

Rat für Sozial- und
Wirtschaftsdaten (RatSWD)

www.ratswd.de

RatSWD

Research Notes

Research Note

No. 16

Ursprünglich als RatSWD Working Paper No. 21 erschienen

Was soll nur aus dir werden? Alte und neue Antworten in Berufsratgebern für GeisteswissenschaftlerInnen

Gunhild Berg

2008

GEFÖRDERT VOM



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung

Research Notes des Rates für Sozial- und Wirtschaftsdaten (RatSWD)

In der Publikationsreihe *RatSWD Research Notes* erscheinen empirische Forschungsergebnisse, beruhend auf Daten, die über die durch den RatSWD empfohlene informationelle Infrastruktur zugänglich sind. Die Pre-Print-Reihe startete Ende 2007 unter dem Titel *RatSWD Working Papers*.

Arbeiten aus allen sozialwissenschaftlichen und wirtschaftswissenschaftlichen Disziplinen können in der Reihe erscheinen. Die Reihe *RatSWD Research Notes* bietet einen Einblick in die vielfältigen wissenschaftlichen Anwendungsmöglichkeiten empirischer Daten und Statistiken und richten sich somit an interessierte, empirisch arbeitende Wissenschaftler/innen ebenso wie an Vertreter/innen öffentlicher Einrichtungen der Datenerhebung und der Forschungsinfrastruktur.

Die *RatSWD Research Notes* sind eine Plattform für eine frühzeitige zentrale und weltweit sichtbare Veröffentlichung von auf empirischen Daten basierenden Forschungsergebnissen und konzeptionellen Ideen zur Gestaltung von Erhebungen. *RatSWD Research Notes* sind nicht-exklusiv, d. h. einer Veröffentlichung an anderen Orten steht nichts im Wege. Alle Arbeiten können und sollen auch in fachlich, institutionell und örtlich spezialisierten Reihen erscheinen. *RatSWD Research Notes* können nicht über den Buchhandel, sondern nur online über den RatSWD bezogen werden.

Um nicht deutsch sprechenden Leser/innen die Arbeit mit der neuen Reihe zu erleichtern, sind auf den englischen Internetseiten der RatSWD Research Notes nur die englischsprachigen Papers zu finden, auf den deutschen Seiten werden alle Nummern der Reihe chronologisch geordnet aufgelistet.

Die Inhalte der Ausgaben stellen ausdrücklich die Meinung der jeweiligen Autor/innen dar und nicht die des RatSWD.

Herausgeber der RatSWD Research Notes Reihe:

Vorsitzender des RatSWD (2007/08 Heike Solga, 2009 Gert G. Wagner)

Geschäftsführer des RatSWD (Denis Huschka)

Abstract

Die Studie analysiert Ratgeber aus den vergangenen zwanzig Jahren, die Geisteswissenschaftlern Hilfe für „Berufsplanung“, „Karriereplanung“ und zum „optimalen Berufseinstieg“ anbieten. Berufsratgeber für Geisteswissenschaftler wurden im Rahmen einer sprachwissenschaftlichen Textsortenanalyse beschrieben, untersucht und ausgewertet, um zu eruieren, welche Berufe und Branchen, Schlüsselqualifikationen, Weiterbildungen, Zusatzqualifikationen und andere Voraussetzungen von Ratgebern empfohlen werden. Dabei ergibt sich ein heterogenes Bild der Berufs- und Arbeitswelt für die Klientel der Berufsratgeber, das strukturell und thematisch herausgearbeitet wird. Anteile, Umfänge und Ausrichtung der vorgeschlagenen Berufsfelder ändern sich konjunkturabhängig. Nachdem zeitweise vermehrt Berufe und Berufsfelder zunächst in der Wirtschaft (EDV, Personalentwicklung, Marketing), dann im Neuen Medien-Bereich empfohlen wurden, kehren die Ratgeber in jüngster Zeit zu den „klassischen“ geisteswissenschaftlichen Berufsfeldern und Kompetenzen zurück. Allerdings können Ratgeber nun keine verallgemeinerbaren Karrierewege mehr anbieten und fordern nachdrücklich Praxiserfahrung, Leistungswillen und Eigeninitiative von ihren Rezipienten.

Gliederung

1 ZIELE UND GRENZEN DER STUDIE	1
2 STUDIENDESIGN FÜR DIE TEXTSORTENANALYSE „BERUFSRATGEBER“	2
3 STRUKTURELLE UND INHALTLICHE TEXTSORTENMERKMALE	4
3.1 Mediale Präsenz und Präsentation von Berufsratgebern	4
3.2 Inhaltliche Merkmale der Berufsratgeber im Wandel	5
3.2.1 Studienorganisation	6
3.2.2 Analyse des Arbeitsmarkts für Geisteswissenschaftler	6
3.2.3 Schlüsselqualifikationen	8
4 BERUFSFELDER UND BERUFLICHE BILDUNG	11
4.1 Weiterbildung.....	12
4.2 Selbstständigkeit	13
4.3 Branchenanteile an vorgestellten Berufsfeldern	14
4.4 Einzelne Berufe	17
4.4.1 Bildungs- und Kulturberufe	17
4.4.2 Medienberufe	19
4.4.3 Politikberufe	20
4.4.4 Wirtschaftsberufe	21
4.5 Berufliche Fallbeispiele	23
4.6 Weiterbildungen, Zusatzqualifikationen, Voraussetzungen für den Berufseinstieg	25
4.6.1 Voraussetzungen	25
4.6.2 Weiterbildung	26
4.6.3 Zusatzqualifikation	26
4.6.4 Wegweiser in den Beruf	27
5 RESÜMEE	28
6 LITERATURVERZEICHNIS	32

Der besseren Lesbarkeit wegen wurde im Folgenden auf die grammatische Auszeichnung weiblicher und männlicher Formen für Personen-, Berufsgruppen u. Ä. verzichtet. Semantisch ist in der Verwendung der männlichen Form die jeweils weibliche gleich berechtigt mitgemeint.

1 ZIELE UND GRENZEN DER STUDIE

Die Studie untersucht diejenigen Ratgeber der vergangenen zwanzig Jahre, die Geisteswissenschaftlern den Weg zu alten und neuen Berufen weisen. Buchtitel wie „Berufsplanung“ oder „Karriereplanung für Geisteswissenschaftler“ versprechen professionelle Anweisungen zu geben, die zum „optimalen Berufseinstieg“ und damit zum beruflichen Erfolg verhelfen.¹ Berufsratgeber vermitteln Informationen, Tipps und Warnungen, reagieren auf die gewandelten Anforderungen an das berufliche Profil von Geisteswissenschaftler und entwickeln Ideen für ihre Zukunft auf dem Bildungs- und Arbeitsmarkt. Diese Ratgeber wurden im Rahmen einer Textsortenanalyse sprachwissenschaftlich beschrieben, untersucht und ausgewertet, um zu eruieren, welche Berufe und Branchen, Schlüsselqualifikationen, Weiterbildungen, Zusatzqualifikationen und andere Voraussetzungen für einen erfolgreichen Start ins Berufsleben nach einem geisteswissenschaftlichem Studium vorgeschlagen werden.

Ratgeber können nicht als Analysen eines Ist-Zustandes oder als Prophetien rentabler Berufssparten verstanden werden. Es ist nicht ihre Aufgabe, aus der Kristallkugel der aktuellen Arbeitsmarktstatistiken zukünftige Entwicklungen vorherzusagen. Sie geben lediglich Empfehlungen, wie der Rezipient sein Berufsziel finden und erreichen könne, für das Eigeninitiative und individuelle Qualifikation unerlässlich sind. Es kann also im Folgenden nicht darum gehen, Empfehlungen, die die Ratgeberliteratur angesichts wirtschaftlicher und sozialpolitischer Entwicklungen etwa in den 1990er Jahren gegeben hat, vom heutigen Stand aus mit aktuellen arbeitsmarktpolitischen Daten rückblickend zu korrigieren. Ein solches Vorgehen würde der Funktion dieser Textsorte nicht gerecht werden: Sie will in erster Linie individuellen Rat geben und nicht eine Situation analysieren.² Demzufolge gilt es zu beachten, dass die Ergebnisse, die aus der Analyse der Ratgebertexte gewonnen werden, keine tatsächlichen ökonomischen Verläufe nachzeichnen, sondern die Geschichte historischer Erwartungen widerspiegeln. Doch die Praxistauglichkeit der Berufsratgeber erfordert, dass sie sich besonders sensibel an Entwicklungen auf dem jeweiligen wie am erwarteten Bildungs-, Arbeits- und Informationsmarkt orientieren und daraus Konsequenzen für ihre Kunden ziehen, um Berufe, Berufsbildungswege und ihre Chancen zu bewerten sowie Perspektiven zu eröffnen. Ihr genaues Aufspüren von Tendenzen ist insbesondere angesichts der Dynamik, mit der sich Welt-, Technologie- und Arbeitsmarkt verändern, in Korrelation mit politischen Maßnahmen und demographischen Theorien erforderlich, die die Halbwertszeit der Ratschläge dieser Textsorte jäh verkürzen können. Diese Orientierungsfunktion übernehmen sie für ihre Klientel, im hier untersuchten Sektor für Geisteswissenschaftler.

Allein dass es Ratgeber gibt indiziert einen Bedarf und damit eine gesellschaftliche Nachfrage: Sie reflektieren eine angenommene oder tatsächliche Rat- und Orientierungslosigkeit der avisierten geisteswissenschaftlichen Rezipientengruppe auf dem Arbeits- und Berufsmarkt. Demzufolge vermittelt die Ratgeberliteratur zwischen der berufspolitischen Realitätsnähe ihrer Datenbasis einerseits und Gerüchten, den oft diffusen und selten ratio-

¹ Vgl. die Ratgeber-Titel von Jude 1999; Holst 2001; Janson 2007.

² Ratgeber diskutieren selbst das Problem der Self-destroying-Prophecy: Gute Prognosen für bestimmte Beschäftigungssparten führen zu geändertem Bildungsverhalten und einem Überangebot an Arbeitskräften, die die Prognose falsch erscheinen lassen (Behrend et al. 1988, 18).

nal begründbaren Befindlichkeiten, unspezifischen und ganz konkreten Zukunftsängsten ihrer Rezipienten andererseits. Ratgeber wollen Hilfestellung für die Realisierung von Berufswünschen und Erfolgsträumen ihrer Rezipienten geben. Sie sammeln Merkmale, die ein bestimmtes Berufsbild anhand seiner Tätigkeiten, Einsatzorte, Qualifikationsanforderungen, Gehaltserwartungen, Aufstiegschancen usw. vorstellbar machen. Sie konturrieren ein realistisches Bild, indem sie Kriterien verschiedener Art gewinnen, etwa aus ‚Normalverläufen‘ von Studienvorgaben und Studiengangsplänen, aus den Erfahrungsberichten Einzelner, aber auch aus den Erwartungshorizonten privatwirtschaftlicher Unternehmensvertreter, die insbesondere studienferne Berufsfelder beleuchten können. Die Perspektivenwechsel der Ratgeber durch die verschiedenen Distanzen, die zum jeweiligen Objekt „Beruf“ eingenommen werden, ermöglichen ein tiefenscharfes „Berufsbild“. Die Verschiebungen der Betrachterstandpunkte zwischen geisteswissenschaftlicher Hochschulausbildung, Studierendem/Absolventen und dem potenziellen Arbeitgeber projizieren das, worüber der Leser Auskunft und Beratung wünscht: ein bestimmtes Berufsbild und Tätigkeitsprofil in möglichen Arbeitsfeldern.

Indem Berufsratgeber mithilfe dieser Perspektivenwechsel Merkmale von Berufen eruieren und transportieren, vermitteln sie gesellschaftlich gesetzte Erwartungen, also normatives Wissen oder Soll-Vorgaben. Als Ratgeber können sie selbstverständlich keinen Erfolg garantieren, der von vielerlei unwägbareren individuellen, aktuellen wie zukünftigen sozialen, ökonomischen, politischen und anderen Variablen abhängig ist. Doch aus der Sicht des Lesers, aus seiner Käuferwartung heraus, transportieren Ratgeber jeder Art immer auch ein unausgesprochenes Versprechen: Sie nähren die Hoffnung, sich durch Anpassung an die von ihnen genannten Vorgaben in die Berufswelt und damit auch in die Gesellschaft harmonisch und erfolgreich zu integrieren.

2 STUDIENDESIGN FÜR DIE TEXTSORTENANALYSE „BERUFSRATGEBER“

Systematisch recherchiert wurden auf dem deutschen Buchmarkt erhältliche Berufsratgeber für Geisteswissenschaftler der vergangenen zwanzig Jahre (1988-2007), die sich auf die bundesdeutschen Arbeitsmarkt-, Arbeitsrechts- und Ausbildungsverhältnisse beziehen.³ Als Textsorte können „Berufsratgeber“ oft nicht allein über ihre Buchtitel identifiziert werden. Erst anhand zusätzlicher bibliographischer Angaben wie Ort, Verlag, Reihe/Serie, Autor/Herausgeber oder Körperschaft kann unterschieden werden, ob es sich um Ratgeber für die spezifische berufliche Situation von Geisteswissenschaftlern oder aber um Analysen der beruflichen Stellung von Geisteswissenschaftlern auf dem Arbeitsmarkt handelt (z. B. Kanz (ed.) 2000; Kräuter 2005).

Über ihre Inhalte sind Berufsratgeber eindeutig klassifizierbar: Sie geben Antworten auf die Frage: „Was und wie werde ich ...?“ Das Untersuchungskorpus wurde aus Berufsratgebern gewonnen, deren Titel ausweist, dass er sich konkret an Geisteswissenschaftler wendet. Einbezogen wurden dabei diejenigen Ratgeber, die sich explizit nur an Geisteswissenschaftler oder an Geistes- und Sozialwissenschaftler gleichermaßen wenden, nicht

³ Ältere dieser Berufsratgeber sind nicht mehr käuflich oder nur noch antiquarisch zu erwerben. In solchen Fällen wurde auf entsprechende Bibliotheksbestände zurückgegriffen. Auf diese Weise jedoch war innerhalb der Studienlaufzeit nicht rechtzeitig zu bekommen: Schmenke et al. 1988.

zuletzt weil geisteswissenschaftliche Disziplinen die sozialwissenschaftlichen oft nicht definitorisch ausschließen (Bönisch (ed.) 1991, 6).

In der Detailanalyse unberücksichtigt blieben deshalb sowohl sehr allgemeine als auch hoch spezialisierte Berufsratgeber, deren Angaben nicht auf die Gruppe „Geisteswissenschaftler“ im Allgemeinen übertragbar sind. Dabei handelt es sich um Ratgeber, die

(1) sich mit Fragen der Studienwahl oder Berufswahl *vor* oder unabhängig von einem (geisteswissenschaftlichen) Studium beschäftigen (z. B. Hakvoort/Meyer Althoff (ed.) 1997; Hesse/Schrader 2005),

(2) den Berufseinstieg von Hochschulabsolventen im Allgemeinen, also unabhängig von der studierten Fachrichtung, befördern wollen (z. B. Hibsich 1996; Begemann 2001),

(3) sich auf einzelne geisteswissenschaftliche Disziplinen spezialisieren (Historiker, Kunsthistoriker, Musikwissenschaftler etc.) oder auf Berufe, die in der Regel ein geisteswissenschaftliches Studium bedingen (Journalist, Kulturmanager etc.) (z. B. Rühl (ed.) 2004),⁴

(4) den Geisteswissenschaften ähnelnde Interessenlagen und Berufsziele avisieren, aber keine universitäre Ausbildung voraussetzen, die also nicht graduierte Geisteswissenschaftler ansprechen (Quereinsteiger, Studienabbrecher) (z. B. Hennig/Kunkel 2003; Glaubitz 2001),

(5) speziell Frauen und Müttern zum (Wieder-)Einstieg in den Beruf verhelfen wollen (z. B. Vollmer 1998).

Unter Berücksichtigung dieser Kriterien wurde das Textkorpus zur systematischen Auswertung der sprachwissenschaftlichen Textsortenanalyse erstellt (Behrend et al. 1988; Bönisch 1991; Bolduan/Kappei 1998; Jüde 1999; Holst 2001; Ziehm 2003; Janson 2007; Daniel 2007). Aufgrund ihrer generellen Abweichungen vom Textsortenschema wurden Montani Adams (ed.) 1991 und Gallio (ed.) 1995 nur für einzelne Analysedimensionen ergänzend hinzugezogen. Weitere Berufsratgeber, die aufgrund der Auswahlkriterien in der Analyse nicht mit ausgewertet werden konnten, werden zum Beleg weiterführender Aussagen an den entsprechenden Stellen angeführt.

