEN ALS „SEHR STARK“ UND „EHER STARK“ AUSGEPRÄGT EINSCHÄTZEN
 Angaben in Prozent der Unternehmen, die Absolventen aller drei Fachrichtungen beschäftigen; Summe der Anteile für „eher stark“ und „sehr stark“



Weitere, hier nicht dargestellte Antwortkategorien sind: „mittel“, „eher schwach“, „sehr schwach“.
 Quelle: IW-Personalpanel 2019

Bei den Absolventen der Wirtschaftswissenschaften finden mit insgesamt 75 Prozent weniger Unternehmen die Kommunikationsfähigkeit eher stark bis sehr stark ausgeprägt. Deutlich ungünstiger als die Geisteswissenschaftler werden die Absolventen der technischen und naturwissenschaftlichen Fachrichtungen (MINT) im Hinblick auf Kommunikations- und Kooperationsfähigkeit eingeschätzt. Lediglich 42,1 Prozent der Unternehmen finden diese Fähigkeit bei dieser Absolventengruppe eher stark bis sehr stark ausgeprägt.

Die Einschätzungen der Fähigkeit, sich eigenständig in neue Aufgaben einzuarbeiten, die aus Sicht der Unternehmen nach der Kommunikations- und Kooperationsfähigkeit an zweiter Stelle relevant ist, fällt für alle drei Fachrichtungsgruppen in etwa gleich aus. Jeweils drei Viertel der Unternehmen finden diese Fähigkeit „eher stark“ bis „sehr stark“ ausgeprägt bei den jeweiligen Absolventen vor.

Lösungen beziehungsweise Antworten zu finden, die über Gewohntes hinausgehen, ist nach Einschätzung der Unternehmen bei den Geisteswissenschaftlern häufiger eher stark bis sehr stark ausgeprägt als bei den beiden anderen Fachrichtungsgruppen. Eine vergleichsweise zurückhaltende Wertung ergibt sich für die Wirtschaftswissenschaftler, bei denen lediglich sechs von zehn Unternehmen eine eher starke bis sehr starke Fähigkeit zum Auffinden neuer Lösungen feststellen. Öfter als bei den Wirtschaftswissenschaftlern ist nach Ansicht der Unter-

nehmen bei den MINT-Absolventen eine eher starke bis sehr starke Ausprägung der Fähigkeit vorzufinden, ungewohnte Lösungswege zu entwickeln.

Etwas stärker als die Geisteswissenschaftler sind die MINT-Absolventen nach Ansicht der Unternehmen in der Lage, interdisziplinär zu denken und zu arbeiten. Für 72,7 Prozent der Unternehmen ist ein interdisziplinärer Denkansatz bei diesen Absolventen eher stark bis sehr stark ausgeprägt. Für die Geisteswissenschaftler kommen 69,6 Prozent der Unternehmen zu dieser Einschätzung. Weniger günstig fällt die Beurteilung der Wirtschaftswissenschaftler aus, für die lediglich 58,9 Prozent der Unternehmen eine eher starke bis sehr starke Ausprägung des interdisziplinären Denkens und Arbeitens angeben.

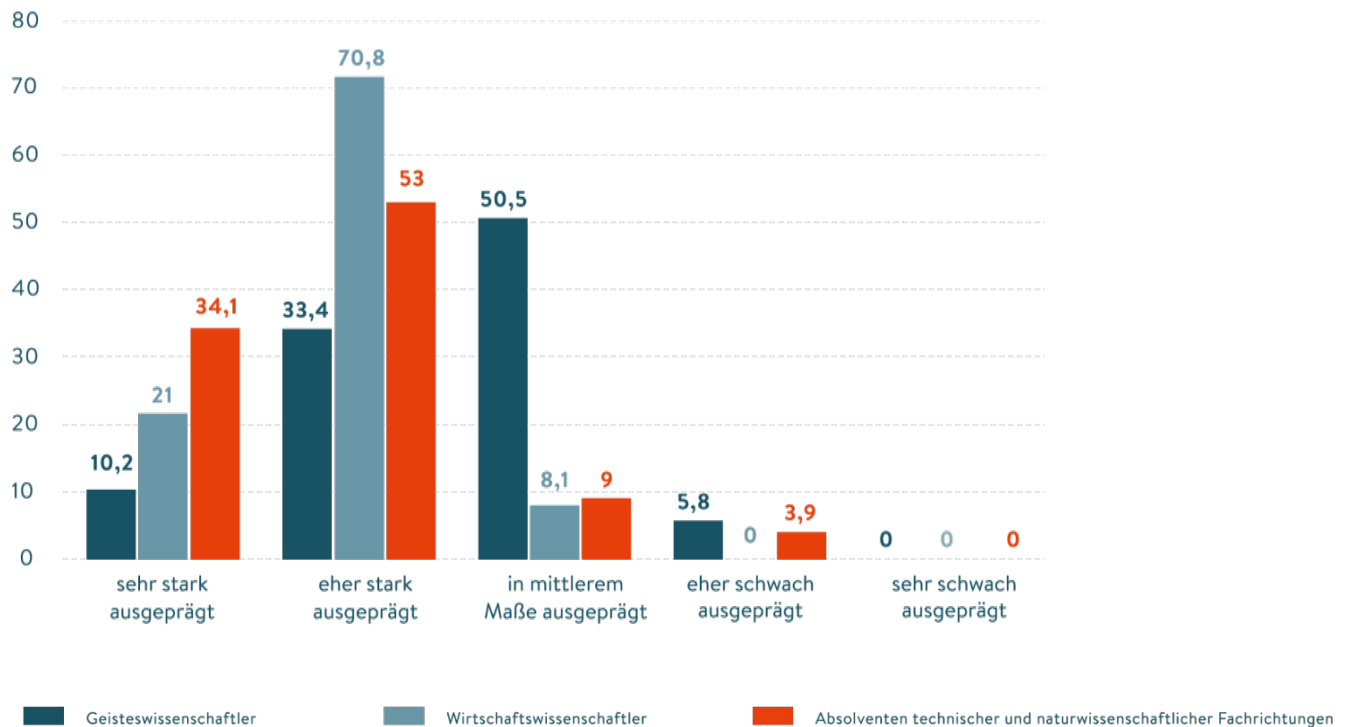
Insgesamt betrachtet stehen die Geisteswissenschaftler im Hinblick auf die hier untersuchten sozialen und persönlichen Kompetenzen in der Wertung der Unternehmen gut da. Sie erweisen sich, was diese überfachlichen Kompetenzen betrifft, als mindestens ebenso leistungsfähig wie die Absolventen der beiden anderen Fachrichtungsgruppen. Was die nach Auffassung der Unternehmen besonders wichtige Kommunikations- und Kooperationsfähigkeit angeht, so übertreffen die Geisteswissenschaftler die Absolventen der beiden anderen Fachrichtungsgruppen. In etwas geringerem Maße gilt dies auch für die Fähigkeit, Lösungen beziehungsweise Antworten zu finden, die über das Gewohnte hinausgehen.