Die Analysedimensionen der strukturellen und inhaltlichen Textsortenmerkmale mit besonderem Augenmerk auf Berufsfelder und berufliche Bildung leiten die Ergebnisdarstellung.

Den quantitativen Auswertungen einzelner Analysedimensionen wurde der tatsächliche Gesamtumfang einer Analyseeinheit, der Text des einzelnen Ratgeber-Titels, zu Grunde gelegt. In der Berechnung nicht berücksichtigt wurden daher alle Seiten der Ratgeber-Bücher, die aus (Verlags-)Anzeigen, nicht kommentierten Adress- oder Linklisten u. Ä. bestehen. Bei der Ermittlung der textlichen Relationen einzelner Analysedimensionen und Kategorien untereinander wurde überdies nicht pauschal die volle Anzahl der in Frage kommenden Seiten angesetzt, die etwa aus der Inhaltsübersicht ablesbar ist, sondern lediglich der gedruckte Textanteil, mit einer Genauigkeit von Viertelseiten. D. h. durch das Textlayout bedingte Leerräume auf Seiten flossen in die Datenerhebung nicht mit ein.

⁴ Nicht berücksichtigt wurde deshalb die von der Bundesagentur für Arbeit herausgegebene Loseblattsammlung „Blätter zur Berufskunde“, da jeder Einzeltitel einen bestimmten Beruf isoliert. Zudem ist sie mit den am Buchmarkt erhältlichen Produkten nicht vergleichbar, da sie nicht verlegerischen bzw. kommerziellen Interessen und folglich nicht denselben Produktions- und Distributionsbedingungen unterliegt.

3 STRUKTURELLE UND INHALTLICHE TEXTSORTENMERKMALE

3.1 Mediale Präsenz und Präsentation von Berufsrategebern

Ratgeberliteratur ist auf dem deutschen Buchmarkt kein Mauerblümchen unter den Sachbüchern, mit denen zusammen sie in der Warengruppe „Sachbuch und Ratgeber“ erfasst werden. Diese Warengruppe war auch 2006 am deutschen Buchmarkt stark nachgefragt und verbesserte hinter der Belletristik, deren Umsatzanteil auf 32,3 % stieg, ihren Anteil am Umsatz von 16,4 auf 17,6 %, wie der Börsenverein des Deutschen Buchhandels meldet. Auf die Bedeutung der Ratgeberliteratur reagiert die Neuordnung dieser Warengruppe im deutschen Buchhandel. Seit dem 1. Oktober 2007 werden Ratgeber von den Sachbüchern separiert systematisiert und ausgewertet. Im Zuge dieser Neuerung wurde bis zum dritten Quartal 2007 deutlich, dass das Buchmarktsegment „Sachbuch“ mit einem Marktanteil von etwa 8 % weit hinter dem Segment „Ratgeber“ mit etwa 16 % Marktanteil zurückliegt. Damit bleiben die Ratgeber auch ohne die Sachbücher die zweitgrößte Gruppe hinter der Belletristik. Seither entstanden eigene Bestsellerlisten für die Ratgeberliteratur, die öffentliche Aufmerksamkeit verstärken und publizistisches Interesse erhöhen.⁵

Bedeutsam sind Ratgeber vor allem als „Lebenshilfe“. Berufsrategeber übernehmen eine nicht zu unterschätzende Funktion für die Hilfe zur Lebensbewältigung, insofern die berufliche Erfüllung, die sozialen und finanziellen Status miteinschließt, neben dem Privatleben zum wesentlichen Bestandteil der Individualbiographie gehört und daher Determinante persönlichen Wohlbefindens ist.

Monographien dominieren die medialen Präsentationsformen unter den Berufsrategebern. Nur in Einzelfällen nutzen die Verleger von Berufsrategebern moderne Publikations- und Distributionswege wie Books on Demand (z. B. Daniel 2007), Internet-Download der Printversion,⁶ der Buchfassung beiliegende CD-ROMs mit zusätzlichen Arbeitsangeboten⁷ oder ergänzende Internetangebote mit Servicefunktionen, die die technischen Möglichkeiten der Printausgabe übersteigen (z. B. Holst 2001).⁸

Im Gefolge der modernen Daten und informationsverarbeitenden Technologien veränderte sich die Textsorte bereits seit den 1980er Jahren auch im traditionellen Bereich der Printmedien merklich in ihrer textimmanenten Mikrostruktur und in ihrer gestalterischen Erscheinung. Denn die verlegerische Nähe von Ratgebern und Lehrbüchern schlägt sich nicht nur hinsichtlich einer generell didaktischen Aufbereitung des zu vermittelnden Wissens, sondern auch gestalterisch in der Textsorte Berufsrategeber nieder. Die meisten Rat-

⁵ Angaben gemessen an den Barverkäufen innerhalb der Absatzwege Sortimentsbuchhandel, E-Commerce und Warenhaus. Vgl. Börsenverein des Deutschen Buchhandels (ed.): Buch und Buchhandel in Zahlen 2007; und die Pressemitteilung der media control GfK vom „Gewinnen durch teilen – Neue Bestsellerlisten für Ratgeber“ vom 08.10.2007 (<http://www.media-control.de/pressemitteilungen/gewinnen-durch-teilen-neue-bestsellerlisten-fuer-ratgeber.html>; visitiert im Oktober 2007)

⁶ Das betrifft etwa das Angebot an Berufsrategebern (nicht nur für Geisteswissenschaftler) vom Lexika-Verlag, Würzburg.

⁷ Diese zusätzlichen Medienangebote betreffen Ratgeber zur Studien- und Berufswahl, nicht die auf Geisteswissenschaftler spezialisierten Berufsrategeber, z. B. Hesse / Schrader 2007.

⁸ Hier können und sollten nicht alle Web-Seiten mit Serviceinformationen zu Berufen erfasst werden, die auch von Privatanbietern in unübersehbarer Fülle erstellt werden. Seinem Umfang mit mehr als 6300 verschiedenen Berufen nach eine Besonderheit aber ist das Berufsinformationsprogramm der Bundesagentur für Arbeit (<http://www.berufenet.de>), das die digitalisierte und dem Internet adäquate Aufbereitung der bis 2001 gedruckt erschienen „Blätter zur Berufskunde“ darstellt.

geber kommen nicht ohne starke Paraphrasierung, graphische Markierungen, hervorgehobene Merksätze („Tips“), Verweise („Literatur“, „Links“ etc.), lebhaft alternierende Darstellungsweisen (Interview, Abhandlung, Zusammenfassung, Adresslisten, Grafiken) und einen Übungs- oder Aufgabenteil für ihre ‚Schüler‘ aus. So genannte „Checklisten“ sind die wohl auffälligste Strukturveränderung in der Ratgeberliteratur seit den 1980er Jahren, die in den untersuchten Ratgebern neueren Datums kaum mehr wegzudenken sind (Behrend et al. 1988, 97; Begemann 2001, 161, 196, 255f., 288 u.ö.; Janson 2007, 53f. u.ö.). Sie nehmen breiten, zum Teil mit leeren Zeilen oder Kästchen gefüllten Raum ein, den der Leser ausfüllen kann. Damit wollen sie ihn zur Anwendung des Gelesenen auf seine eigene Situation und also systematisch zur vorstrukturierten Problemlösung anregen.⁹ Diese Form des Ratgebens, mit der „Hilfe zur Selbsthilfe“ geboten wird (Jüde 1999, 16), nimmt innerhalb der Ratgeberliteratur zu. Der Ratgeber-Autor gestaltet die Beziehung zu seinem Leser mithilfe dieser ‚interaktiven‘ Lehr- und Darstellungskonzeptionen zum einen appellativ, indem er den Rezipienten direkt anspricht und zur Eigenaktivität auffordert, zum anderen erleichtert er ihm diese Selbsttätigkeit, indem er sie vorbereitet und strukturiert. Es mag paradox erscheinen, dass die Ratgeber den Geisteswissenschaftlern, denen sie auf der einen Seite ausgeprägte kognitive Kompetenzen bescheinigen (vgl. unten, Abs. 3.2.3 Schlüsselqualifikationen), auf der anderen Seite detaillierte Tabellen, Schaubilder und andere Formen auszufüllender Grafiken liefern, die das im vorangegangenen Text Erklärte noch einmal in vereinfacht-raffender Form für die persönliche Nutzenanwendung zur sofortigen Verfügung stellen. Doch vielleicht wird damit weniger die intellektuelle Übertragungsleistung des geisteswissenschaftlichen Hochschulabsolventen diskreditiert als vielmehr ein (fachspezifischer?) Bedarf des Kunden an einem Tonwechsel hin zur deutlichen Anweisung bedient.

3.2 Inhaltliche Merkmale der Berufsratgeber im Wandel

Berufsratgeber bestehen nicht nur aus der Erklärung möglicher Berufe, ihrer Anforderungen und Perspektiven, vielmehr sind sie eine Art „Rundum-“ oder Kompakt-Planer mit weiteren wahlobligatorischen Inhalten. So offerieren sie neben vielen anderen Details auch eine Ist-Analyse des Arbeitsmarktes, Hinweise zu Studienorganisation, Nebenjobs, Examensarbeit, Zusatzqualifikationen, Weiterbildungen, Aufbau- oder Ergänzungsstudiengängen und deren Finanzierung, zu den verschiedenen schriftlichen und mündlichen Abschnitten von Bewerbungsverfahren, zum Verhalten während Praktika und im Berufseinstieg, zu Lohn-, Gehalts- oder Arbeitsvertragsverhandlungen. Diese Inhalte müssen nicht in allen Ratgebern gleichermaßen vorhanden und können innerhalb des einzelnen Ratgebertextes von verschiedenem Umfang sein.¹⁰ Der unterschiedliche Umfang einzelner Inhalte am Ganzen des jeweiligen Textes zeigt an, dass inhaltliche Aspekte unterschiedlich stark gewichtet werden.

⁹ So schon bei Behrend et al. 1988, 124f.; Hibsich 1996, 66, 68f., 129, 130f. u.ö.; Jüde 1999, 30. Besonders ausgeprägt auch bei Holst 2001, 49 u.ö.; Glaubitz 2001, 157; Hennig/Kunkel 2003, 124-126.

¹⁰ Die Gliederungspunkte 3.2.1 - 3.2.3 greifen lediglich einige Aspekte aus Berufsratgebern heraus, die unter der gegebenen Fragestellung relevant sind. Weitere inhaltliche Merkmale sind selbstverständlich auch die im 4. Gliederungspunkt dieser Studie folgenden Kategorien.

Berufsratgeber bieten selten geschlechtsspezifische Aussagen über Berufsaussichten. In keinem der untersuchten Ratgeber nehmen Gender-Aspekte eine mikrostrukturelle oder thematisch leitende Funktion ein. Allenfalls vereinzelte und eher beiläufige Kommentare zu den (als schlechter bewerteten) Berufs- und Karrierechancen von Geisteswissenschaftlerinnen lassen sich ausmachen (z. B. Behrend et al. 1988, 13f.).

Ebenso werden die Berufsaussichten innerhalb der Ratgeber für die geisteswissenschaftliche Zielgruppe im Allgemeinen nicht nach verschiedenen Einzeldisziplinen gewichtet. Keine der verschiedenen Fachrichtungen wird innerhalb der Darstellung von Berufen oder hinsichtlich der Prognosen über Berufsaussichten bevorzugt behandelt. Diese egalitäre Darstellung mag zum einen in der Intention der Ratgeber zur summarischen Behandlung der Geisteswissenschaften gegründet sein, die der gesellschaftlichen Wahrnehmung der Geisteswissenschaftler als „Berufs“-Gruppe gerecht wird, zum anderen in der für Magisterstudiengängen freien Fächerkombination, die sich in ihrer Vielfalt kaum adäquat abbilden und ausloten ließe.

3.2.1 Studienorganisation

Auf den Bereich Studienorganisation wird anteilig nicht das größte Gewicht gelegt, wohl wegen des begründeten Kalküls der Ratgeberautoren, dass ihre Leser ohnehin erst zum Ratgeber greifen, wenn es (fast) zu spät ist, nämlich erst kurze Zeit vor den Examina oder gar erst nach dem Studienende (Jüde 1999, 19).¹¹ Der Appell an den Leser, sich dieser Mehrheit nicht anzuschließen, fällt kurz aus oder gar weg, denn gerade die Ratgeberklientel beweist durch Kauf und Lektüre des Ratgebers bereits tatkräftig Problembewusstsein. Angesichts des spät zu erwartenden Rezeptionszeitpunkts (innerhalb der Biographie des Lesers) wiederholen die Ratgeber eher summarisch die Ermahnungen zu einem zügigen Studienabschluss mit bestmöglichen Noten, der davon begleitet werden sollte, über das eigene Studienfach hinaus Kurse in anderen Philologien und BWL, falls angeboten auch Rhetorik- und EDV-Kurse zu besuchen, bezahlte oder unbezahlte Beschäftigungen während des Studiums (Praktika, Nebenjobs etc.) berufsbezogen zu wählen, im Ausland zu studieren sowie sich ein karriere-, berufs- und/oder wirtschaftsorientiertes Thema für die zu schreibende Examensarbeit zu suchen.

3.2.2 Analyse des Arbeitsmarkts für Geisteswissenschaftler

Zwar an exponierter Stelle, oft in den Vorworten oder zu Beginn der Gliederungen, doch anteilig vergleichsweise marginal diskutieren Ratgeber die Lage für Geisteswissenschaftler auf dem jeweiligen Arbeitsmarkt ihrer Zeit.¹² Ratgeber geben sich politisch, ideologisch und kommerziell neutral und halten sich in Bewertungen zurück.¹³ Doch der allge-

¹¹ Eine Ausnahme mit einem recht umfangreichen Kapitel zur Studienorganisation bildet Jüde 1999, 18-44.

¹² Allein bei Behrend et al. 1988 findet sich eine umfangreiche Analyse des Ist-Zustandes, die mit dieser ausführlichen Analyse überhaupt erst ein Problembewusstsein für das persönliche Beschäftigungsrisiko von Geisteswissenschaftlern zu wecken sucht; vgl. Behrend et al. 1988, 9-36.

¹³ Aus dieser angestrebten Neutralität der Ratgeber sticht nur einer hervor (Jüde 1999), der außer einem Grußwort der damaligen Bundesministerin Edelgard Bulmahn auch acht kommerzielle Anzeigen und drei verdeckte Werbeseiten u.a. für private Weiterbildungsträger und das Trainee-Programme eines deutschen Zigarettenunternehmens enthält. Dieser fällt gegenüber anderen Berufsratgebern auf, da er neben den auch

meine Tenor gesteht ein, dass die Arbeitsmarktsituation nicht „erfreulich“ (Bolduan/Kappei 1998, 18) oder „nicht rosig“ sei (Janson 2007, 7); daran hat sich in den vergangenen zwanzig Jahren nichts geändert. Solche Formulierungen aber sind nicht als gattungsimmanentes Essentiell misszuverstehen, mit dem die eigene Ratgeber Tätigkeit legitimiert würde. Denn das Arbeitsplatzproblem für Geisteswissenschaftler umschreiben sie vorsichtig. Das belegt die dafür gewählte Rhetorik, die die Lage nicht als „schlecht“ oder mit anderen eindeutig negativen Attributen charakterisiert, sondern lediglich negiert, dass sie „gut“ sei, und damit einen negativen Ausdruck euphemistisch vermeidet. Gegen den möglichen Verdacht, Ratgeber perhorreszierten aus verkaufsstrategischen Gründen die jeweilige Lage, spricht auch das in den Ratgebern vorgelegte statistische Beweismaterial, das gleich bleibend positiv ausgelegt wird.¹⁴ Obwohl sich die Autoren negativer Einschätzungen und dezidiert politischer Kommentare enthalten (programmatisch schon Behrend et al. 1988, 7), wird doch ein grundsätzlicher Stimmungswandel greifbar. Vier Beispiele aus mehrjährigen Zeitintervallen innerhalb des Untersuchungszeitraums dokumentieren diesen Wandel:

Behrend et al. stellen 1988 ein für Geistes- und Sozialwissenschaftler besonders hohes Beschäftigungsrisiko fest (Behrend et al. 1988, 29), da durch „Hochschulexpansion“ und restriktive Personalpolitik im öffentlichen Dienst „ein erheblicher Stau bei der Rekrutierung des Nachwuchses entstanden“ sei (ebd., 10). Nicht zuletzt ist es das Ziel der Autoren, die positiven Effekte des Programms „Student und Arbeitsmarkt“ vorzuführen (ebd., 7f., 31f.). Den Erfolgen praxisbezogener Hochschulausbildung entsprechen die optimistischen Aussichten. Eine „Massenarbeitslosigkeit unter Akademikern“ sei angesichts des wachsenden Bedarfs an Höherqualifizierten nicht zu befürchten. Gefordert wird von den Geisteswissenschaftlern erst nur die Bereitschaft, zukünftig auf traditionelle Privilegien, höhere Einkommen und bessere soziale Positionierung beim Berufseintritt sowie auf studiennahe Tätigkeiten zu verzichten (ebd., 33).¹⁵

Zwiespältig ist die Situation, die Jüde elf Jahre später zeichnet: Wohl kann er einen Rückgang der Arbeitslosenquote unter den Geistes- und Sozialwissenschaftlern konstatieren, doch bleibe „ihr Berufsweg häufig von unsicheren Arbeitsverhältnissen geprägt“ (Jüde 1999, 65), das heißt von unterbezahlten und/oder befristeten Anstellungen oder Freiberuflichkeit. In den traditionellen, von der öffentlichen Hand geförderten Berufsfeldern für Geisteswissenschaftler (öffentlicher Dienst, Kunst, Kultur, Medien) gebe es schon seit Anfang der 1980er Jahre nicht mehr genügend Stellen, um die zudem die Magister mit den Lehrern konkurrieren müssten (ebd.). Die offensichtlich geringe Zahl von Stellenangeboten konterkariert die proklamierte Offenheit der Unternehmen gegenüber Geisteswissenschaftler, obwohl Jüde meint, dass es mit den Berufsalternativen in der Wirtschaft „viel

sonst üblichen seitenlangen und kommentierten Adress- und Linklisten wiederholt und exponiert nur auf einige wenige private Unternehmen hinweist.