Bei der Frage nach der Bewertung der allgemeinen Kenntnisse im Umgang mit digitalen Medien wurde auf eine detaillierte Abfrage einzelner Kenntnisse verzichtet und stattdessen summarisch nach der Ausprägung allgemeiner Kenntnisse im Umgang mit digitalen Medien gefragt. Auch hier kommen diejenigen Unternehmen, die Erfahrung mit den Geisteswissenschaftlern haben, zu einer günstigeren Beurteilung als die Unternehmen, die bislang keine Geisteswissenschaftler beschäftigt haben.

Bei den Kenntnissen im Umgang mit den digitalen Medien haben die Geisteswissenschaftler einen deutlichen Nachholbedarf im Vergleich zu den beiden anderen Absolventengruppen. Jedes zweite Unternehmen findet die Kenntnisse im Umgang mit digitalen Medien bei den Geisteswissenschaftlern in mittlerem Maße ausgeprägt, weitere rund 6 Prozent finden eine eher schwache Ausprägung vor (Abbildung 5).

ABBILDUNG 5: EINSCHÄTZUNG DER AUSPRÄGUNG ALLGEMEINER KENNTNISSE IM UMGANG MIT DIGITALEN MEDIEN

Angaben in Prozent der Unternehmen, die Absolventen aller drei Fachrichtungen beschäftigen



Abweichungen zu 100 Prozent durch Rundungen
 Quelle: IW-Personalpanel 2019

Etwa ein Drittel der Unternehmen konstatieren bei den Geisteswissenschaftlern eine eher starke Ausprägung der Kenntnisse im Umgang mit digitalen Medien. Eine Minderheit von rund 10 Prozent der Unternehmen findet sehr stark ausgeprägte Kenntnisse vor. Anders ist es bei den Absolventen der technischen und naturwissenschaftlichen Fachrichtungen: Jedes dritte Unternehmen beobachtet bei diesen Absolventen sehr stark ausgeprägte Kenntnisse, weitere 53 Prozent stellen eher stark ausgeprägte Kenntnisse fest. Bei den Wirtschaftswissenschaftlern ist der Anteil der Unternehmen, die bei den Absolventen sehr stark ausgeprägte Kenntnisse sehen, zwar mit 21 Prozent kleiner als bei den MINT-Absolventen. Gleichzeitig stellen mit rund 71 Prozent deutlich mehr Unternehmen bei den Wirtschaftswissenschaftlern eher stark ausgeprägte Kenntnisse im Umgang mit digitalen Medien fest.

Wollen die Geisteswissenschaftler ihre Stärken bei den sozialen und persönlichen Kompetenzen für ihre Beschäftigungschancen nutzen, so ist es ratsam, mehr Kenntnisse im Umgang mit den digitalen Medien zu erwerben.

WELCHER WEITERBILDUNGSBEDARF BESTEHT?

Diejenigen Unternehmen, die Hochschulabsolventen beschäftigen, wurden danach gefragt, wie sich der Weiterbildungsbedarf von Akademikern im Zuge der Digitalisierung in den kommenden fünf Jahren voraussichtlich entwickeln wird. Jedes fünfte Unternehmen geht von einem deutlich steigenden Bedarf aus, weitere rund 41 Prozent rechnen mit einem etwas steigenden Bedarf. Für gut ein Drittel der Unternehmen bleibt der Bedarf an Weiterbildung für Akademiker gleich. Mit einem sinkenden Bedarf rechnet so gut wie niemand (1,6 Prozent). In den großen Unternehmen wird häufiger (74,1 Prozent) als in den kleinen Unternehmen (60,6 Prozent) ein steigender Bedarf (Summe aus „deutlich steigen“ und „etwas steigen“) angenommen. Dienstleister rechnen etwas öfter (61,8 Prozent) mit mehr Weiterbildungsbedarf als Unternehmen der Gruppe Industrie und Bau (57,8 Prozent). Das Maß der Digitalisierung scheint sich auf den Weiterbildungsbedarf auszuwirken: Von den Unternehmen, die nur eine oder keine digitale Technologie nutzen, geben 58 Prozent einen steigenden Schulungsbedarf an, bei den Unternehmen, die vier bis acht neue Technologien nutzen, sind es dagegen 69 Prozent.

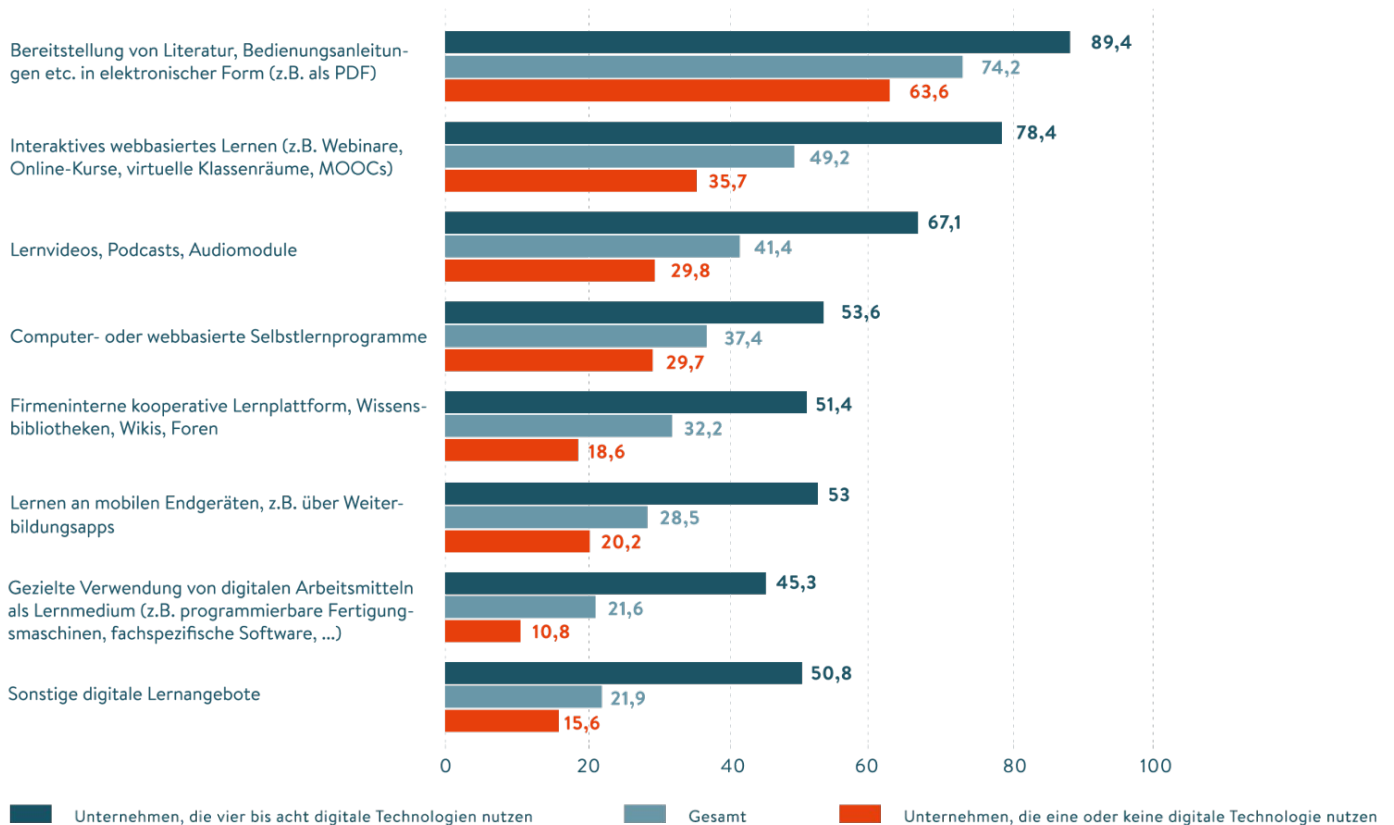
Bei den sozialen und persönlichen Kompetenzen halten insgesamt 55,3 Prozent der Unternehmen (Summe aus „deutlich steigen“ und „etwas steigen“) zusätzliche Qualifizierungen für nötig. Geht man davon aus, dass unter den in dieser Untersuchung abgefragten Kompetenzen zumindest Kommunikations- und Kooperationsfähigkeit sowie die Fähigkeit, sich eigenständig in neue Aufgaben einzuarbeiten, in Schule und Studium vermittelt werden sollten, so erscheint dieser Weiterbildungsbedarf bei Akademikern überraschend hoch. Allerdings ist ausgehend von den Angaben der Unternehmen zur Ausprägung der Kompetenzen anzunehmen, dass der Weiterbildungsbedarf je nach Fachrichtungsgruppe unterschiedliche Schwerpunkte haben wird. Bei den MINT-Absolventen wird es in erster Linie um ein Training der Kommunikations- und Kooperationsfähigkeit gehen, da 57,9 Prozent der Unternehmen in diesem Bereich eine allenfalls mittlere bis eher schwache Kompetenzausprägung sehen. Angebote, in denen trainiert wird, neue Lösungen zu finden, die über Gewohntes hinaus gehen, sowie interdisziplinär zu denken und zu arbeiten, werden am ehesten Übungsfelder für Wirtschaftswissenschaftler darstellen, denen die Unternehmen in diesen Bereichen häufiger als den Absolventen der beiden anderen Fachrichtungsgruppen mittlere bis schwache Fähigkeiten attestieren (jeweils 41,1 Prozent).

Was die digitalen Medien betrifft, so sind es mit 65,2 Prozent noch etwas mehr Unternehmen als bei den sozialen und persönlichen Kompetenzen, die im Zuge der Digitalisierung einen steigenden Wissenserwerb für erforderlich halten. In der Differenzierung nach Unternehmensmerkmalen ergibt sich ein ähnliches Bild wie bei dem Weiterbildungsbedarf hinsichtlich der sozialen und persönlichen Kompetenzen: In den großen Unternehmen wird häufiger (76,5 Prozent) als in den kleinen Unternehmen (64,9 Prozent) ein steigender Bedarf angenommen. Dienstleister sehen öfter (66,6 Prozent) zukünftig mehr Weiterbildungsbedarf als Unternehmen der Gruppe Industrie und Bau (60,1 Prozent). Setzt ein Unternehmen vier bis acht neue Technologien ein, dann wird häufiger ein steigender Schulungsbedarf im Umgang mit den digitalen Medien gesehen, als bei den Unternehmen mit wenig Technologieeinsatz (69,3 Prozent gegenüber 62,8 Prozent).

Mit Abstand den meisten Schulungsbedarf haben die Geisteswissenschaftler: Bei ihnen sieht gut jedes zweite Unternehmen (56,3 Prozent) nur eine maximal mittlere Ausprägung der allgemeinen Kenntnisse im Umgang mit digitalen Medien. Bei den MINT-Absolventen kommen nur 12,9 Prozent der Unternehmen, bei den Wirtschaftswissenschaftlern sogar nur 8,1 Prozent der Unternehmen zu einer derart wenig günstigen Einschätzung. Allerdings wird auch für diese Fachrichtungsgruppen generell mit einem Schulungsbedarf zu rechnen sein, da sich digitale Technologien schnell weiterentwickeln.

Die Unternehmen bieten ihren Mitarbeitern eine Vielfalt von digitalen Lernangeboten. Deutlich häufiger als der Durchschnitt der Unternehmen, aber vor allem bei weitem häufiger als Unternehmen, die maximal eine der betrachteten digitalen Technologien einsetzen, bieten die stärker digitalisierten Unternehmen digitale Lernangebote an (Abbildung 6).

ABBILDUNG 6: NUTZUNG DIGITALER LERNANGEBOTE IM UNTERNEHMEN
Angaben in Prozent aller Unternehmen



Quelle: IW-Personalpanel 2019

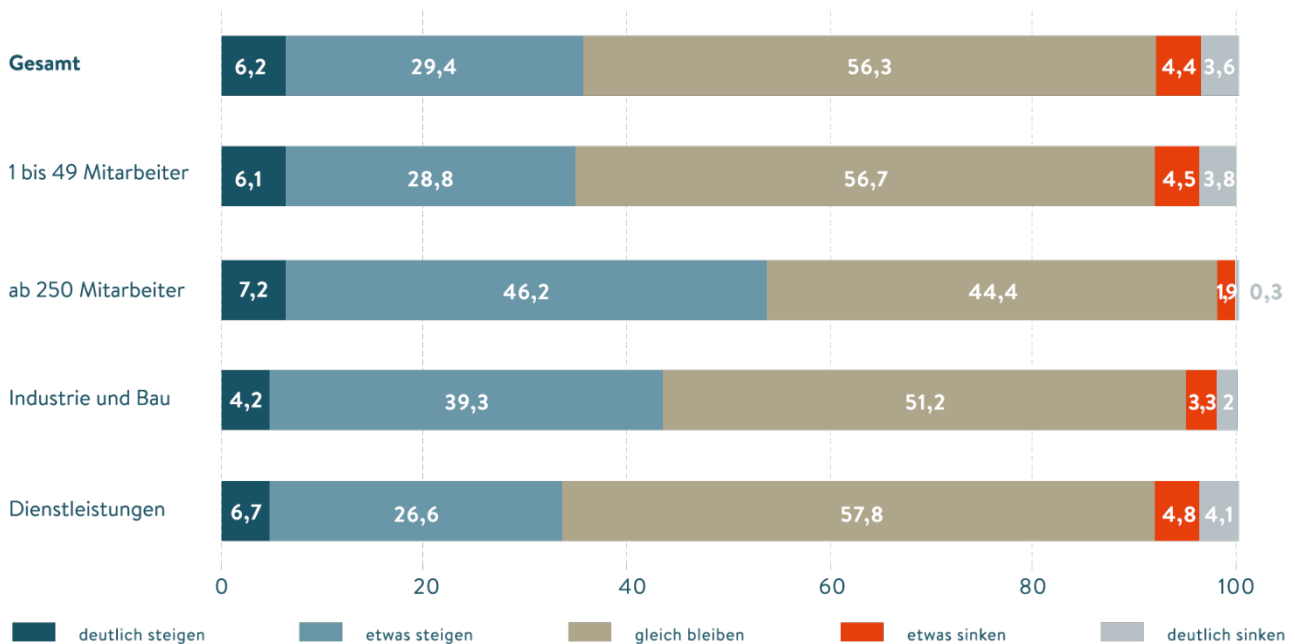
Neben der bereits vielfach verbreiteten Bereitstellung von Literatur in elektronischer Form sind bei der großen Mehrheit der Unternehmen mit hohem Digitalisierungsgrad, interaktives webbasiertes Lernen sowie der Einsatz von Lernvideos, Podcasts und Audiomodulen üblich. Im Durchschnitt werden diese orts- und zeit-