¹⁴ Wiederholt angeführt und optimistisch kommentiert wird die Statistik, dass Geisteswissenschaftler mit 6 % Arbeitslosigkeit nur 2 % über der Durchschnittsarbeitslosigkeit für alle Akademikergruppen lägen (Jüde 1999, 65; Janson 2007, 77).

¹⁵ Von „Privilegien“ wissen die späteren Berufsberater bereits nichts mehr; der Begriff kommt nicht mehr vor; allenfalls noch die hohen Erwartungen, die Geisteswissenschaftler trotz späten Berufseinstiegs hegten, werden noch thematisiert (Falk in Montani Adams (ed.) 1991, 87f.) – Im Unterschied zu Behrend et al. prognostiziert Falk außerdem eine zukünftige „Akademikerschwemme“ (ebd., 92).

besser“ aussehe, wenn man berücksichtige, dass jedes sechste Unternehmen Geistes- und Sozialwissenschaftler für Bewerbungsverfahren um Trainee-Plätze zulasse (ebd., 66). Ohne exakte Quellenangabe, nur unter Verweis auf dasselbe Institut beziehen sich Bolduan/Kappei 1998 offenbar auf dieselbe Studie. Sie schlussfolgern aber, dass Magister „noch nicht ausreichend berücksichtigt“ würden, da „nur 22 von 128 befragten Unternehmen in der Privatwirtschaft Geistes- und Sozialwissenschaftler in ihre Trainee-Programme“ aufnehmen (Bolduan/Kappei 1998, 19). Sie stellen fest: „Der Personalchef, der Mitte der achtziger Jahre noch Magister einstellte, verzichtete spätestens seit Ende der neunziger wieder darauf“ (ebd., 122), weshalb der Einzelne gefragt sei, seine Karrierechancen individuell zu verbessern (ebd., 17).

Wie schlecht die Arbeitsmarktlage aus der Sicht der Ratgeber 2007 ist, wird deutlich, wenn Janson als Ratgeberautorin explizit von einer „schlechte[n] Arbeitsmarktlage“ für Geisteswissenschaftler spricht (Janson 2007, 77). Bis dahin gaben die neu entdeckten Beschäftigungsinselfür Geisteswissenschaftler in der freien Wirtschaft Hoffnung auf deren steigende Arbeitsmarktchancen. Doch infolge der Umsatzeinbußen der vergangenen Jahre, gerade im für Geisteswissenschaftler attraktiven Mediensektor (ebd., 78), schwänden Stellen. In „wirtschaftlich schlechteren Zeiten“ gerieten auch die Unternehmen „unter Druck“ und erlaubten sich „weniger Freiräume für ‚Experimente‘“ (ebd., 80) mit ungelerten Geisteswissenschaftlern. Dennoch verbreitet auch Janson Optimismus, da der „momentane gesellschaftliche Umbruch, durch den sich die traditionellen Berufsbilder stark verändern, [...] durchaus eine Chance für Geisteswissenschaftler“ bergen könne (ebd., 78). Zu einer pessimistischen Gesellschaftsdiagnose: „Erkennbar gering schätzt die deutsche Gesellschaft augenscheinlich derzeit ihre Akademiker, wohl gleichermaßen aus politischen, historischen und ökonomischen Gründen“, versteigt sich allein Daniel 2007 (27).

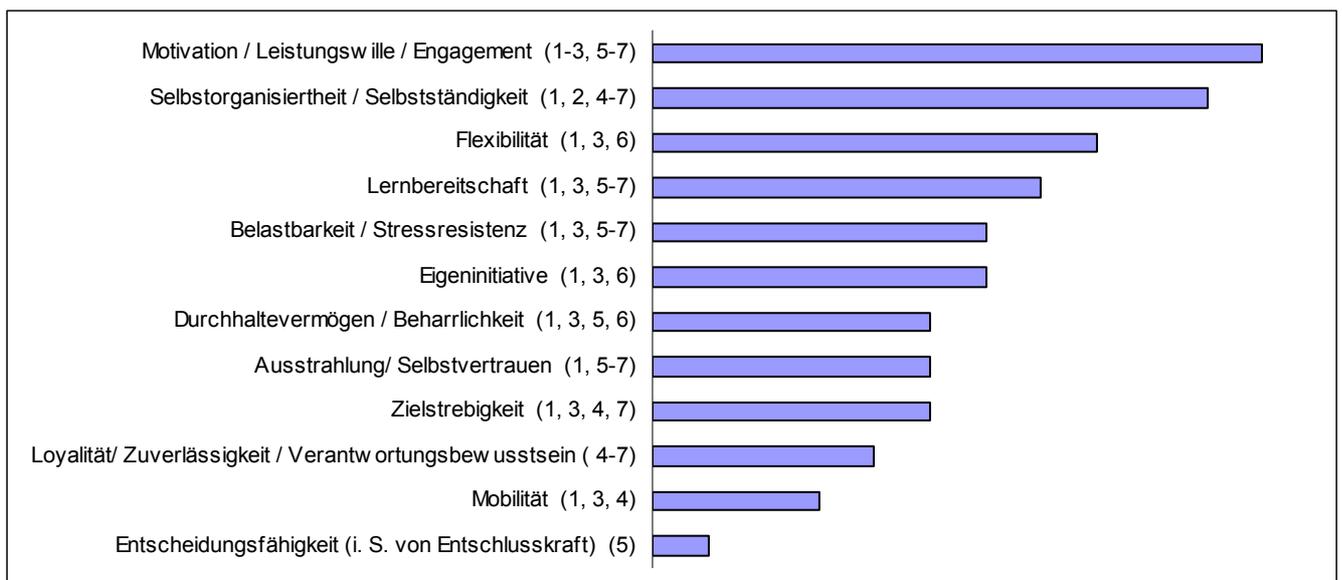
3.2.3 Schlüsselqualifikationen

In den späten 1980er Jahren beginnen die Ratgeber, Geisteswissenschaftler auf ihre besonderen Qualifikationen hinzuweisen. „Schlüsselqualifikationen“, „welche nicht unmittelbaren und begrenzten Bezug zu bestimmten praktischen Tätigkeiten erbringen, sondern sich für viele Positionen und Funktionen gleichermaßen eignen“ (Behrend et al. 1988, 76), sind im folgenden Jahrzehnt ein unentbehrlicher Teil der Ratgeber. Zum einen dienen sie gerade anfänglich dazu, die Aufmerksamkeit der Wirtschaftsunternehmen auf die Vorzüge von geistes- und sozialwissenschaftlichen Arbeitssuchenden zu lenken: „Für Arbeitgeber interessant: Schlüsselqualifikationen“ (Bönisch 1991, 12-15). Zum anderen muss der Anteil dieser Vorzüge an der Qualifikation von Geisteswissenschaftlern diesen selbst ausführlich erklärt, verdeutlicht und gewichtet werden. Die Ratgeber-Ausführungen über dieses oft nicht zertifizierungsfähige Potenzial haben eine rationale wie eine emotive Funktion: Sie sind Argumentationshilfe gegenüber Arbeitsplatzrivalen und stärken das Selbstbewusstsein des Rat suchenden Kandidaten. Der Erklärungsbedarf (für potenzielle Arbeitnehmer wie Arbeitgeber) scheint in den späten 1980er und frühen 1990er Jahren noch am größten zu sein: Schlüsselqualifikationen nehmen bis zu 10 % am Gesamttext der Ratge-

ber ein.¹⁶ Mit „Schlüsselqualifikationen“ überschreiben die Ratgeberautoren meist separate (Unter-)Kapitel, so dass die Symbolkraft dieser Kernkompetenz von Geisteswissenschaftlern schon durch die Strukturierung der Ratbertexte erhöht wird. Erst in den letzten Jahren erwähnen Ratgeber die Schlüsselqualifikationen weniger vordergründig und weniger ausführlich. Meist werden sie nun in die Erörterungen anderer Kategorien, etwa anderer berufsqualifizierender Aspekte integriert.¹⁷

Geht man davon aus, wie oft die verschiedenen Soft Skills in Berufsratgebern Erwähnung finden, dann sind Persönlichkeitsmerkmale neben den kognitiven Kompetenzen die wichtigsten Fähigkeiten, über die Geisteswissenschaftler verfügen (sollten). Am häufigsten werden für das Persönlichkeitsprofil, und zwar in steigendem Maße, Leistungswille und Selbstmotivation angemahnt (vgl. *Abb.1: Auswahl Persönlichkeitsmerkmale*).

6 der 7 untersuchten Ratgeber fordern insgesamt 11 Mal diese Form des Engagements im Beruf. Gleich dahinter rangiert die Fähigkeit, das eigene Arbeiten selbst zu organisieren und selbstständig auszuführen. Qualitäten, die charakterliche wie mentale Belastbarkeit ausmachen wie etwa Durchhaltevermögen, Stressresistenz, Selbstvertrauen und Verantwortungsbewusstsein werden weit häufiger thematisiert als geographische Mobilität und Entschlusskraft.



Quellen:

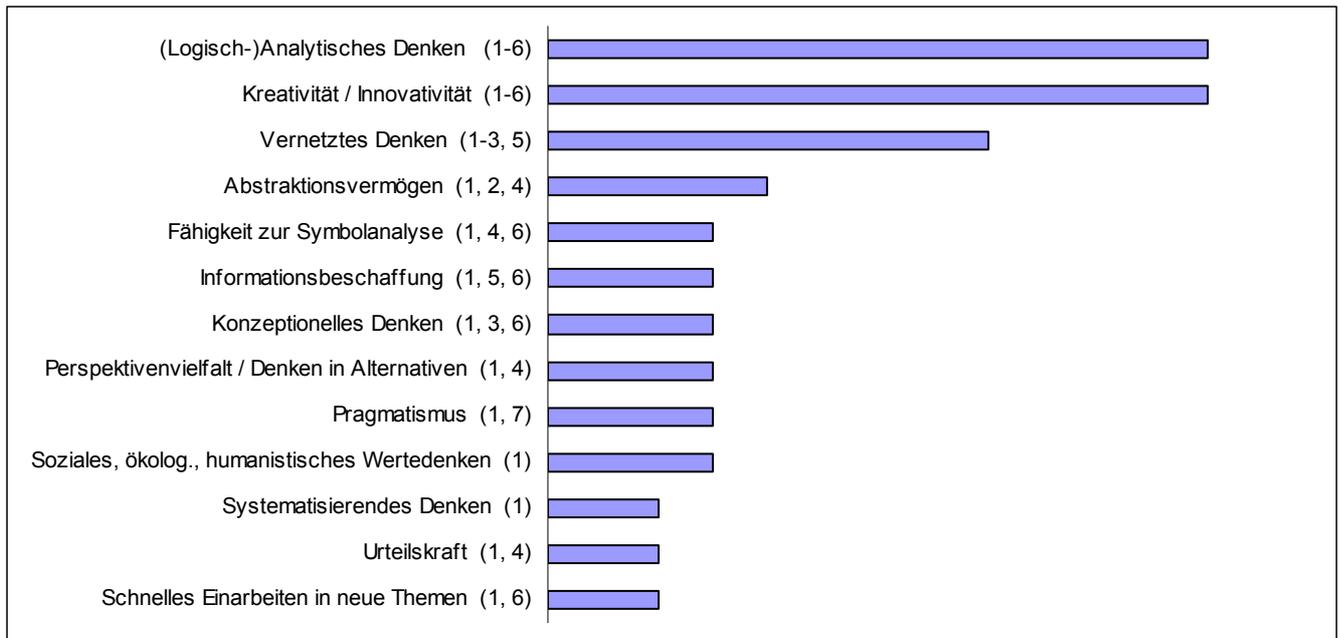
1 – Behrend et al. 1988; 2 – Bolduan/Kappei 1998; 3 – Jüde 1999; 4 – Holst 2001; 5 – Ziehm 2003; 6 – Janson 2007; 7 – Daniel 2007

Abb.1: Auswahl der am häufigsten genannten Persönlichkeitsmerkmale

¹⁶ Spitzenwert bei Behrend et al. 1988, 75-89. Bönisch 1991 stellt ein Kapitel mit 8 % am Gesamttext über Schlüsselqualifikationen im Allgemeinen sowie nach Fachrichtungen konkretisierte Schlüsselqualifikationen vor, die noch einmal 29 % des Gesamttextes einnehmen. Insgesamt beschäftigen sich also 37 % des Gesamttextes damit. (Weil dadurch überdurchschnittlich häufig einzelne Skills wiederholt werden, die den Gesamteindruck verfälschen, wurde Bönisch 1991 in der folgenden quantitativen Auswertung dieser Analysedimension nicht berücksichtigt.) Jüde 1999 weist immer noch ein Kapitel von 4 % am Gesamttext zu diesem Thema auf. 6 % nimmt das eigenständige Unterkapitel über Schlüsselqualifikationen am Gesamttext bei Holst ein; rechnet man ihre über den Gesamttext verteilte Erwähnung und Erläuterung innerhalb auch anderer Kapitel hinzu, ergibt sich ein Anteil von sogar 9 % am Gesamttext, der sich mit Schlüsselqualifikationen beschäftigt; Holst 2001, 27-36, 12-15, 98-99.

¹⁷ In einem gesonderten Abschnitt von 0,5 % des Gesamttextes, insgesamt mit 1,5 % am Gesamttext sind Schlüsselqualifikationen noch vertreten bei Janson 2007; mit etwa 2 % am Gesamttext bei Daniel 2007.

Als kognitive Kompetenzen erhoffen sich die Ratgeber von den Geisteswissenschaftler, dass diese analytisches Denken und Kreativität gleich stark miteinander kombinieren können (vgl. *Abb. 2: Auswahl Kognitive Kompetenzen*). 6 der 7 Ratgeber erwarten beide Eigenschaften je 12 Mal, in historisch verschiedener Verteilung: Der Wunsch nach Kreativität nimmt ab, demgegenüber wächst der nach analytischem Denkvermögen. Nach diesen Fähigkeiten legen Ratgeber vor allem auf das so genannte vernetzte Denken, also Denken in Zusammenhängen, Wert.