unabhängigen Lernmöglichkeiten nur bei zwischen 41 und 49 Prozent der Unternehmen eingesetzt. Bei denjenigen Unternehmen, die kaum digitale Technologien nutzen, sind diese digitalen Lernangebote noch seltener an der Tagesordnung. Computer- oder webbasierte Selbstlernprogramme sowie firmeninterne Lernplattformen werden im Durchschnitt von etwa jedem Dritten genutzt, bei den Unternehmen mit einem hohen Digitalisierungsgrad von jedem Zweiten. Bei den Unternehmen mit geringem Digitalisierungsgrad ist dies deutlich seltener der Fall. Im Durchschnitt wenig verbreitet sind das Lernen an mobilen Endgeräten sowie die gezielte Verwendung von digitalen Arbeitsmitteln wie fachspezifische Software oder programmierbare Fertigungsmaschinen als Lernmedien. Diese Formen digitaler Weiterbildung finden sich mehr als doppelt so häufig wie im Durchschnitt der Unternehmen bei denjenigen Unternehmen, die ihre Produktions- und Dienstleistungsprozesse durch eine Vielzahl digitaler Technologien steuern.

WELCHE EINSTELLUNGSCHANCEN HABEN GEISTESWISSENSCHAFTLER UND ANDERE AKADEMIKER IM ZUGE DER DIGITALISIERUNG?

Gut jedes zweite befragte Unternehmen geht für die nächsten fünf Jahre von einem gleichbleibenden Bedarf an Akademikern aus. Nur eine Minderheit von acht Prozent sieht den Bedarf sinken. Gut jedes dritte Unternehmen rechnet mit einem steigenden Bedarf, wobei in rund sechs Prozent dieser Unternehmen der Bedarf deutlich steigen wird (Abbildung 7).

ABBILDUNG 7: ENTWICKLUNG DES AKADEMIKERBEDARFS IN DEN NÄCHSTEN FÜNF JAHREN
Angaben in Prozent der Unternehmen, die Akademiker beschäftigen



Abweichungen zu 100 Prozent durch Rundungen
Quelle: IW-Personalpanel 2019

Mit der Unternehmensgröße ändern sich die Bedarfsprognosen: Von den Unternehmen mit mindestens 250 Mitarbeitern geht fast die Hälfte (46,2 Prozent) von einem eher steigenden Bedarf aus, weitere rund sieben Prozent sehen sogar einen deutlich steigenden Bedarf. Bei den kleinen Unternehmen sieht nur etwa ein Drittel einen eher bis deutlich steigenden Bedarf. Kaum eines der größeren Unternehmen (2,2 Prozent) gibt einen sinkenden Bedarf an, bei den kleinen Unternehmen dagegen 8,3 Prozent. Insgesamt deutlich häufiger als die Dienstleistungsunternehmen mit 6,7 und 26,6 Prozent sehen Industrie- und Bauunternehmen einen deutlich steigenden (4,2 Prozent) oder etwas steigenden Bedarf (39,3 Prozent) an Akademikern.

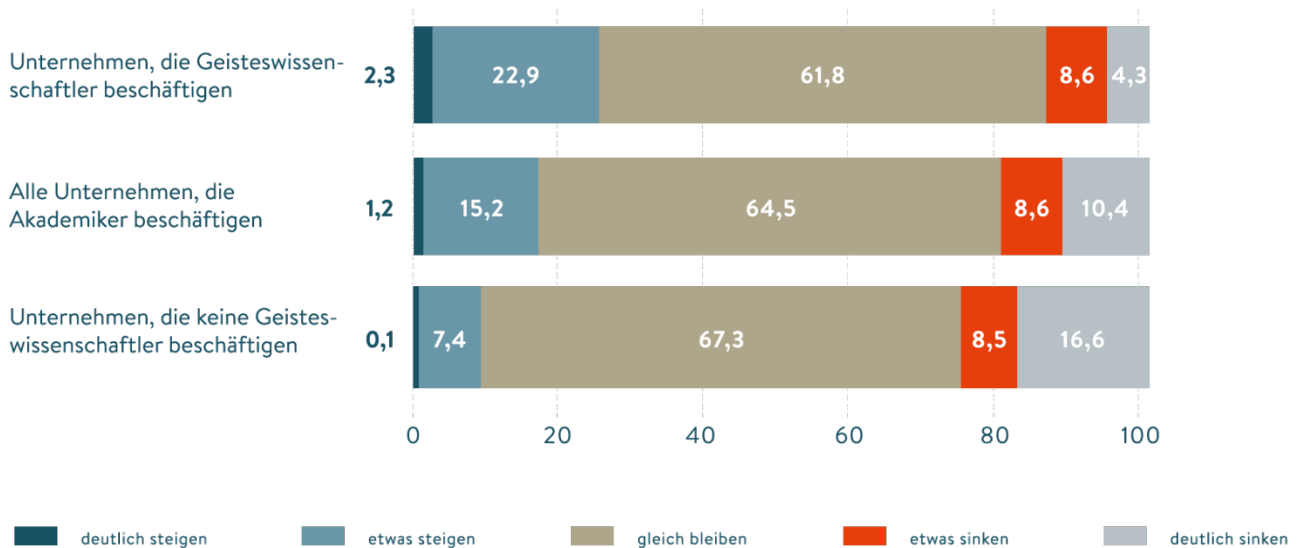
Wie viele digitale Technologien ein Unternehmen nutzt, hat einen gemischten Einfluss auf die Bedarfsprognose: Nahezu jedes zehnte Unternehmen, das vier bis acht digitale Technologien nutzt, geht von einem deutlich steigenden Bedarf aus, während es bei den Unternehmen mit geringer Nutzung digitaler Technologien nur halb so viele sind. Weitere, jeweils 36 Prozent, geben einen etwas steigenden Bedarf an. Gleichzeitig ist mit insgesamt 9,8 Prozent der Anteil der stark digitalisierten Unternehmen, die einen rückläufigen Bedarf sehen, höher als in den Unternehmen, die wenige Technologien nutzen (6,8 Prozent).

Vor dem Hintergrund eines meist gleichbleibenden, aber teilweise auch steigenden Akademikerbedarfs stellen sich die Einstellungschancen für die Absolventen der drei Fachrichtungsgruppen unterschiedlich dar. Danach gefragt, wie sich die Einstellungschancen in den kommenden fünf Jahren im Zuge der Digitalisierung entwickeln werden, gehen die Unternehmen mit Akademikern am häufigsten für die Absolventen der technischen und naturwissenschaftlichen Fachrichtungen von einem Zuwachs der Chancen aus: 6,8 Prozent rechnen mit deutlich steigenden, weitere 35,1 Prozent mit etwas steigenden Einstellungschancen. Für gut die Hälfte der Unternehmen (52,3 Prozent) bleiben die Einstellungschancen gleich, mit einem Rückgang rechnet nur eine kleine Minderheit von 5,7 Prozent. Bei den stark digitalisierten Unternehmen sowie bei den Unternehmen der Branchengruppe Industrie und Bau ergeben sich noch deutlich häufiger bessere Einstellungschancen für MINT-Akademiker.

Weniger häufig als bei den Absolventen der technischen Disziplinen sehen die Unternehmen steigende Einstellungschancen bei den Wirtschaftswissenschaftlern: 4,4 Prozent gehen davon aus, dass sie deutlich mehr Absolventen rekrutieren werden, ein weiteres Viertel (25,9 Prozent) der Unternehmen sieht etwas steigende Einstellungschancen für die Wirtschaftswissenschaftler. Die Mehrheit der Unternehmen von 64,8 Prozent gibt gleichbleibende Rekrutierungsabsichten an, nur eine kleine Minderheit einen Rückgang.

Für die Geisteswissenschaftler stellt sich die Situation weniger günstig dar als für die beiden anderen Fachrichtungsgruppen: Im Durchschnitt der Unternehmen mit Akademikern gehen lediglich 1,2 Prozent von deutlich steigenden Einstellungschancen aus, weitere 15,2 Prozent von etwas steigenden Chancen (Abbildung 8).

ABBILDUNG 8: ENTWICKLUNG DER EINSTELLUNGSMÖGLICHKEITEN VON GEISTESWISSENSCHAFTLERN IN DEN NÄCHSTEN FÜNF JAHREN IM ZUG DER DIGITALISIERUNG NACH BESCHÄFTIGUNG DIESER FACHRICHTUNGSGRUPPE
Angaben in Prozent der Unternehmen, die Akademiker beschäftigen



Abweichungen zu 100 Prozent durch Rundungen
Quelle: IW-Personalpanel 2019

Bei diesem, vergleichsweise geringen Anteil ist zu bedenken, dass die Unternehmen anders als bei den Technikern und Wirtschaftswissenschaftlern traditionell eher selten einen expliziten Bedarf an Geisteswissenschaftlern haben. Ein negatives Signal für die Einstellungsmöglichkeiten der Geisteswissenschaftler stellt allerdings die Tatsache dar, dass 8,6 Prozent der Unternehmen von etwas sinkenden Chancen, weitere 10,4 Prozent von deutlich sinkenden Chancen auf eine Einstellung ausgehen. Wenngleich die große Mehrheit (64,5 Prozent) ihr bisheriges Einstellungsverhalten beibehalten will, ist der Saldo von steigenden und sinkenden Rekrutierungsabsichten dennoch leicht negativ.

Die künftigen Einstellungsmöglichkeiten werden davon beeinflusst, ob die Unternehmen Erfahrungen mit Geisteswissenschaftlern haben. Ist dies der Fall, so können die Geisteswissenschaftler bei einem Viertel dieser Unternehmen im Zuge der Digitalisierung mit etwas bis deutlich steigenden Einstellungsmöglichkeiten rechnen. Bei den Unternehmen, die Absolventen aller drei Fachrichtungsgruppen beschäftigen, ist dieser Anteil mit 27,6 Prozent noch etwas höher. Gleichzeitig bleibt der Saldo von steigenden und sinkenden Chancen bei den Unternehmen, die Geisteswissenschaftler beschäftigen, positiv. Kennen die Unternehmen bislang keine Geisteswissenschaftler als Mitarbeiter, dann fällt der Saldo der Beschäftigungsmöglichkeiten in diesen Unternehmen mit minus 17,6 Prozentpunkten deutlich negativ aus.

Eine positive Bilanz ergibt sich dagegen auch in den großen Unternehmen, die, wie sich zeigte, einen höheren Akademikerbedarf haben als der Durchschnitt der Unternehmen. Bei diesen Unternehmen sieht ein knappes Viertel etwas bis deutlich steigende Einstellungschancen, sinkende Chancen zeigen dagegen nur 11,6 Prozent an. Leicht negativ fällt mit jeweils um minus drei Prozentpunkten dagegen die Bilanz von steigenden und sinkenden Einstellungschancen bei den kleinen Unternehmen mit bis zu 49 Mitarbeitern sowie im Durchschnitt der beiden Branchengruppen aus.