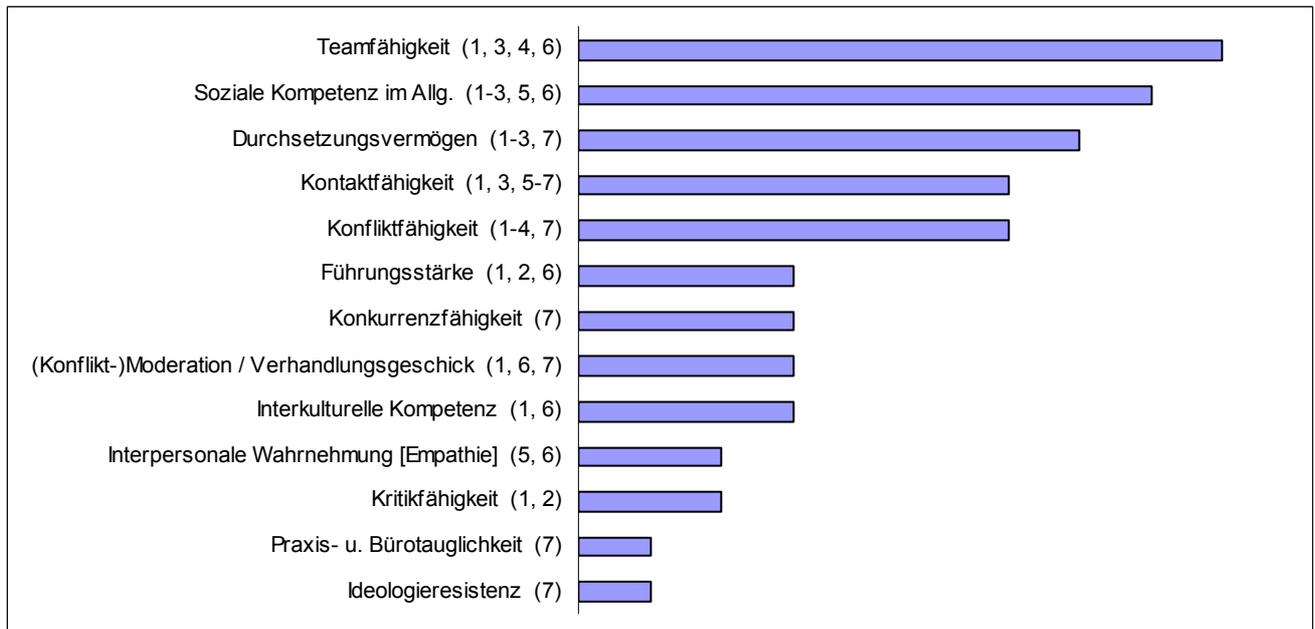
Quellen:

1 – Behrend et al. 1988; 2 – Bolduan/Kappei 1998; 3 – Jüde 1999; 4 – Holst 2001; 5 – Ziehm 2003; 6 – Janson 2007; 7 – Daniel 2007

Abb. 2: Auswahl der am häufigsten genannten kognitiven Kompetenzen

Dabei fällt auf, dass das Handwerkszeug der Geisteswissenschaftler, die Fähigkeit zur „Symbolanalyse“, aber vor allem ihr soziales, ökologisches, ethisches, kurz: humanistisches Wertedenken, die für die Ratgeber um 1990 angesichts zukünftiger Aufgaben von zentralem Stellenwert für die Beschäftigungsoptionen von Geisteswissenschaftler in der Wirtschaft waren (Behrend et al. 1988, 78, 84, 88; Bönisch 1991, 4, 14), mittlerweile eher nachrangig bewertet werden: Sie werden nur noch selten erwähnt. Die Fähigkeiten, in Alternativen zu denken, Informationen gegründet zu bewerten und sich schnell in neue Themengebiete einarbeiten zu können, geraten in den Ratgebern zunehmend in Vergessenheit. Weiterhin von Bedeutung sind die methodischen Fähigkeiten, Informationen zu beschaffen. Nur in zwei Ausnahmefällen spielt Pragmatismus eine Rolle.

Nicht spezifizierte soziale Kompetenzen fordern 5 von 7 Ratgebern insgesamt 8 Mal (vgl. *Abb. 3: Auswahl Soziale Kompetenzen*). Darunter ist wohl in erster Linie Teamfähigkeit zu verstehen, die mit 9 Nennungen als Spitzenreiterin die Liste der sozialen Kompetenzen anführt. Mehrheitlich werden Eigenschaften gesellschaftlicher Kompatibilität präferiert, die zu einer freundlichen Kundenakquise und –betreuung unter Wahrung der Interessen eines Unternehmens nötig erscheinen: Kontaktfähigkeit und –freude, Verhandlungsgeschick sowie gleichzeitig Durchsetzungskraft, Konfliktfähigkeit und Führungsstärke.



Quellen:

1 – Behrend et al. 1988; 2 – Bolduan/Kappei 1998; 3 – Jüde 1999; 4 – Holst 2001; 5 – Ziehm 2003; 6 – Janson 2007; 7 – Daniel 2007

Abb. 3: Auswahl der am häufigsten genannten sozialen Kompetenzen

Die kommunikativen Kompetenzen sind für Geisteswissenschaftler ohne Zweifel von besonderem Stellenwert (vgl. Abb. 4: Auswahl Kommunikative Kompetenzen): Insgesamt 26 Mal verlangen alle untersuchten Ratgeber sprachliche Souveränität. Worin diese besteht, wird weniger genau differenziert als bei den anderen Kompetenz-Gruppen, dennoch ist in historisch etwa gleichmäßiger Verteilung deutlich, dass Präsentationsgeschick als bedeutend wichtiger gehandelt wird denn nur die Ausdrucks- oder Stilsicherheit.



Quellen:

1 – Behrend et al. 1988; 2 – Bolduan/Kappei 1998; 3 – Jüde 1999; 4 – Holst 2001; 5 – Ziehm 2003; 6 – Janson 2007; 7 – Daniel 2007

Abb. 4: Auswahl der am häufigsten genannten kommunikativen Kompetenzen

4 BERUFSFELDER UND BERUFLICHE BILDUNG

Besonders auffällig verläuft die Entwicklung der Berufsberatung für Geisteswissenschaftler innerhalb der Analysedimension Berufsfelder. Dieser Darstellungsbereich ist für Berufsberatung wesentlich, da er die für Käufer zentrale Frage, welche beruflichen Wege sie mit einem geisteswissenschaftlichen Studium einschlagen können oder sollen, zu beant-

worten sucht. Die Eröffnung möglicher und neuer Berufsfelder für Geisteswissenschaftler nimmt im Laufe der 1990er Jahre stark zu und dominiert damit die übrigen Textanteile innerhalb der Ratgeber (vgl. *Abb. 5: Themenstruktur*): Ein Viertel des Gesamtumfangs nutzen die Ratgeber in den späten 1980er Jahren für die Darstellung von Berufsfeldern; kurz vor der Jahrtausendwende verwenden sie sogar mehr als die Hälfte darauf, kurz danach immerhin wieder ein Viertel des jeweiligen Gesamttextes.¹⁸ Nahe liegt, dass unter anderem die Entwicklung neuer Technologien neue Berufe und Einsatzbereiche für Geisteswissenschaftler beförderte (vgl. unten, Abs. 4.3 Branchenanteile; Abs. 4.4 Einzelne Berufe). In jüngerer und jüngster Zeit aber verringern sich die Textanteile, mit denen Ratgeber Geisteswissenschaftlern mögliche Berufsziele anbieten, rapide auf höchstens noch ein Siebentel am jeweiligen Gesamttext. Dieser enorme Schwund signalisiert einen grundsätzlichen Wandel, den die Ratgeber in dieser Klarheit nicht explizieren würden, sondern nur durch ihre funktionale Strukturierung zur Sprache bringen: Die Beschreibung traditioneller Berufsfelder für Geisteswissenschaftler ist nicht mehr entscheidend, obwohl von einem gleich bleibendem Informationsbedarf des Lesers, den die Textsorte bedient, innerhalb der Gattungsgesetze ausgegangen werden muss. Stattdessen vermehren sie die Ratschläge dafür, als Geisteswissenschaftler freiberuflich zu arbeiten oder nach der Universitätsausbildung Aufbaustudiengänge und andere Weiterbildungsmaßnahmen zu absolvieren (Ziehm 2003, Janson 2007).

4.1 Weiterbildung

Seit den 1980er Jahren hat der Trend innerhalb der Ratgeber stetig zugenommen, Weiterbildungen und Zusatzqualifikationen oder Selbstständigkeit anzuraten (vgl. exemplarisch *Abb. 5: Themenstruktur*): Die Thematisierung von Weiterbildungsmaßnahmen, Zusatzausbildungen, Aufbau- und Ergänzungsstudiengängen sowie weiteren Zusatzqualifikationen stieg mit einem Anteil von etwa 10 % Ende der 1990er Jahre auf etwa 20 % zu Beginn und sogar über 50 % nach der Mitte des gegenwärtigen Jahrzehnts am jeweiligen Gesamttext der untersuchten Berufsratgeber.¹⁹

¹⁸ Im Unterschied zu den kommerziell erhältlichen Ratgeber-Büchern konzentrieren sich die „Blätter zur Berufskunde“, die die Bundesagentur für Arbeit herausgab, ausschließlich auf Informationen über die vorgestellten Berufe und beschreiben die damit verbundenen Tätigkeiten, Einsatzorte, Karrieremöglichkeiten, Berufsperspektiven, Gehaltserwartungen und vor allem Zugangswege inklusive persönlicher Voraussetzungen, Ausbildungsregelungen wie –inhalte. Die „Blätter“ bestehen aus vier Unterreihen, deren so genannter „Band 3“ für Berufe, die ein Studium an Universitäten oder anderen Hochschulen voraussetzen, reserviert ist. Darin werden in mehreren Auflagen hunderte verschiedener Berufe vorgestellt, die wegen ihres Umfangs einer eigenen Untersuchung bedürften. 2001 wurde das Erscheinen der Loseblattsammlung eingestellt. Die Beschreibungen werden nun im Internet (<http://www.berufenet.de>) veröffentlicht und stetig aktualisiert. Die Zahl der erfassten Hochschulberufe ist laut einer Suchanfrage vom Oktober 2007 auf 1978 Einzelberufe angewachsen. - Für die bibliothekarische Auskunft danke ich Frau Katharina Beer von der Deutschen Bücherei in Leipzig.

¹⁹ Hierbei unberücksichtigt bleibt der Ratgeber zur Freiberuflichkeit von Geisteswissenschaftlern Ziehm 2003. – Zu den Weiterbildungen u. Ä., die Berufsratgeber Geisteswissenschaftlern empfehlen, vgl. unten Abs. 4.6: Weiterbildungen.

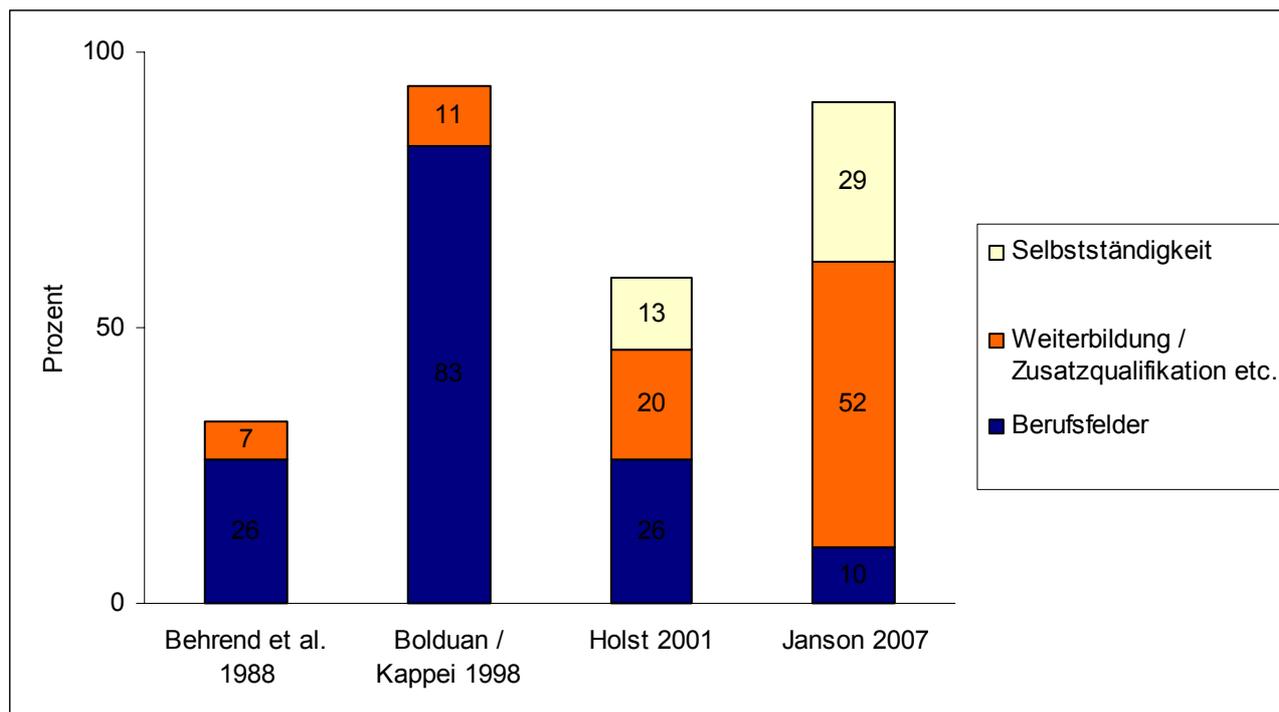


Abb. 5: Themenstruktur von Berufsratgebern

4.2 Selbstständigkeit

Als Selbstständiger zu arbeiten thematisieren die Ratgeber überhaupt erst seit der Jahrtausendwende, doch seither nehmen die Anteile, die sich innerhalb der Ratgeber-Texte mit dieser Option für Geisteswissenschaftler beschäftigen, enorm zu (vgl. *Abb. 5: Themenstruktur*).²⁰

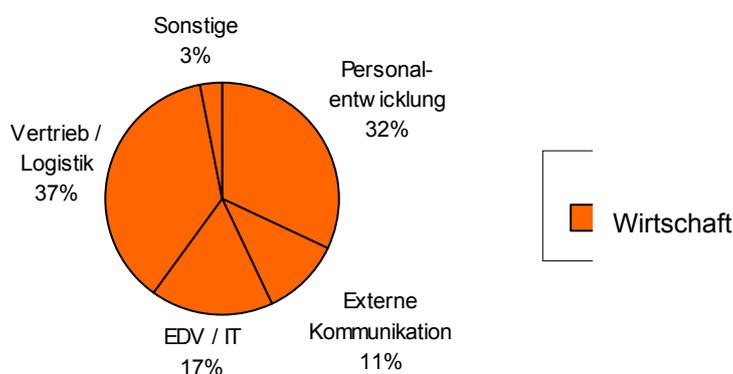
Die Gewichtung von Berufsoptionen in Angestelltenverhältnissen als Einstieg für Geisteswissenschaftler in die Arbeitswelt verliert folglich allmählich, aber deutlich ihre vormaligen Anteile an Berufsratgebern. Stattdessen empfehlen Ratgeber zunehmend Weiterbildungsmaßnahmen oder den Sprung in die Selbstständigkeit.²¹ Pointiert lässt sich festhalten, dass gerade Berufsratgeber, die ihren Schwerpunkt auf die Erörterung verschiedener Berufsfelder und ihrer Perspektiven legen, Selbstständigkeit als Option anteilig unterrepräsentieren (Bolduan/Kappei 1998; Jüde 1999; Holst 2001). Allerdings geben Ratgeber, die Geisteswissenschaftlern verstärkt zur freiberuflichen Existenzgründung Hilfestellung geben, wenige Tipps dafür, in welchen Berufsfeldern oder Marktnischen sich ihre Kunden etablieren könnten (Ziehm 2003; Janson 2007).

²⁰ Zu unterscheiden ist zwischen der arbeitsrechtlichen Form (Angestellter, Selbstständiger etc.) und dem Berufsfeld, das hier als Tätigkeitsprofil verstanden wird.

²¹ Eine Ausnahme davon bildet Daniel 2007, der ein neuerliches Umdenken anzeigt, indem er eine Verlängerung der theorieelastigen Ausbildung durch Weiterbildungsmaßnahmen zu Gunsten eines wie auch immer gearteten Berufseinstiegs rigoros ablehnt und dafür wieder vermehrt Berufsfelder eröffnet; vgl. Daniel 2007, 31f.