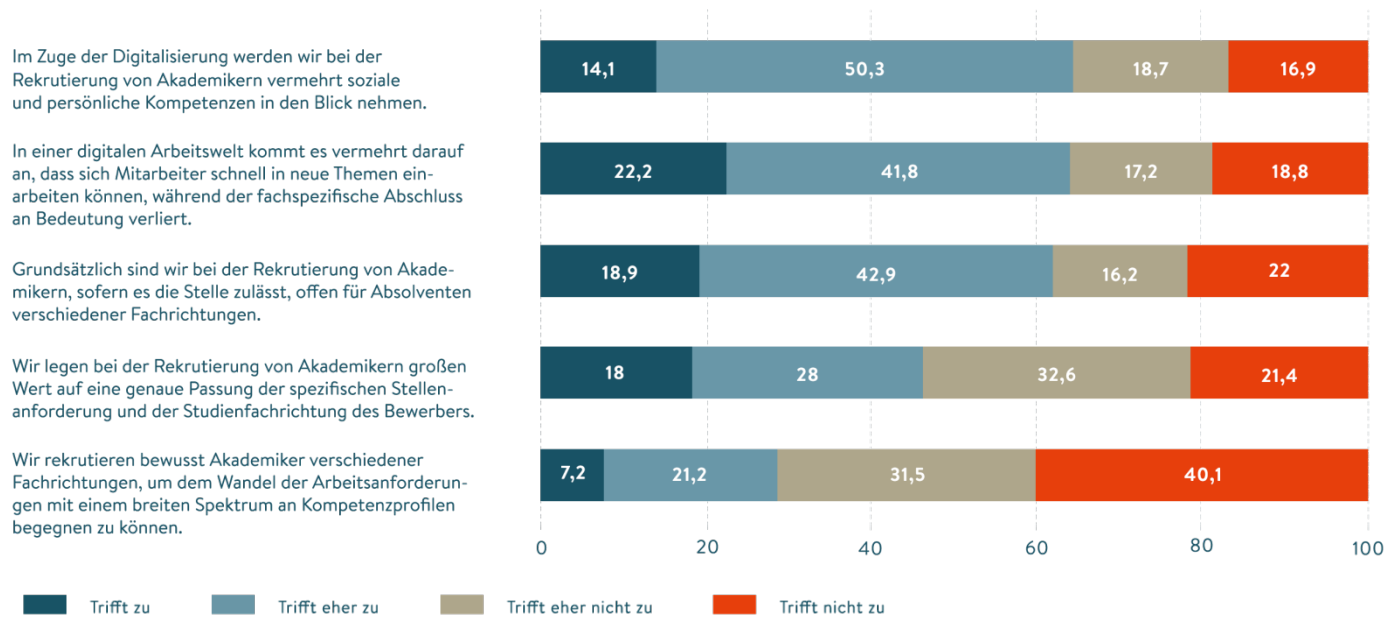
Was das Ausmaß der Nutzung digitaler Technologien und die künftigen Einstellungschancen der Geisteswissenschaftler betrifft, so zeigt sich keine klare Tendenz. Ähnlich wie die Unternehmen, die nur eine oder keine der hier untersuchten digitalen Technologie nutzen, sehen nur rund 14 Prozent der Unternehmen mit dem höchsten Nutzungsgrad neuer Technologien etwas steigende Chancen. Sinkende bis deutlich sinkende Chancen signalisieren dagegen 24 Prozent der Unternehmen mit hohem Digitalisierungsgrad und 21,3 Prozent der Unternehmen mit niedrigem Digitalisierungsgrad. Eine bessere Bilanz ergibt sich, wenn nur die stark digitalisierten Unternehmen mit mehr als 249 Mitarbeitern betrachtet werden. Von ihnen sehen 28,2 Prozent etwas bis deutlich steigende Einstellungschancen, sinkende Chancen dagegen nur 13,5 Prozent.

Zusammenfassend lässt sich feststellen: Direkt nach den Einstellungschancen für Geisteswissenschaftler gefragt, gibt sich die große Mehrheit der Unternehmen eher zurückhaltend. Das gilt auch für die stark digitalisierten Unternehmen. Bessere Chancen ergeben sich in großen Unternehmen, von denen anzunehmen ist, dass sie über mehr Personalmittel und Einsatzmöglichkeiten für die Geisteswissenschaftler verfügen. Einen positiven Einfluss auf die Einstellungschancen hat es offensichtlich, wenn Unternehmen Erfahrungen mit den Kompetenzen von Geisteswissenschaftlern sammeln konnten.

Zusätzliche Chancen könnten für die Geisteswissenschaftler entstehen, wenn die sozialen und persönlichen Kompetenzen, bei denen die Geisteswissenschaftler Stärken vorweisen können, künftig im Rekrutierungsprozess mehr Aufmerksamkeit erhalten und gleichzeitig die Offenheit und das Interesse für eine bislang nicht berücksichtigte fachliche Perspektiven wächst.

Um zu ermitteln, ob bereits in diese Richtung gedacht wird, waren die Unternehmen gebeten, fünf Aussagen zum Rekrutierungsprozess zu bewerten. Es zeigte sich, dass die Mehrheit der Unternehmen (64,4 Prozent, Summe von „trifft zu“ und „trifft eher zu“) im Zuge der Digitalisierung bei der Rekrutierung von Akademikern vermehrt soziale und persönliche Kompetenzen in den Blick nehmen will (Abbildung 9).

ABBILDUNG 9: AUSSAGEN ZUR REKRUTIERUNG VON AKADEMIKERN
Angaben in Prozent der Unternehmen, die Akademiker beschäftigen



Abweichungen zu 100 Prozent durch Rundungen
Quelle: IW-Personalpanel 2019

Häufiger als der Durchschnitt beabsichtigen Unternehmen mit einem hohen Digitalisierungsgrad (Nutzung von vier bis acht digitalen Technologien) künftig bei der Rekrutierung auf soziale und persönliche Kompetenzen zu achten (Summe von „trifft zu“ und „trifft eher zu“: 73,9 Prozent).

Volle Zustimmung beziehungsweise teilweise Zustimmung findet bei einer Mehrheit der Unternehmen (64 Prozent) die Aussage, dass es künftig vermehrt darauf ankommt, sich schnell in neue Themen einzuarbeiten, während der fachspezifische Abschluss an Bedeutung verliert. Bei den Unternehmen, die einen hohen Digitalisierungsgrad aufweisen, wird dieser Aussage noch häufiger zugestimmt (74,4 Prozent).

Grundsätzlich offen für Absolventen verschiedener Fachrichtungen, sofern es die Stelle zulässt - und damit potenziell auch offen für die Geisteswissenschaftler - ist knapp jedes fünfte Unternehmen, bei den Unternehmen mit mehreren digitalen Technologien sind es geringfügig mehr (21,0 Prozent). Mit etwas mehr Zurückhaltung teilen diesen Standpunkt weitere rund 43 Prozent der Unternehmen - bei den Unternehmen mit Einsatz von vier bis acht digitalisierten Technologien mit 45,5 Prozent ähnlich viele.

Jedes sechste Unternehmen legt bei der Rekrutierung von Akademikern großen Wert auf eine genaue Passung der spezifischen Stellenanforderung und der Studienfachrichtung des Bewerbers. Setzen die Unternehmen mindestens vier digitale Technologien ein, dann fällt dieser Anteil mit 23,3 Prozent sogar noch höher aus.

Weitere 28 Prozent - bei den stärker digitalisierten Unternehmen 31,3 Prozent - stimmen einer solchen Position teilweise zu. Gleichzeitig gibt ein Teil dieser Unternehmen an, offen für Absolventen verschiedener Fachrichtungen zu sein, sofern es die Stelle zulässt. Für Geisteswissenschaftler dürften sich in diesen Unternehmen dann Chancen ergeben, wenn neben fachspezifisch festgelegten Stellen auch Positionen mit einem allgemeineren Anforderungsprofil zu besetzen sind.

Chancen könnten sich wiederum bei denjenigen Unternehmen ergeben, die bewusst Akademiker verschiedener Fachrichtungen rekrutieren, um dem Wandel der Arbeitsanforderungen mit einem breiten Spektrum an Kompetenzprofilen begegnen zu können. Uneingeschränkt wird diese Haltung allerdings nur von 7,2 Prozent der Unternehmen vertreten, weitere 21,2 Prozent stimmen einer solchen Rekrutierungsstrategie zumindest teilweise zu. Für die Unternehmen mit einem hohen Digitalisierungsgrad ergeben sich ähnliche Werte. Die große Mehrheit steht einer derartig gezielten Offenheit für Kandidaten unterschiedlicher Fachrichtung überwiegend zurückhaltend gegenüber, zumal für eine solche Rekrutierungspraxis auch ein erweiterter Personalbedarf und ein entsprechendes Personalbudget vorausgesetzt werden muss.

Ein Zuwachs an Chancen für die Geisteswissenschaftler könnte sich in den Unternehmen einstellen, die bereits heute über Erfahrungen mit unterschiedlichen Fachrichtungsgruppen verfügen. Bei allen Aussagen, die auf eine stärkere Beachtung sozialer und persönlicher Kompetenzen und auf eine größere Offenheit gegenüber unterschiedlichen Fachrichtungen abzielen, sind die zustimmenden Anteile bei den Unternehmen, die Absolventen aller drei Fachrichtungsgruppen beschäftigen, sehr viel höher als bei denjenigen Unternehmen, die Erfahrungen mit nur einer oder zwei Fachrichtungsgruppen haben.

Umgekehrt legen die Unternehmen, die sowohl Wirtschaftswissenschaftler, Natur- und Technikwissenschaftler als auch Geisteswissenschaftler beschäftigen, weniger häufig Wert auf eine genaue Passung von Studienfachrichtung und spezifischer Stellenanforderung. Besonders auffällig ist die Meinungsabweichung, wenn es darum geht, gezielt Akademiker verschiedener Fachrichtungen zu rekrutieren, um eine Vielfalt von Kompetenzprofilen einsetzen zu können. Dieser Aussage stimmen sechs von zehn derjenigen Unternehmen teilweise oder ganz zu, die Erfahrungen mit den unterschiedlichen Herangehensweisen der Absolventen der drei Fachrichtungsgruppen haben. Damit ist der Anteil der zustimmenden Stimmen mehr als doppelt so groß wie bei den Unternehmen, die keine Erfahrungen mit allen drei Absolventengruppen haben.

In ihren Voten zu den verschiedenen Rekrutierungsstrategien unterstreicht die Mehrheit der Unternehmen die Relevanz von sozialen und persönlichen Kompetenzen, die vermehrt in den Blick genommen werden sollen. Die Fähigkeit, sich schnell in neue Themen einzuarbeiten zu können, gewinnt für eine Mehrheit der Befragten gegenüber dem fachspezifischen Abschluss an Bedeutung, ohne dass dieser irrelevant werden würde. Insgesamt betrachtet signalisiert eine Mehrheit der Unternehmen eine Auflockerung der Verbindung von spezifischer Studienfachrichtung und zu besetzender Stelle, sofern die fachlichen Anforderungen dies zulassen. Eine solche Variationsmöglichkeit bei der Stellenbesetzung dürfte am ehesten in großen Unternehmen gegeben sein, in denen unterschiedliche Leistungsprofile gesucht werden und die über ein entsprechendes Personalbudget

verfügen. Deutlich mehr Offenheit in den Rekrutierungsstrategien und damit potenziell mehr Chancen für Geisteswissenschaftler zeigen die Unternehmen, die Erfahrungen mit allen drei Absolventengruppen sammeln konnten. Hier dürfte die Unternehmensgröße ein weiterer Einflussfaktor sein. Gleichzeitig könnte die größere Offenheit in manchen Fällen auch auf die Erfahrung zurückzuführen sein, dass sich die Absolventen der verschiedenen Fachrichtungsgruppen mit ihren unterschiedlichen Leistungsprofilen produktiv ergänzen können.

SCHLUSSBETRACHTUNG

Von den optimistischen Visionen aus dem Silicon Valley und einzelner Stimmen deutscher Personalverantwortlicher ist das Meinungsbild deutscher Unternehmen noch weit entfernt. Auf der Grundlage der hier erhobenen Befunde lassen sich mit Blick auf die Digitalisierung sowohl Herausforderungen als auch Chancen für die künftige Beschäftigung von Geisteswissenschaftlern in der Wirtschaft ausmachen:

Zu den wenig optimistisch stimmenden Ergebnissen zählt die Tatsache, dass gegenwärtig insbesondere bei den stark digitalisierten Unternehmen insgesamt keine vermehrten Beschäftigungschancen für Geisteswissenschaftler erkennbar sind, obgleich die den Geisteswissenschaftlern als Stärken zugeschriebenen sozialen und persönlichen Kompetenzen ausgerechnet in diesen Unternehmen gegenwärtig und zukünftig eine große Rolle spielen. Das insgesamt zurückhaltende Meinungsbild der stark digitalisierten Unternehmen ist nicht zuletzt auf die Voten der kleineren Unternehmen innerhalb dieser Gruppe zurückzuführen. Im Gegensatz zu den großen Unternehmen mit intensiver Nutzung digitaler Technologien sehen die kleinen stark digitalisierten Unternehmen weniger Beschäftigungschancen für Geisteswissenschaftler.

Ein weiterer Grund für die Zurückhaltung hinsichtlich der Einstellungschancen könnte sein, dass die stark digitalisierten Unternehmen überdurchschnittlich häufig hohe Beschäftigungschancen für MINT-Akademiker signalisieren, was unter anderem auf den hohen Anteil von Industrieunternehmen zurückzuführen sein dürfte. Mit hoher Wahrscheinlichkeit ist als ein weiterer Grund für die Zurückhaltung der stark digitalisierten Unternehmen gegenüber den Geisteswissenschaftlern auszumachen, dass diesen Absolventen im Unterschied zu Wirtschaftswissenschaftlern und MINT-Absolventen mehrheitlich allenfalls mittelmäßige Kenntnisse im Umgang mit digitalen Medien attestiert werden.

Künftige Chancen könnten sich für die Geisteswissenschaftler dadurch eröffnen, dass die Unternehmen im Zuge der Digitalisierung in ihren Rekrutierungsprozessen verstärkt auf soziale und persönliche Kompetenzen achten und - sofern es die Stelle zulässt - Absolventen unterschiedlicher Fachrichtungen in Betracht ziehen wollen. Auch das Signal, dass es künftig vermehrt darauf ankommt, sich in neue Themen einzuarbeiten, während der fachspezifische Abschluss an Bedeutung verliert, könnte den Geisteswissenschaftlern entgegenkommen. In den Daten zu ihrer Erwerbstätigkeit wird deutlich, dass sie häufig in studienfernen Branchen und Berufen Fuß fassen konnten (Konegen-Grenier, 2019).

Damit die Geisteswissenschaftler eine Chance bekommen, ihre aus Sicht der Unternehmen durchaus existierenden Stärken bei den überfachlichen Kompeten-

zen zur Geltung bringen können, ist es allerdings unerlässlich, dass sie ihre Kenntnisse im Umgang mit den digitalen Medien weiter ausbauen. Die Hochschulen müssen studienintegriert mehr digitale Kompetenzen vermitteln. Vereinzelt existieren zwar auch in den Geisteswissenschaften (Sahle, 2013), reichen aber wohl noch nicht aus. Die Mehrheit der Studierenden, vor allem bei den Sprach- und Kulturwissenschaftlern, fühlt sich auf die digitale Arbeitswelt schlecht vorbereitet (Studitemps, 2019).