4.3 Branchenanteile an vorgestellten Berufsfeldern²²

Die Ratgeber bemühen sich, Tätigkeitsfelder außerhalb der insgesamt als traditionell erachteten Berufe für Geisteswissenschaftler im Bildungsbereich des öffentlichen Diensts (an Schulen, Hochschulen u.ä.), im Kulturbereich an Bibliotheken, Museen, Galerien, Archiven usw., im Journalismus und Verlagswesen zu benennen. Ratgeber um 1990 widmen sich ausschließlich denjenigen Tätigkeitsbereichen, in denen Wirtschaftsunternehmen Geistes- und Sozialwissenschaftlern neue Angestelltenverhältnisse bieten könnten (Behrend et al. 1988, ebenso Bönisch 1991) (vgl. *Abb. 6,1: Branchenanteile*).²³



Behrend et al. 1988

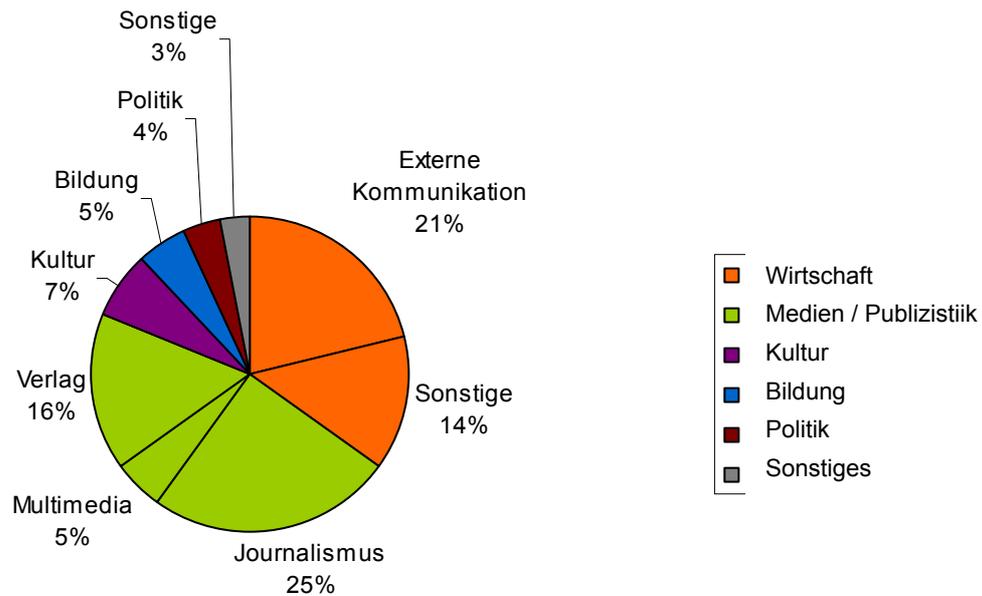
Abb. 6,1: Branchenanteile

Sie eröffnen die Suche nach wirtschaftsbezogenen Tätigkeiten für Geistes- und Sozialwissenschaftler besonders in den Bereichen Personalentwicklung, Datenverarbeitung, Vertrieb, Logistik und externe Kommunikation von Unternehmen. Im Unterschied zu diesen Pionieren präsentieren nachfolgende Berufsberater (wieder) das gesamte Spektrum der Geisteswissenschaftlern offen stehenden Branchen (vgl. *Abb. 6,2; 6,3: Branchenanteile*).

²² Der Umfang, den die Ratgeber einzelnen Branchen reservieren, wurde unabhängig von der folgenden Häufigkeitsanalyse der innerhalb dieser Branchen erwähnten Berufe untersucht (vgl. unten, Abs. 4.4 Einzelne Berufe), da die bloße Berufsnennung nicht mit der Bedeutung, die diesen Berufsfeldern durch ihren Darstellungsumfang beigemessen wird, korrelieren muss.

²³ Mit den *Abb. 6, 1-3* werden exemplarisch die Branchenanteile von Behrend et al. 1988 (*Abb. 6,1*); Bolduan/Kappei 1998 (*Abb. 6,2*) und Janson 2007 (*Abb. 6,3*) dargestellt. - Dieser Analysedimension liegt lediglich die tatsächliche Anzahl (abzüglich Leerräumen) derjenigen Seiten der Ratgeber zu Grunde, auf denen Berufe mit ihren Arbeitsabläufen, Tätigkeitsfeldern, Einsatzorten und Karrierechancen für Geisteswissenschaftler vorgestellt werden. Welche Anteile die einzelnen Branchen haben, bezieht sich innerhalb eines Ratgebers also nur auf diejenige Seitenanzahl, auf der *tatsächlich* Berufe beschrieben werden. In dieser Verteilung wurden Angaben der Ratgeber, welche Ausbildungen, Weiterbildungen und Zusatzqualifikationen für einen Berufseintritt in die jeweilige Branche nötig wären, sowie rein illustrative, unkommentierte Nennungen oder Auflistungen möglicher Berufe, Berufs- und Arbeitsfelder nicht mit erfasst. Nicht in den Umfangangaben berücksichtigt wurde außerdem die ausbildungsunabhängige Option einer freiberuflichen Existenz als professioneller Künstler.

Demzufolge sinken die Anteile wirtschaftsbezogener Tätigkeiten für Geisteswissenschaftler in den Ratgebern auf etwa ein Drittel bis etwa zur Hälfte aller vorgestellten Branchen bzw. Berufssparten.²⁴ Immer stark vertreten sind die Medien- einschließlich der Verlagsberufe mit meist mehr als einem Viertel und bis zur Hälfte aller vertretenen Berufsfelder.²⁵ An den Medienberufen haben um 2000 vor allem die journalistischen Berufe die größten Anteile inne.²⁶



Bolduan / Kappei 1998

Abb. 6,2: Branchenanteile

Neue Branchen erobern sich nun Terrain in den Ratgebern: innerhalb des Mediensektors die Multimedia-Produktion²⁷ und beinahe gleich stark die Politik als Brotgeber durch Arbeit in Verbänden, Parteien oder im Auswärtigen Amt.²⁸ Deutlich hinzu gewinnt die Thematisierung von Tätigkeiten im Kulturmanagement, die mittlerweile mit einem Anteil bis zu einem Siebentel aller vorgestellten Branchen den Kultursektor als mögliches Berufsfeld

²⁴ 35 % der vorgestellten Branchen sind wirtschaftsbezogene Berufe für Geisteswissenschaftler bei Bolduan/Kappei 1998; 51 % bei Jüde 1999; 46 % bei Holst 2001.

²⁵ Berufe im Bereich Medien/Publizistik 46 % bei Bolduan/Kappei 1998; 20 % bei Jüde 1999; 33 % bei Holst 2001; 28 % bei Janson 2007; 24 % bei Daniel 2007.

²⁶ Journalistische Berufe nehmen etwa ein Drittel bis zur Hälfte am Umfang der jeweils vorgestellten Medienbranche ein.

²⁷ Multimedia-Branche mit einem Anteil von 5 % bei Bolduan/Kappei 1998, von 7 % bei Jüde 1999, von 6 % bei Holst 2001, 6 % bei Janson 2007 am Gesamtumfang der vorgestellten Branchen.

²⁸ Berufliche Tätigkeiten in Organisationen, Vereinen, Verbänden, Parteien oder dem Auswärtigen Amt haben einen Anteil von 4 % bei Bolduan/Kappei 1998, von 5 % bei Jüde 1999, von 6 % bei Holst 2001, von 5 % bei Daniel 2007, aber keinen bei Janson 2007 am Gesamtumfang der vorgestellten Branchen.

erneut aufwerten.²⁹ Erst in jüngster Zeit nehmen die „klassischen“ Archiv-, Informations- und Dokumentationsarbeiten wieder breiteren Raum ein, indem die Ratgeber sie als Berufsfelder weniger in staatlich geförderten Institutionen als eher in Unternehmen der Privatwirtschaft angesiedelt sehen.³⁰

Innerhalb der wirtschaftsbezogenen Berufsfelder hat Unternehmensberatung um 2000 einen nicht zu unterschätzenden Anteil inne, wird aber nach 2001 kaum mehr als mögliches Tätigkeitsfeld erwähnt.³¹ Nicht ganz außer Betracht geraten die Berufsfelder der Betrieblichen Weiterbildung/Personalentwicklung und der Externen Kommunikation/Public Relations/Marketing in den Darstellungen der Ratgeber. Doch lassen sie an Umfang gegenüber ihrer um 2000 ausführlichen Vorstellung als mögliche Berufsfelder erheblich nach: Personalentwicklung war um 1990 als zukünftiges Betätigungsfeld auch für Geisteswissenschaftler anteilig mit beinahe einem Drittel an möglichen Wirtschaftstätigkeiten stark gemacht, in ihrem Darstellungsumfang aber nach 2000 mehrfach halbiert worden.³² Nicht ähnlich hohen Einstiegserwartungen, aber einem ähnlichen Abwärtstrend folgt der Bereich der Externen Kommunikation von Unternehmen, der vor 2000 bis zu einem Fünftel, nach 2000 nur noch bis zu einem Zehntel der möglichen Berufsfelder einnimmt.³³

Statt dieser spezifisch wirtschaftsbezogenen Tätigkeitsfelder gewinnen die medien-, kultur- und organisationsbezogenen wieder erheblich an Bedeutung. Exemplarisch zeigt dies ein Ratgeber aus jüngster Zeit (Janson 2007), der wieder zu einer eher traditionellen Verteilung möglicher Berufe für Geisteswissenschaftler und zu deren klassischen Kompetenzen zurückkehrt, nämlich zu kulturellen, sprachlichen und didaktischen Aufgaben (vgl. *Abb. 6,3: Branchenanteile*). Die Wirtschaftsbranche führt mit etwa einem Drittel unter allen von Janson vorgestellten Branchen knapp vor dem mit je etwa einem Viertel fast gleich stark gewichteten Medien- und Kulturbereichen. Im Kulturbereich sind die klassisch archivierend-verwaltenden Funktionen neben den neueren managenden Funktionen beinahe gleich gewichtet. Auffällig ist, dass innerhalb des Wirtschafts- wie des Medienbereiches jeweils Sprachdienstleistungen dominieren (im Medienbereich: Dolmetschen, Übersetzen, Korrigieren etc.; im Wirtschaftsbereich: Technische Dokumentation). Die (außerbetriebliche) Erwachsenenbildung ist (innerhalb des Bildungsbereichs) mit einem Anteil von einem Siebentel an allen Branchen vergleichsweise stark vertreten. Addiert

²⁹ Kulturmanagement gewinnt einen Anteil von 4 % bei Bolduan/Kappei 1998, von 10 % bei Jüde 1999, von 11 % bei Holst 2001 und von 14 % bei Janson 2007 am Gesamtumfang aller vorgestellten Berufsfelder. Allein die traditionellen Berufe im Kultursektor erreichen einen Anteil von 12 % an den Berufsfeldern bei Daniel 2007.

³⁰ Archiv-, Informations- und Dokumentationstätigkeiten haben einen Anteil von 3 % bei Bolduan/Kappei 1998, von 4 % bei Jüde 1999, keinen bei Holst 2001, aber 11 % bei Janson 2007 und 12 % bei Daniel 2007 am Gesamtumfang der vorgestellten Berufsfelder.

³¹ Unternehmensberatung hat einen Anteil von 4 % bei Bolduan/Kappei 1998, 4 % bei Jüde 1999, 6 % bei Holst 2001, keinen mehr bei Janson 2007 und Daniel 2007 am Gesamtumfang der vorgestellten Branchen. Nur kurze Erwähnung findet das Thema Unternehmensberatung überhaupt noch bei Fragen der Auslandsinvestition bei Ziehm 2003, 47.

³² Tätigkeiten im Bereich Personalentwicklung sind mit einem Anteil von 32 % bei Behrend et al. 1988, von 15 % bei Holst 2001, von 8 % bei Janson 2007 und von 5 % bei Daniel 2007 am Gesamtumfang der vorgestellten Berufsfelder vertreten.

³³ Tätigkeiten im Bereich Externe Kommunikation sind mit einem Anteil von 11 % bei Behrend et al. 1988, von 21 % bei Bolduan/Kappei 1988, von 13 % bei Jüde 1999, von 8 % bei Holst 2001, von 3 % bei Janson 2007 und wieder von 8 % bei Daniel 2007 am Gesamtumfang der vorgestellten Berufsfelder vertreten.

man hierzu die Betriebliche Weiterbildung (Personalentwicklung), machen pädagogische Aufgaben insgesamt sogar ein Fünftel an allen Branchen aus.

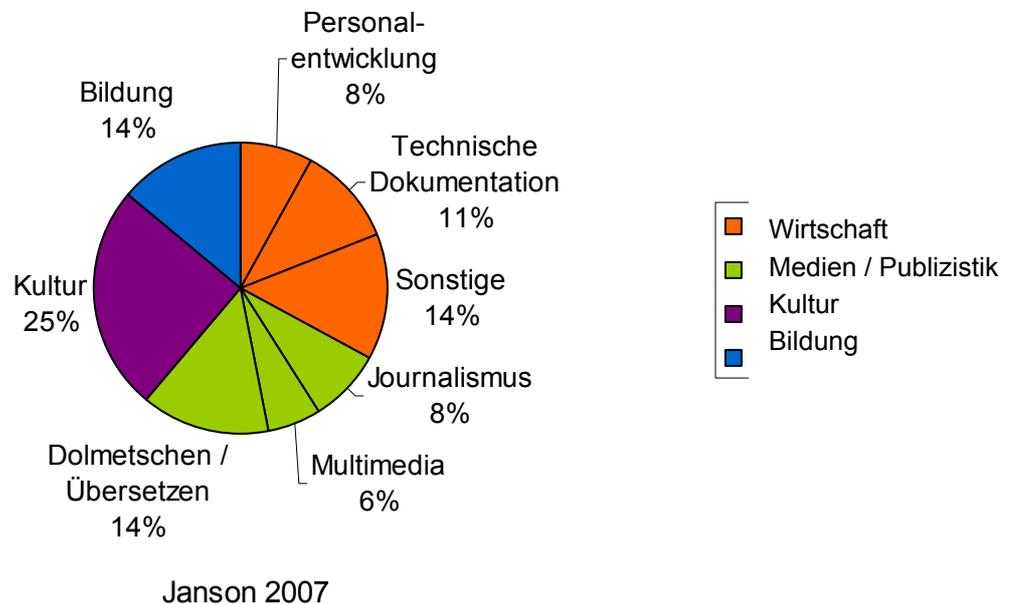


Abb. 6,3: Branchenanteile

4.4 Einzelne Berufe

4.4.1 Bildungs- und Kulturberufe

Die traditionellen Berufe in Bildung und Kultur, allen voran der Lehrerberuf, finden kaum mehr Erwähnung in den Berufsratgebern (vgl. *Tab. 1: Auswahl Bildungsberufe*; und *Tab. 2: Auswahl Kulturberufe*). Nicht zuletzt dienen Berufsratgeber gerade dazu, alternative Berufsmöglichkeiten für Geisteswissenschaftler zu erkunden. Dennoch bleiben die Fähigkeiten, professionell auf Wissen zu Zwecken der Dokumentation und Information zuzugreifen und dieses Wissen zu Bildung und Belehrung aufzubereiten, traditionelle berufstaugliche Qualitäten eines geisteswissenschaftlichen Studiums, also grundlegendes Können der Geisteswissenschaftler. Daher wird der Einsatz dieses Könnens als Dozent/Lehrer, Bibliothekar, Archivar und Informationsvermittler außerhalb des Öffentlichen Dienstes entweder in der Selbstständigkeit oder im Rahmen von Wirtschaftsunternehmen (Firmenarchiven u. Ä.) gerade auch in jüngerer Zeit angeraten. Einigermaßen breit und häufig vertreten sind im Kulturbereich seit Mitte der 1990er Jahre neben dem fest angestellten Museumsmitarbeiter, unter denen die Museumspädagogen im Übrigen eine marginale Rolle spielen, auch der Kulturmanager in öffentlichen oder privaten Diensten.

Berufe	Behrend et al. 1988	Bönisch 1991	Gallio ed. 1996	Bolduan / Kappei 1998	Jüde 1999	Holst 2001	Ziehm 2003	Janson 2007	Daniel 2007
Bildung									
- Lehrer	x							x	
- Univ.-dozent							x		x
- (selbst.) Nachhilfelehrer				x			x	x	
- Erwachsenenbildung im Allg.						x	x	x	xx
- (Fremd-)Sprachenlehrer	x			xx	xX	x	x	xX	x
- Kommunikationstrainer							xx		
- Sonstige: Coaching, Eso- terik, Gesundheitsaus- bildung, Ahnenforschung, Relocation-Manager, Ein- richtungsberater, Yoga- Lehrer etc.					x	xx	xxX	xxX	xx
- Seminar-Org./ -Leitung/ -Moderation			XX	xx		xx			xx
- Reiseleiter							xxX		x

Tab. 1: Auswahl der am häufigsten genannten Bildungsberufe

Berufe	Behrend et al. 1988	Bönisch 1991	Gallio ed. 1996	Bolduan / Kappei 1998	Jüde 1999	Holst 2001	Ziehm 2003	Janson 2007	Daniel 2007
Kultur									
- Bibliothekar				x				x	x
- Archivar				x				x	xx
- Info- u. Doku-wesen								xX	x
- Museumsmitarb./Kurator			X	x	xxX	xx		X	xx
- Kulturmanager			X	xx	xX	xx	xx	xX	x
- Fundraising					x				
- Kunsthandel / -versicherung					x	x			
- Design-Manager					x	x			

Tab. 2: Auswahl der am häufigsten genannten Kulturberufe

Tab. 1 – 5: Auswahl der am häufigsten genannten einzelnen Berufe

- x – Einmalnennung eines Berufs
- xx – Mehrfachnennung eines Berufs
- X – Nennung eines Berufs in Form eines Fallbeispiels
- XX – Mehrfachnennung eines Berufs in Form mehrerer Fallbeispiele
- S – Nennung eines Berufs für Sozial- und nicht Geisteswissenschaftler

4.4.2 Medienberufe

Mit Abstand am häufigsten genannt werden innerhalb des Mediensektors (vgl. *Tab. 3: Auswahl Medienberufe*) alle im weiteren Sinne journalistischen Berufe (Reporter, Redakteur, aber auch TV-Producer und „Witzredakteur“). Deren Erwährungsquote gründet sich nicht nur darin, dass die Medien ein traditioneller Arbeitsbereich für Geisteswissenschaftler sind, sondern auch darin, dass die Einzelberufe medienabhängig mehrfach Erwähnung und Ausführung finden (Zeitschriften-Journalist, Hörfunk-Journalist, TV-Journalist, Online-Journalist etc.).³⁴ Gleichmäßig stark vertreten sind auch hier die eher traditionellen Tätigkeiten von Lektor und Übersetzer/Dolmetscher. Deutlich häufiger als noch in den frühen 1990er Jahren genannt wird der Beruf des Autors, für den sowohl die Textproduktion von Sach- und Fachbüchern als auch von (Auto-)Biographien oder von Drehbüchern empfehlenswert zu sein scheinen.

Berufe	Behrend et al. 1988	Bönisch 1991	Gallo ed. 1996	Bolduan / Kappel 1998	Jude 1999	Holst 2001	Ziehm 2003	Janson 2007	Daniel 2007
Medien/Publizistik									
- Print-Journalist/ -Reporter/ -Redakteur			XX	xxX	xxX	xxX	xx	xxX	xx
- Hörfunk-Journalist/-Redakteur			X	xx	x	x			x
- TV-Journalist/-Redakteur			X	xx	x	x			x
- TV-Produzent/-Redakteur			X	x	X			x	
- Redakteur Casting/ Witz/ Unterhaltung etc.				xxxx	xx				
- Online-Journalist/-Redakteur				xx	xx	x		xx	
- Bild-Journalist/-Redakteur				xx		x			
- Moderator				xx		x		x	
- Lektor			X	xX	x	x	xx		x
- sonst. Verlagsabt. (Recht, PR, Finanzen, Vertrieb etc.)			X	xx	x				xx
- Anzeigen-Vertrieb					X				
- Autor (Sach-, Fach-/ Drehbücher, Biographien etc.)			XX	x	xx	xx	xxX	x	
- Literaturagent			X	x		x	x		
- Literatur-/Kulturkritiker				xx			x		
- Korrektor				x		x	x		
- Übersetzer		x	X	xx	x	xx	x	xXX	
- Dolmetscher					x		x	x	
- Musikindustrie					x				
- Multimedia-Producer/ -Konzeptioner/ -Texter etc.				xx	xxXX	xx		xx	xx
Internet									
- Webdesigner						xx		x	
- Online-Learning/ Web-Tutor						xx	x		
- Community-Betreuer/ Veranstaltungsmagazin						xxX	x		

Tab. 3: Auswahl der am häufigsten genannten Medienberufe

³⁴ Im jeweiligen Medium wurden die Berufe Journalist, Reporter, Korrespondent, Redakteur und Chefredakteur in einer Gruppe zusammengefasst. Das heißt, dass beispielsweise innerhalb der Kategorie TV-Journalist auch TV-Korrespondent, TV-Nachrichtenredakteur, TV-Chefredakteur usw. mitefassen sind.

In der Folge des wirtschaftlichen wie technologischen Optimismus der späten 1990er Jahre eröffneten die Ratgeber neue Arbeitsfelder, für die es nicht nur noch keine geregelten Ausbildungswege, sondern auch keine oder nur „verwirrende“ Berufsbezeichnungen gab, so dass konkrete Benennungen fehlen (Jüde 1999, 97). Der von Geisteswissenschaftlern beruflich stark frequentierten Medienbranche kommen Multimedia- und Internet-Berufe offenbar nahe. Diese Branchen werden von den Ratgebern als besonders zukunftssträftig erachtet und wegen ihrer erwarteten Bedeutung als auch wegen ihrer Neuheit besonders ausführlich beschrieben und erklärt. Ratgeber um 2000 legen deshalb besondere Hoffnungen auf die Multimedia-Branche für beruflich engagierte Geisteswissenschaftler (als Multimedia-Producer, -Konzeptioner, -Texter etc.). Auch die fortschreitende Verbreitung des Internet berge neue Berufe, denen Holst 2001 eine eigenes „Special“-Kapitel widmet. Im Wesentlichen nennt er zwar nur Webdesigner, Webtutoren (Online-Learning) und Community-Betreuer als neue Berufe, doch nehmen diese (ohne Einschluss der separat abgehandelten Multimedia-Berufe) einen Anteil von 14 % an allen von ihm vorgestellten Berufsfeldern ein (Holst 2001, 62-65, 66-69). Der Boom der neuen Medien-Berufe in den Berufsberatung hält auch nach 2000 noch an; lediglich das Internet hat sich offenbar nicht im gleichen Maße als Profession für Geisteswissenschaftler erwiesen.

4.4.3 Politikberufe

Überraschend häufig erwägen Berufsberatung für Geisteswissenschaftler Berufsoptionen in der Politik, worunter in der Auswertung auch die (entgeltliche) Mitarbeit in Organisationen, Vereinen, Verbänden usw. gefasst wurde (vgl. *Tab. 4: Auswahl Politikberufe*). Dabei geht es nicht in erster Linie darum, dass Geisteswissenschaftlern eine politische Karriere angeraten würde. Vielmehr kommen ihnen neu entdeckten und hoch bewerteten Qualitäten als Autoren und (Kultur-)Manager Berufe als Persönlicher Referent, Wissenschaftlicher Referent und vor allem Ghostwriter in Politik, Wirtschaft und Management nach Meinung der Ratgeber entgegen.

Berufe	Behrend et al. 1988	Bönisch 1991	Gallio ed. 996	Bolduan/Kappei 1998	Jüde 1999	Holst 2001	Ziehm 2003	Janson 2007	Daniel 2007
Politik									
- Mitarb. in (Int.) Org./ Vereinen/ Verbänden etc.				xx	X	x	xx		xx
- Persönl. Referent/ Ghostwriter			XX	xx		xx	xx		
- Auswärt. Dienst/ Entwicklungspolitik					xx	x			

Tab. 4: Auswahl der am häufigsten genannten Politikberufe

4.4.4 Wirtschaftsberufe

Die meisten Berufe für Geisteswissenschaftler in der Wirtschaft werden in den Bereichen Personalentwicklung und Externe Kommunikation ausgewiesen (vgl. *Tab. 5: Auswahl Wirtschaftsberufe*.) Fasst man die Berufe in der Werbung (PR, Marketing) und in der (nicht nur Betrieblichen) Erwachsenenbildung zusammen, erhält man die Spitzenplätze unter den von Ratgebern am häufigsten vorgeschlagenen Berufen für Geisteswissenschaftler, denen dichtauf die journalistischen und publizistischen Berufe folgen. Zu den Berufen im PR- und Marketing-Bereich gehören zu etwa gleichen Teilen die Pressesprecher, Marketingbeauftragten u.Ä., die im Dienste der an das Unternehmen gebundenen externen Kommunikation stehen, sowie die PR-Berater, Event-Manager, Promoter usw., die für unabhängige PR-Agenturen arbeiten. Zu etwa gleichen Teilen werden didaktische Tätigkeiten in der Betrieblichen Weiterbildung, zu denen vor allem Persönlichkeits-, Karriere-, Kommunikations- und Team-Trainer zählen, und in der Erwachsenenbildung, vor allem als Fremdsprachen- und Rhetorik-Lehrer, aber auch als Seminar-Organisator und -Moderator, aufgezählt (vgl. *Tab. 1 und 5*).

Einen Sonderfall unter den Berufsrategebern stellt in der Analysedimension „Einzelne Berufe“ Ziehm 2003 dar, die ausschließlich Berufe für Selbstständige abhandelt und dafür, wie schon der Titel ankündigt, einige „Geschäftsideen“ anbietet. Gehäuft verbreitet dieser Ratgeber daher Ideen zu Bildungsangeboten und Textproduktionen durch Selbstständige. Er schlägt vor, z. B. Autor von Reiseführern, Fach- und Sachbüchern, ‚Auto‘-Biographien von Prominenten oder Ghostwriter für Manager und Politiker zu werden, eine Yoga-Schule zu gründen, Kurse in Ahnenforschung und Trainings für Auswanderer anzubieten, als Relocation-Manager, der Zugereisten bei ihrer Orientierung an ihrem neuen Wohnort hilft, als Einrichtungsberater oder als TV-Experte zu arbeiten (Ziehm 2003, 46f., 49f.). Diese Vorschläge, die die (extraordinäre) Kreativität dieser Ratgeber-Autorin ausdrücken, scheinen ungewöhnlich zu sein, doch sind sie, wenn auch weniger häufig, auch im Horizont der übrigen Ratgeber vertreten.³⁵ Neben diesen ausgefallenen Geschäftsideen werden für selbstständige Geisteswissenschaftler Berufe als Reiseleiter, Kulturmanager, Info-Broker und Personalmanager vorgeschlagen. Diese Selbstständigen-Berufe stimmen wiederum mit einer nicht untypischen Auswahl an Berufen für festangestellte Geisteswissenschaftler überein.

Entwürfe, etwa als Literaturagent, Literaturkritiker, in der Musikindustrie, im Anzeigenvertrieb, für Kunsthandel und –versicherung, als Bildschirmdesigner, Design-Manager oder Trendscout seinen Lebensunterhalt zu verdienen, die um die Jahrtausendwende progredieren, setzen sich insofern nicht durch, als jüngere Ratgeber diese Berufsvorschläge nicht mehr übernehmen. Es fällt auf, dass die jüngsten Ratgeber viele der vormals innovativen Berufe offenbar heute wieder den Spezialisten zu überlassen scheinen: EDV- und IT-Aufgaben, für die es in den 1990er Jahren nicht genug qualifizierte Arbeitskräfte gab, werden nach 2001 nicht mehr in Ratgebern für Geisteswissenschaftler erwähnt.

³⁵ Diese thematisch verschiedenen Dozenten- und Autortätigkeiten wurden in den *Tab. 1* und *Tab. 3* kategorial zusammengefasst. – Da diese Berufsgruppen aber quantitativ aufgrund ihrer exorbitanten Häufung im Berufsrategeber für selbstständige Geisteswissenschaftler die Zahl der insgesamt erwähnten Berufe stark verfälschen würde, ist Ziehm 2003 in dieser Analysedimension als Sonderfall separat von den restlichen Berufsrategebern ausgewertet, dennoch der Anschaulichkeit halber mit in den *Tab. 1-5* abgebildet worden.

Berufe	Behrend et al. 1988	Bönisch 1991	Gallio ed. 1996	Bolduan / Kap- pei 1998	Jude 1999	Holst 2001	Ziehm 2003	Janson 2007	Daniel 2007
Wirtschaft									
- Assistent/ Referent d. Geschäftsleitung		x		X				x	
- Mitarb./Leiter Produktion o. Einkauf	xx	xx							
- Sachbearb. Finanzen		x							
- Vertrieb/ Verkauf/ Vertreter, inkl. Online-Handel	x	xx			xx	xx	xxX	x	x
- Export/ Berater Auslandsinvestition	xx	x			xX	x	x		
- Logistik	x	xxS			x				
- DV/ EDV-Systemwartung/ -planung /IT	xx	xx			xxX	xx			
- Computerlinguist								xX	
- Technischer Redakteur/ Texter	xx	xx			xX			xxX	
- Unternehmensberater				x	xX	x	xX	x	
- Info-Broker/ Wissensmanager		xx	X	x	xX	xx	xx	x	
- Kundenbetreuer / Reklamation	x	x		x				x	
- Mitarb./Leiter Callcenter								xx	x
Personalentwicklung/ Betriebliche Weiterbildung im Allg.	x	x	X		xxXX	xx	xx	Xx	x
- Personality-/ Karriere-Berater, Teamtrainer, Rhetorik/Kommunikation			X		xx	xx	X		
- Manager-Trainer				x	x	Xx	x		
- Betriebssport-Organisator	x								
- Personalrekrutierung	x	xx		X	x	xx		x	
- Personalwesen/ -verwaltung (Sachbearb. Lohn)	x					xx		x	
Interne Kommunikation allg.						x			
- Betriebs- / Mitarbeiterzeitung	x			xX	xX				
- Business-TV/ Intranet					xx	xx			
Externe Kommunikation									
- PR- / Öffentlichkeitsarbeit, Pressesprecher		xx	XX	xxX	xx	xxX		x	
- Marketing, Werbung	x	xx	X	X	xXX	x		xx	x
- Kontakter				x					xx
- Marktforscher	x	S	X	S	S	x	xX		
- Trendscout						xx			
- PR-Berater			X	XX	X		X		
- Event-Manager/ Sponsoring/ Direktmarketing/ Promotion				xx	xxX	xx			
- (Werbe-)Texter			X	x	x	x	x	xX	x
- Producer/ Werbemanager				xx		x			x
- Grafiker/ Art-Buyer				x	x				

Tab. 5: Auswahl der am häufigsten genannten Wirtschaftsberufe

Ähnlich ergeht es den Manager-Trainern und den Marktforschern, die ohnehin zumeist den Sozialwissenschaftlern vorbehalten blieben, aber auch den Mitarbeitern in der Internen Kommunikation, an Betriebszeitungen, Intranet und Business-TV. Die um 1990 avisierten Einsatzmöglichkeiten von Geisteswissenschaftlern in der Logistik, Einkaufs- und Produktionsleitung oder in der Betriebssport-Organisation von Wirtschaftsunternehmen wurden bereits von den nachfolgenden Ratgebern nicht wieder aufgegriffen. Doch halten sich alternativ zu derartigen Tätigkeiten in Unternehmen die selbstständigen Varianten des Handels, etwa als Franchise-Unternehmer oder Online-Händler.

In summa weniger häufig als diese für Geisteswissenschaftler überwiegend neuen Berufe werden die „klassischen“ veränderungsresistenten und deshalb in ihrer Bezeichnung modifikationsarmen Berufe genannt wie Bibliothekar, Archivar, Informations- und Dokumentationsfachmann, Museumsmitarbeiter, Übersetzer, Dolmetscher, Technischer Dokumentator und Lektor.

Resümierend lässt sich festhalten, dass Ratgeber in langer Sicht betrachtet nach wie vor kommunikationsstarke Berufe im Bildungs-, Werbe- und im Medienbereich empfehlen, die sie um Berufe in den so genannten Neuen Medien ergänzt haben. Doch in jüngster Zeit konnten sie das Berufespektrum für Geisteswissenschaftler nicht erweitern. Gegenwärtig werden keine neuen alternativen Berufsoptionen aufgezeigt.

4.5 Berufliche Fallbeispiele

Mit den Berufen und Berufsfeldern für Geisteswissenschaftler ändern sich auch die Darstellungsstrategien der Berufsratgeber. Kaum vertreten sind Darstellungsweisen, die erwartbare Stationen in einer Karriere mit einem Arbeitsplatz, seinem Tätigkeits- und Verantwortungsbereich einschließlich professioneller und sozialer Umfeldmerkmale, finanzieller Perspektiven und meist guter Einstiegsprognosen beschreiben. Die Strukturierungsmerkmale der Textsorte Berufsratgeber (vgl. oben, Abs. 3.1: Mediale Präsenz und Präsentation) durchziehen auch die Beschreibung der Berufsfelder innerhalb dieser Texte. Am auffälligsten ist dabei, dass vermehrt beruflich erfolgreiche Hochschulabsolventen der Geisteswissenschaften in den Berufsratgebern zu Wort kommen (vgl. *Tab. 1-5: Auswahl einzelner Berufe*). Statt verallgemeinerbarer Berufs- und Karrierewege werden also einzigartige Beispiele wiedergegeben. Erfahrungsberichte in die Berufsratgeber einzufügen stammt vermutlich aus zwei Quellen: zum einen aus den Seminaren zur „Berufsfelderkundung“ als universitären Zusatzangeboten zum geisteswissenschaftlichen Studium, die in den 1990er Jahren im intensivierten Kontakt zwischen Hochschulen und Wirtschaft entstanden (Meyer-Althoff in Berghahn 1995; Schmidt in: Vom Bruch (ed.) 1992), zum anderen aus den Sammlungen von Erfahrungsberichten, die sich als Vordenker einer neuen Beschäftigungsallianz zwischen Geisteswissenschaftlern und Wirtschaftsunternehmen verstanden (Montani-Adams 1991, 10; auch Gallio (ed.) 1995).³⁶ Beide Quellenformen sammeln und veröffentlichen Praxisprotokolle und Erfahrungsberichte in monographischen Publikationen. Derartige Erfahrungsberichte fließen seit den späten 1990er Jahren als Fallbeispiele in die Berufsratgeber ein. Mit dem Transfer von diesen Quellen in die

³⁶ Gallio (ed.) 1995 ist in dieser Analysedimension in den Tab. 1-5 mit abgebildet, um zu markieren, welche Berufe mithilfe von Fallbeispielen dargestellt werden.