Darüber hinaus sollten Studierende durch Praktika frühzeitig Kontakt zu Unternehmen aufnehmen. Bestehen Erfahrungen mit geisteswissenschaftlichen Mitarbeitern, dann fallen sowohl die Beurteilungen der sozialen und persönlichen Kompetenzen als auch die Einstellungschancen besser aus. Unternehmen sollten ihrerseits Geisteswissenschaftlern, die digitale Zusatzqualifikationen mitbringen, mehr Chancen einräumen. Mit ihren spezifischen überfachlichen Stärken könnten die Geisteswissenschaftler die Leistungsprofile der Absolventen anderer Fachrichtungsguppen produktiv ergänzen und somit einen Mehrwert für die Unternehmen erbringen.

LITERATUR

Anders, George, 2015, That 'Useless' Liberal Arts Degree Has Become Tech's Hottest Ticket, <https://www.forbes.com/sites/georgeanders/2015/07/29/liberal-arts-degree-tech/#61227e0b745d> [12.07.2019]

Arntz, Melanie/Gregory, Terry/Jansen, Simon / Zierahn, Ulrich, 2016, Tätigkeitswandel und Weiterbildungsbedarf in der digitalen Transformation, Studie des Zentrums für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW) in Zusammenarbeit mit dem Institut für Arbeitsmarkt und Berufsforschung (IAB) im Auftrag der Deutschen Akademie der Technikwissenschaft (acatech), Mannheim

Brown, Jeffrey, 2018, How these humanities graduates are finding jobs in Silicon Valley, <https://www.pbs.org/newshour/show/how-these-humanities-graduates-are-finding-jobs-in-silicon-valley#transcript> [12.07.2019]

Davies, Anna/Fidler, Devin/Gorbis, Marina, 2011, Future Work Skills 2020, Institute for the Future for the University of Phoenix Research Institute, <http://www.iftf.org/futureworkskills/>, [12.07.2019]

Dean, Alex, 2015, Japan's humanities chop sends shivers down academic spines, in: The Guardian, 26.9.2015, <https://www.theguardian.com/higher-education-network/2015/sep/25/japans-humanities-chop-sends-shivers-down-academic-spines>, [12.07.2019]

Hammermann, Andrea/Stettes, Oliver, 2016, Qualifikationsbedarf und Qualifizierung. Anforderungen im Zeichen der Digitalisierung, IW policy paper 3/2016, URL: <http://www.iwkoeln.de/studien/iw-policy-papers/beitrag/andrea-hammermann-oliver-stettes-qualifikationsbedarf-und-qualifizierung-251836> [12.07.2019]

Hartley, Scott, 2016, The Fuzzy and the Techie. Why the liberal arts will rule the digital world; <https://www.ft.com/content/e25235dc-aa8a-11e6-9cb3-bb8207902122> [12.07.2019]

Hippler, Horst, 2016, Wozu (noch) Geisteswissenschaften?, in: Rotary Magazin Heft 5/2016, <https://rotary.de/bildung/wozu-noch-geisteswissenschaften-a-8984.html> , [12.07.2019]

Kirchherr, Julian / Klier, Julia / Lehmann-Brauns, Cornels /Winde, Mathias, o.J., Future Skills: Welche Kompetenzen in Deutschland fehlen, <https://stifterverband.org/medien/future-skills-welche-kompetenzen-in-deutschland-fehlen> [25.03.2019]

Konegen-Grenier, Christiane, 2019, Geisteswissenschaftler auf dem Arbeitsmarkt - Berufe, Branchen, Karrierepositionen, IW-Report, Köln

Kummert, Tim, 2017, Endlich einer, der nicht nur Formeln anwenden kann, <http://www.sueddeutsche.de/karriere/arbeitsmarkt-endlich-einer-der-nicht-nur-formeln-anwenden-kann-1.3623308> [12.07.2019]

Loeb, Abraham, 2019, Humanities of the future, <https://www.cfa.harvard.edu/-/loeb/Hum.pdf> [12.07.2019]

Ma, Alice, 2015, You Don't Need to Know How to Code to Make it in Silicon Valley, <https://blog.linkedin.com/2015/08/25/you-dont-need-to-know-how-to-code-to-make-it-in-silicon-valley> , [12.07.2019]

Neumann, Marc, 2018, Amerika entdeckt die Philosophie als Fitnessstudio des Geistes, <https://www.nzz.ch/feuilleton/amerika-philosophie-im-aufwind-ld.1432766> [12.07.2019]

Olejarz, JM, 2017, Liberal Arts in the Data Age, in: Harvard Business Review, Issue July-August 2017, <https://hbr.org/2017/07/liberal-arts-in-the-data-age>, [12.07.2019]

Placke, Beate / Schleiermacher, Thomas, 2018, Anforderungen der digitalen Arbeitswelt, Studie der IWConsult im Auftrag des Bundesverbandes der Personalmanager e. V., https://www.iwkoeln.de/fileadmin/user_upload/Studien/Gutachten/PDF/2018/Gutachten_Anforderungen_Digitale_Arbeitswelt.pdf [02.05.2019]

Sahle, Patrick, 2013, DH studieren! Auf dem Weg zu einem Kern- und Referenzcurriculum der Digital Humanities, <http://webdoc.sub.gwdg.de/pub/mon/dariah-de/dwp-2013-1.pdf> [02.05.2019]

Seyda, Susanne / Meinhard, David B. / Placke, Beate, 2018, Weiterbildung 4.0 - Digitalisierung als Treiber und Innovator betrieblicher Weiterbildung, in: IW-Trends, 45. Jg., Nr. 1, S. 107-124

Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft / McKinsey&Company, 2016, Hochschulbildung für die Arbeitswelt 4.0, Essen

Studitemps.de, 2019, <https://studitemps.de/magazin/frauen-fuehlen-sich-durch-studium-weniger-gut-auf-digitalisierung-vorbereitet-als-maenner-%E2%80%92-brandenburger-hochschulen-sind-vorreiter/> [12.07.2019]

IMPRESSUM

Herausgeber

Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft e.V.
Barkhovenallee 1, 45239 Essen
T 0201 8401-0 F 0201 8401-301
mail@stifterverband.de
www.stifterverband.org

Inhaltliche Leitung und Ansprechpartner

Christiane Konegen-Grenier, Beate Placke
Institut der deutschen Wirtschaft

Mathias Winde
Stifterverband

Titelbild

iStock/baona

Gestaltung

Atelier Hauer + Dörfler, Berlin



STIFTERVERBAND
Bildung. Wissenschaft. Innovation.