Ratgeber verändern die Erfahrungsberichte ihre Darstellungsform: die ausführliche Präsentation weicht der eher gerafften Wiedergabe.

Fallbeispiele können die übliche Auflistung möglicher Berufe in für Geisteswissenschaftler ungewöhnlichen Branchen daher sogar dominieren (z. B. bei Bolduan/Kappei 1998, 122-153). Während die Ratgeber der späten 1990er Jahre die Akzentuierung der journalistischen und produzierenden Kapazitäten der Neuen Medien-Welt mit Fallbeispielen unterstützen, kapriziert sich Holst 2001 auf das Internet als neuen Arbeitgeber. Das Kapitel, in dem er auf 4 Seiten „Neue Jobs im Internet“ vorstellt, besteht zu drei Vierteln aus einem Fallbeispiel-Interview (Holst 2001, 66-69). In den jüngeren und jüngsten Ratgebern (Ziehm 2003; Janson 2007; Daniel 2007) sinkt die Zahl der genannten Berufe gegenüber den um 2000 entstandenen Ratgebern erheblich (vgl. *Tab. 1-5: Auswahl einzelner Berufe*). Dagegen nehmen Fallbeispiele einen beträchtlichen Anteil von bis zu 12 % am Gesamtumfang des einzelnen Ratgeber-Textes ein.³⁷

Fallbeispiele erfüllen mehrere Funktionen: Sie veranschaulichen den Inhalt durch die Personifikation eines Problems, einer Zielstellung oder eines Lösungswegs; sie sorgen für Authentizität des Dargestellten; sie motivieren den Leser mit Identifizierungsangeboten; sie fundieren als empirische Basis die Realitätsnähe und Erfolgswahrscheinlichkeit der übermittelten Ratschläge; sie verifizieren die Richtigkeit des ausgesprochenen Rats und bestärken damit als ‚unparteiische Stimme‘ unausgesprochen auch die Kompetenz und Autorität des Ratgeber(-Autor)s; sie sorgen durch einen Sprecherwechsel, meist von der dritten in die erste Person Singular oder Plural, für Abwechslung in der Darstellungsweise; sie bieten mit Fotografien der Betroffenen graphische Auflockerung in der Satzgestaltung (z. B. Jüde 1999; Rühl (ed.) 2004); und nicht zuletzt füllen sie dem Ratgeber-Autor einige Seiten seines Manuskripts. Nur in Einzelfällen begnügt man sich mit selbst konstruierten Fallbeispielen, deren Idealität eingestanden wird (Janson 2007, 41), oder mit anonymisierten Fallbeispielen (Henning 2000). Eine Buchreihe, die sich als Publikationssegment für „Berufswahl und Studium“ versteht, besteht fast ausschließlich aus derartigen Erfolgsgeschichten (Lexika-Verlag Würzburg).

Die Beliebtheit der Fallbeispiele in Ratgebern geht so weit, dass Experten als berufsmäßige Vorbildfiguren auch in den Ratgebern Karriere machen können. Pioniere, die als Geisteswissenschaftler erfolgreich selbstständig sind, indem sie neue Berufe oder Marktnischen bedienen, werden in verschiedenen Ratgebern über ihren Berufseinstieg befragt (Heike Drummer, Jutta Zwilling in: Berger 2002, 125-135; dies. in: Rühl (ed.) 2004, 100-111). Derartige Interviews von Unternehmern oder ihren Angestellten dienen gleichzeitig als PR-Arbeit. (Z. B. auch, indem als Fallbeispiel der Lektor des den Ratgeber herausgebenden Verlags seinen Berufsweg selbst darstellt; vgl. Rühl (ed.) 2004, 112-118).

Die Wiederholung derselben Fallbeispiele steht dann aber eher für einen exotischen als für einen exemplarischen Karriereweg und entlarvt somit die eigentliche Problematik der Erfolgsoptionen verheißenden Fallbeispiele: Sie bieten nicht mehr als singuläre Schicksale. Denn die Berichte erfolgreicher Einzelkarrieren haben für den Leser den Nachteil, dass sie von selten imitierbaren Kombinationen aus Ausbildungen und Erfahrungen berichten, die

³⁷ Erfahrungsberichte/Fallbeispiele haben einen Anteil von 12 % am Gesamtumfang des Textes bei Bolduan/Kappei 1998; von 12 % bei Jüde 1999; von 3,3 % bei Holst 2001; von 9,5 % bei Ziehm 2003; von 4,5 % bei Janson 2007.

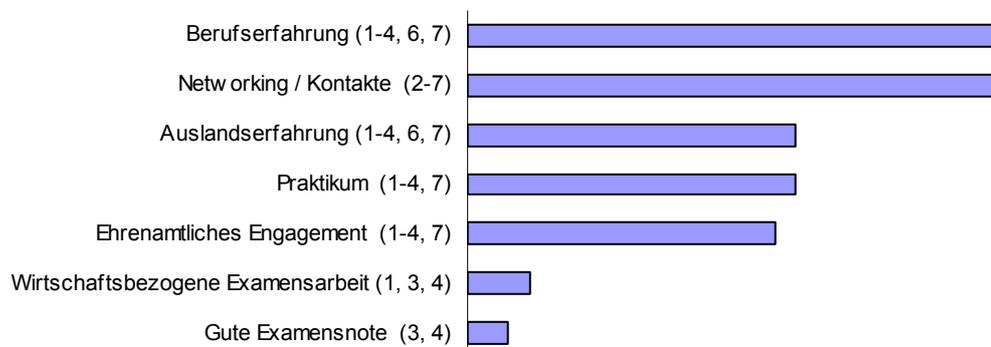
letztlich oft von Ort, Zeit und Zufall begünstigt glücklich enden. Sie können keine konkrete Handlungsanweisung bieten, um ein bestimmtes Berufsziel zu erreichen, sondern allenfalls unspezifisch Mut machen.

Angesichts der Menge an nicht zeitgebundenen Vorteilen, die der Einsatz von Fallbeispielen in dieser Textsorte gewährt, charakterisiert folglich ihr erst seit den späten 1990er Jahren gehäuftes Auftreten auch einen Wandel innerhalb der Ratgeberliteratur.

4.6 Weiterbildungen, Zusatzqualifikationen, Voraussetzungen für den Berufseinstieg

4.6.1 Voraussetzungen

Offenbar fehlt dem examinierten Geisteswissenschaftler nichts mehr als Berufserfahrung (vgl. *Abb. 7,1: Voraussetzungen*). 6 der 7 untersuchten Berufsratgeber mit insgesamt 26 Nennungen sind sich darin einig, dass die Berufschancen ohne eine wie auch immer gartete Praxiserfahrung schlecht stehen. Dass diese Berufserfahrung durch Praktika gewonnen werden müsse, konkretisieren 5 von 7 Ratgebern und wiederholen diese Voraussetzung für einen Berufseinstieg insgesamt 16 Mal. Damit fordern 6 Ratgeber insgesamt 42 Mal Berufserfahrung als Voraussetzung für eine erfolgreiche Jobbewerbung. Ähnlich wichtig wie praktisch erworbene Branchenkenntnisse sind Kontakte zu potenziellen Arbeitgebern, würden doch fast drei Viertel der Unternehmen offene Stellen über persönliche Beziehungen vergeben (Jüde 1999, 22). „Networking“ ist das moderne Zauberwort für ein gezielt gepflegtes Beziehungsnetz. Als Teil des Networking sowie als Beweis für soziales Engagement dient die meist ehrenamtliche Arbeit in Vereinen, Organisationen, Studentenvertretungen u. Ä. Ebenfalls fast unverzichtbar ist Auslandserfahrung als Bonus auf der Suche nach einem Arbeitsplatz geworden. Demgegenüber verlieren kurze Studiendauer, wirtschaftsbezogene Themenwahl für die Examensarbeit und überhaupt eine gute Examensnote an Bedeutung, da alle drei Faktoren von neueren Berufsratgebern keiner Erwähnung mehr gewürdigt werden.



Quellen für Abb. 7,1 – 7,4:

1 – Behrend et al. 1988; 2 – Bolduan/Kappei 1998; 3 – Jüde 1999; 4 – Holst 2001; 5 – Ziehm 2003; 6 – Janson 2007; 7 – Daniel 2007

Abb. 7,1: Auswahl der am häufigsten genannten Voraussetzungen

4.6.2 Weiterbildung

In der Kategorie Weiterbildung wurden alle theorielastigen bzw. studiennahen und praxisfernen Formen zusätzlicher Ausbildung zusammengefasst (vgl. *Abb. 7,2: Weiterbildungen*).

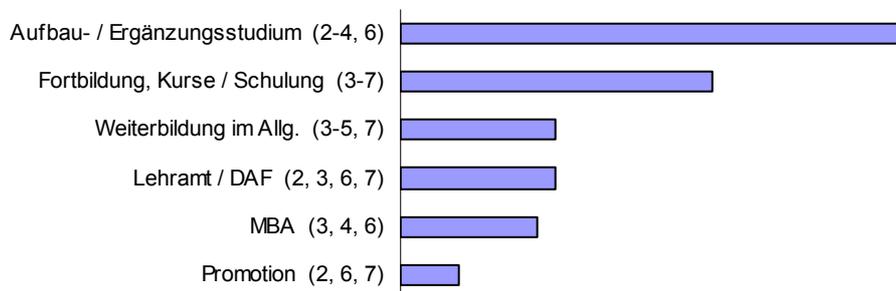


Abb. 7,2: Auswahl der am häufigsten genannten Weiterbildungen

Mit insgesamt 26 Nennungen in 4 von 7 Ratgebern gewinnen Aufbau- und Ergänzungsstudiengänge nach ihrer Etablierung in den 1990er Jahren (Konegen-Grenier 1997, 11) auch in jüngster Zeit wieder an Konjunktur (in besonderem Maße bei Jüde 1999 und Janson 2007). Kürzerfristige Fortbildungen, Kurse oder Schulungen werden immerhin noch 16 Mal angeraten. Pädagogische Zusatzausbildungen oder der Master of Business Administration sind die am häufigsten genannten konkreten Weiterbildungsrichtungen. 3 Mal wird zur Promotion angeraten – ebenso oft wie zur Umschulung.

4.6.3 Zusatzqualifikation

Unerlässlich finden mit 21 Nennungen die Berufsberater unisono Kenntnisse in (elektronischer) Datenverarbeitung und Informationstechnologie (vgl. *Abb. 7,3: Zusatzqualifikationen*). Für zusätzlich erwähnenswert halten immerhin noch 5 von 7 Ratgebern, dass der moderne Geisteswissenschaftler mit den gängigen PC-Programmen (v. a. Textverarbeitung, Präsentationsprogramme) umzugehen verstehen müsse. Doch am zweit- und dritthäufigsten werden BWL- und Fremdsprachen-, insbesondere Englisch-Kenntnisse gefordert. Statistik- und juristisches Wissen sowie Maschineschreiben/Stenografie werden nur in Einzelfällen als berufsqualifizierend benannt.

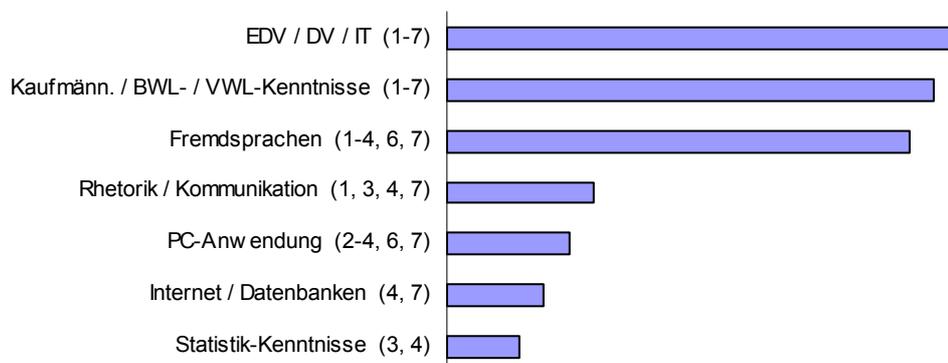


Abb. 7,3: Auswahl der am häufigsten genannten Zusatzqualifikationen

4.6.4 Wegweiser in den Beruf

Berufsratgeber bemühen sich, nicht nur mögliche Berufsfelder für Geisteswissenschaftler abzustecken und formale Qualifikationen für das Berufsziel zu benennen, sondern auch Erfolg versprechende Wege in den (Traum-)Beruf aufzuzeigen (vgl. *Abb. 7,4: Wege in den Beruf*). Als größte Einstiegschance sehen 6 von 7 Berufsratgeber Praktika an, die sie nicht nur (wie oben dargelegt) 16 Mal als Möglichkeit benennen, Berufserfahrung zu gewinnen, sondern darüber hinaus noch insgesamt 48 Mal als besten Weg für den Berufseinstieg erwähnen. Zusammengefasst sind Praktika also diejenige Form der Berufsqualifikation, zu der Berufsratgeber gerade Geisteswissenschaftlern vehement zuraten. Als weitere Möglichkeiten, Arbeitgeber für die eigenen Fähigkeiten zu interessieren, verstehen Ratgeber Neben- und Aushilfsjobs sowie freiberufliche Mitarbeit. Über befristete Verträge in ein festes Arbeitsverhältnis zu gelangen, halten Ratgeber um 2000 für besonders aussichtsreich; gegenwärtig erwägen sie, dass Geisteswissenschaftler über die Anstellung bei Zeitarbeitsfirmen fest in Unternehmen wechseln könnten. Über ABM in ein festes Arbeitsverhältnis zu kommen, thematisieren Ratgeber seit 2000 nicht mehr. Volontariate/Referendariate und Trainee-Programme sind weitere beschriebene Ausbildungswege in bestimmte Berufe.

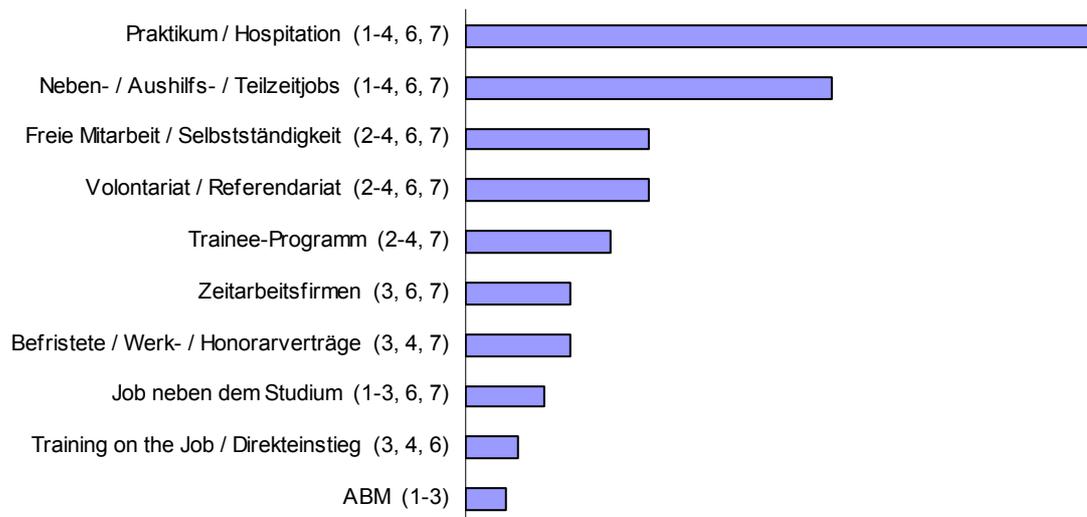


Abb. 7,4: Auswahl der am häufigsten genannten Wege in den Beruf

5 RESÜMEE

Die Berufsratgeber für Geisteswissenschaftler bieten im Untersuchungszeitraum ein erstaunlich heterogenes Bild der Berufs- und Arbeitswelt für ihre Klientel. Zunehmend weisen sie in den vergangenen zwanzig Jahren auf die neuen Technologien, DV- und IT-Erfordernisse, den Trend zur Globalisierung, die Öffnung neuer Exportmärkte sowie neue und vermehrte technische Repräsentationsaufgaben hin (Bönisch 1991, 4; Jüde 1999, 90 u.a.). Sie versuchen die neuen Berufe, insbesondere in den noch jungen EDV- und IT-Branchen, als Arbeitsmöglichkeiten für Geisteswissenschaftler aufzugreifen und neue Beschäftigungshorizonte zu öffnen. Anteilig an Bedeutung gewinnen Dozententätigkeiten, Werbedienstleistungen und Multimedia-Arbeiten. Solche und andere konkrete Berufsziele werden seit den späten 1990er Jahren zunehmend durch Erfahrungsberichte und Fallbeispiele vorgestellt.

Nach 2001 indes nennen Berufsratgeber weniger Berufe für Geisteswissenschaftler als bislang, ohne dass der Text des Ratgebers an Umfang verlöre. Stattdessen gewinnen Empfehlungen zu Weiterbildungen, Aufbau-, Ergänzungsstudiengängen und ähnlichen Fortbildungen sowie zur Freiberuflichkeit an Gewicht. Das klassische Darstellungsmuster, das Informationen über Aufgaben, Leistungsanforderungen und Zugangswege zu spezifischen Berufen gibt, wird ersetzt durch das Aufzeigen von Wirtschaftsbranchen, in die Geisteswissenschaftler einsteigen können. Fallbeispiele dienen hierbei nicht nur der Illustration, sondern auch dem exemplarischen Aufweis von Berufsfeldern, die, der Meinung der Ratgeber nach, „Zukunft versprechen“ (Bolduan / Kappei 1998, 136). Die sinkende Anzahl von Berufsnennungen weist bereits darauf hin, dass es zunehmend sinnvoll erscheint, von Berufsfeldern statt von Berufen, von Qualifikationen statt von Berufszielen oder gar „Traumberufen“ sowie von Arbeitsfeldern statt von fixierbaren Arbeitsplätzen zu sprechen.³⁸

Geisteswissenschaftler verfügen nicht über eine Ausbildung, die für einen bestimmten Beruf qualifizierte. Im Gegenteil, das berufsferne Studium wird eher als „qualifikatorischer Umweg“ in Wirtschaftsberufe und „Wettbewerbsnachteil“ gegenüber Fachkollegen angesehen (Falk in Montani Adams (ed.) 1991, 87). Trotz dieser negativen Diagnose bemühen sich die Berufsratgeber der 1990er Jahre, ihren Klienten Mut zuzusprechen. Sie führen ihnen vor Augen, dass sie während des Studiums und durch das Studieren Fertigkeiten in Fach-, Allgemein- und Methodenwissen sowie zusätzliche Fähigkeiten gewinnen, die ihre beinahe universale Einsetzbarkeit auch in der Wirtschaft erlaubten. Von den so genannten Schlüsselqualifikationen werden besonders häufig die kommunikativen Fähigkeiten, Teamfähigkeit, Leistungswille und Motivation, analytisches Denken sowie Kreativität von den Berufsratgebern erwähnt und Geisteswissenschaftlern anempfohlen. Schlüsselqualifikationen bedeuten keine fachspezifische, sondern eine allgemeine (Aus-)Bildung, durch die Geisteswissenschaftler zu „Generalisten“ (Bönisch 1991, 38) und „flexiblen Allroundern“ (Butz (ed.) 1997) werden. Um 1990 wurden jene im Sinne einer ei-

³⁸ Systematisch und zugleich die Struktur des Ratgebers leitend spricht zuerst Janson 2007 von „Arbeitsfeldern“; von „Berufsfeldern“ Jüde 1999.

genständigen Berufskompetenz aufgewertet. Berufsratgeber formulierten die Hoffnung, diese grundlegende Kompetenz würde zukünftig wenigstens genauso wichtig werden wie fachbezogene Qualifikation und Berufsausbildung (Behrend et al. 1988, 85, 89). Man plädierte für ein Umdenken, das geisteswissenschaftliche Kompetenzen als maßgebliche methodische Konzepte zulässt (Raatz in Montani Adams (ed.) 1991, 113-122).

In den Jahren um 2000 bieten Berufsratgeber manch außergewöhnliche Berufsvorschläge. Auch hier sind Skills die Grundlage dafür, dass Geisteswissenschaftler als eine Mischung aus Universalgenies und fachlich hoch spezialisierten Experten behandelt werden. Auch der proklamierte Mut zur Marktnische auf dem Weg in die Selbstständigkeit verlangt sowohl vielseitig einsetzbares Können und Wissen als auch eine Spezialisierung auf ein oder zwei konkrete, durch die eigene Arbeitskompetenz abzudeckende Marktlücken (Ziehm 2003, 133).

Obwohl Skills weiterhin von Berufsratgebern thematisiert und angeraten werden, zeigen ihre übrigen Empfehlungen, dass es nicht ausreicht, auf solche Kompetenzen zu bauen. Berufsratgeber für Geisteswissenschaftler fordern die schwierige Balance zwischen breit gestreuten Tätigkeiten, um nötigenfalls in andere qualifikationsferne Gebiete einsteigen zu können, und Spezialisierung, um sich doch gezielt für eine *bestimmte* Tätigkeit zu qualifizieren und von Mitbewerbern abgrenzen zu können. Tendenziell plädieren die Ratgeber in diesem Dilemma zusehends doch eher dafür, sich durch systematisch zu erwerbende Praxiserfahrung, Weiterbildung und Zusatzqualifizierung auf ein konkretes Berufsfeld vorzubereiten.

Das Vertrauen auf Schlüsselqualifikationen hält der Wirklichkeitsprobe der Berufsratgeber nicht stand. Vehement und nachdrücklich wird in allen Berufsratgebern des Untersuchungszeitraums zu Praktika geraten. Diese werden nicht nur als *Voraussetzung* angesehen, um bestimmte Berufe insbesondere im Wirtschaftsbereich ergreifen zu können, sondern auch als gangbarer *Weg* in Wirtschaftsunternehmen empfohlen. Denn letztlich entscheiden oft persönliche Beziehungen und Kontakte über Anstellungen. Auch darin sind sich die meisten Ratgeber einig.

So lässt sich innerhalb der Berufsratgeber eine Entwicklung feststellen: Die Forderung nach Fachwissen wird von der Aufwertung der genuin geisteswissenschaftlichen, nicht fachbezogenen Kompetenzen abgelöst, um dann neuerdings zu betonen, dass doch spezifische Berufserfahrung vonnöten sei, die allerdings nicht zuletzt dazu dient, persönlich im angezielten Unternehmen bereits bekannt zu werden. So rät einer der jüngsten Berufsratgeber für Geisteswissenschaftler generell dazu, irgendeinen Job zu ergreifen, seien es auch studienferne, unterqualifizierte oder ehrenamtliche Tätigkeiten (Daniel 2007).

Für den Einstieg in Berufsfelder der Wirtschaft war ein geisteswissenschaftliches Studium noch nie berufsqualifizierend. Glaubt man jedoch der Mahnung der Berufsratgeber, war es für einen Berufseinstieg noch nie so wenig hilfreich wie heute. Der generelle Qualitätsausweis eines geisteswissenschaftlichen Studiums muss durch entsprechende Berufserfahrung nicht bloß verifiziert, sondern auch konkretisiert werden, damit seine Absolventen für Wirtschaftsberufe als qualifiziert gelten. Das bedeutet aber auch, dass Studienabschlüsse abgewertet werden, da sie den Personalverantwortlichen zu wenig über die für sie

relevanten Qualifikationen im Sinne einer Kompetenz-*Anwendung* verraten.³⁹ Außerdem verlangten einzelne Branchen zunehmend nach Akademikern, um die gestiegenen Anforderungen an vermeintlich unterqualifizierte Beschäftigten bewältigen zu können (Jüde 1999, 75). In bestimmten Berufen setzte sich eine „Akademisierung“ durch (am Beispiel des Journalismus vgl. Bolduan/Kappei 1998, 40). Hochschulabschlüsse verlören zudem durch die Globalisierung und Technisierung der Wirtschaft an „Werthaltigkeit“ (Daniel 2007, 21). Daraus lässt sich der Schluss ziehen, dass ohne einen Hochschulabschluss zukünftig wenigstens in einigen Berufsfeldern kein Job mehr zu bekommen sein wird, aber ein Hochschulabschluss allein keine Garantie für den Einstieg in einen Beruf bietet.

Für ein Praktikum oder eine bezahlte Beschäftigung ins Ausland zu gehen, gilt zunehmend als berufsqualifizierende Praxiserfahrung für eine adäquate Beschäftigung in Deutschland. Neuerdings wird Absolventen geisteswissenschaftlicher Studiengänge auch angeraten, den Weg ins Ausland ernsthaft als Alternative zu einer Beschäftigung in Deutschland in Betracht zu ziehen (Janson 2007, 89ff.).

Berufsratgeber für Geisteswissenschaftler zeugen im Untersuchungszeitraum von dem Versuch, die anpassungsfähigen Geisteswissenschaftler Anpassungsbereitschaft an je wechselnde Konjunkturen zu lehren. Die spezifischen Charakteristika eines geisteswissenschaftlichen Studiums, die Kernkompetenzen von Geisteswissenschaftlern, erscheinen dabei in zeitlicher Abfolge als Hindernis, als Qualifikationsmerkmal und zuletzt als kaum mehr relevant für den beruflichen Einstieg.

Berufsratgeber beschäftigen sich vorsichtig auch mit Zukunftsaussichten, wirtschafts- und arbeitsmarktpolitischen Trends und Perspektiven für (neue) Berufszweige oder Branchen. Generell argumentieren sie optimistisch. Erst die jüngsten Berufsratgeber sehen die Zukunft zwiespältig oder wenigstens mit einem deutlich skeptischen Akzent: Sie erhoffen bessere Chancen auch für Geisteswissenschaftler durch den demographischen Wandel und steigenden Fachkräftemangel (Janson 2007, 78), doch erwarten sie auch, dass Geisteswissenschaftler in der näheren Zukunft zunehmend wenig befriedigende Arbeiten übernehmen müssen (Daniel 2007, 20).

Dass die Konkurrenz unter den geisteswissenschaftlichen Bewerbern gestiegen ist, zeigen entsprechende Kommentare der jüngeren Berufsratgeber. Auch die älteren hatten bereits darauf hingewiesen, dass sich Geisteswissenschaftler auf dem Arbeitsmarkt in einem „Verdrängungswettbewerb“ mit Fachkollegen, anderen Akademikern und Praktikern befänden, in dem Schlüsselqualifikationen ihr „einziger Trumpf“ seien (Behrend et al. 1988, 12, 85). 1999 merkte Edelgard Bulmahn an, dass „heute die Gesetze des Marktes“ gelten, „wenn es darum geht, einen ausbildungsadäquaten Beruf zu finden“ (Bulmahn in Jüde 1999, 3). Doch die Unterscheidungskriterien zwischen den Jobbewerbern bestehen schon längst nicht mehr in der Güte oder Art der Qualifikation (Konegen-Grenier 1997, 36, 45). Gegenwärtig müssen Berufsratgeber konstatieren: „Das Angebot an qualifizierten Bewerbern übersteigt momentan einfach die Nachfrage“ (Janson 2007, 80). Deshalb wohl raten sie zu Praxiskontakt und zum Networking, um die Einstiegschancen zu verbessern.

³⁹ B.A.- / M.A.-Studienabschlüsse werden von den aktuellen Berufsratgeber für Geisteswissenschaftler noch nicht diskutiert.

Daniel 2007 bringt das Konkurrenzverhältnis der Arbeitssuchenden wie kein anderer Berufsberater auf den Punkt. Er benennt eine bis dahin nicht erwähnte Schlüsselqualifikation für einen geisteswissenschaftlichen Jobbewerber: Konkurrenzdenken gegen gleichwertig und andersartig Qualifizierte. Der Geisteswissenschaftler muss lernen, sich dem (Arbeits-)Markt anzupassen, wenn er wirtschaftlich überleben will: durch Qualifikation, (Kunden-)Kontakte, eigene PR und Marketing. Konkurrenzfähigkeit besteht darin, einen zu erwerbenden Wissens- und Methoden-/Technikvorsprung im Zweifelsfall billiger als andere Anbieter auf dem Arbeitsmarkt feilzubieten. Dass Arbeitssuchende mit ihrer Person ihr eigenes „Produkt“ anbieten, konstatierten bereits ältere Berufsberater (z. B. Hirsch 1996, 13). Doch bezog sich die Konkurrenzdiagnose hier noch auf das rivalisierende Verhalten mehrerer Bewerber um einen konkreten Beruf oder eine bestimmte Stelle; nun wird Konkurrenzdenken zur kognitiven wie sozialen Kompetenz bzw. Charaktereigenschaft.

Aus dieser Situation, die Berufsberater trotz dieser hier vorgenommenen Aushebungen insgesamt optimistisch beurteilen, können auch sie nur schwer heraushelfen. Im Untersuchungszeitraum lässt sich eine Art Desillusionierung der Berater-Autoren feststellen: Sie selbst relativieren zusehends die Erfolgsaussichten ihrer Ratschläge. Wollen sie noch um 1990 eine „Starthilfe“ sein und „Erfolgsrezepte für den Karrierestart“ liefern (Montani Adams (ed.) 1991, 10), müssen sie wenige Jahre später eingestehen, „keine Patentrezepte“ bieten zu können (Jüde 1999, 16). Klar lautet die Botschaft an ihre Leser: „Jeder muß sein Studium und seinen Berufseinstieg selbst organisieren“ (Bolduan/Kappei 1998, 17). Nicht grundlos fordern sie also Leistungswillen und Eigeninitiative als wichtige Persönlichkeitsmerkmale von Geisteswissenschaftlern. Berater wollen nur noch allenfalls „Hilfe zur Selbsthilfe leisten“ (Jüde 199, 16), denn: „Etwas Kreativität und Arbeit sollte auch dem Leser überlassen bleiben.“ (Bolduan/Kappei 1998, 25). Auch die vermehrt eingefügten Fallbeispiele böten „selbstverständlich keine Rezepte“, sollen aber Anregungen geben, „wie jeder selbst die Initiative ergreifen kann“ (Bolduan/Kappei 1998, 12).

Die Anteile von Fallbeispielen steigen in Zahl und Umfang. Jedes dieser Beispiele präsentiert einen charakteristischen Einzelfall, eine Erfolgsgeschichte eines Geisteswissenschaftlers, der es ‚geschafft‘ hat. Aber gerade die Einzigartigkeit dieser Beispiele, das jedes für sich kontingente Merkmalskombinationen präsentiert, führt zu dem Eindruck, Berater wiederholten nur ein Argument: Beruflicher Erfolg ist machbar. Doch können sie offenbar heute keine Karrierewege mehr anbieten, die verallgemeinerbar wären oder die zur Nachahmung anleiteten. Es bleibt noch, dem Ratschlag der Berater zu folgen und durch das Schreiben von Sachbüchern, vielleicht auch von Beratern zu reüssieren (Holst 2001, 125; Ziehm 2003, 49).

6 LITERATURVERZEICHNIS

- Begemann, Petra: Keine Angst vor dem Studienende. Berufsorientiert studieren – überzeugend bewerben – souverän einsteigen. Frankfurt/M., New York 2001
- Behrend, Diederich / Biel, Georg / Bönisch, Walter / Honolka, Harro / Reimann, Herbert: Wohin nach dem Studium? Chancen für Geistes- und Sozialwissenschaftler in der Wirtschaft. Programm zur erfolgreichen beruflichen Neuorientierung. So überwinden Sie innere Barrieren und verbessern Ihr Selbstwertgefühl. 176 S. München 1988
- Berger, Anja: Karrieren unter der Lupe: Geschichtswissenschaftler. Würzburg 2002
- Berghahn, Rüdiger / Kahlke, Winfried / Meyer-Althoff, Martha; / Schurig, Volker: Berufsfelderkundungen. Beispiele aus Medizin, Natur- und Geisteswissenschaften. Hamburg 1995
- Bolduan, Gudrun / Kappei, Kathrin: So finden Magister einen Job! Der unentbehrliche Ratgeber für den Berufseinstieg. Adressen, Tips, Einstiegshilfen. 190 S. Frankfurt/M. 1998.
- Bönisch, Walter (Red.): Mit Kant und Kafka in die Wirtschaft. Studierende der Geistes- und Sozialwissenschaften: Arbeitskräfte für morgen - Arbeitskräfte mit Schlüsselqualifikationen. 2. Aufl. 52 S. München (Student u. Arbeitsmarkt e. V.) 1991
- Butz, Bert (ed): Flexible Allrounder. Wege in den Beruf für PolitologInnen. Ergebnisse einer AbsolventInnenbefragung am Institut für Politische Wirtschaft der Universität Hamburg.. Hamburg 1997
- Daniel, Marc: „Sie haben also überhaupt keine Ahnung!“ Berufswahl-, Studien- und Bewerbungsstrategien für Geistes-, Sozial- und Sprachwissenschaftler. 108 S. Norderstedt 2007
- Falk, Rüdiger: Geisteswissenschaftler auf dem Arbeitsmarkt, in: Montani Adams (ed.) 1991, 85-99
- Gallio, Claudio (ed.): Freie Laufbahn. Berufe für Geisteswissenschaftler. 261 S. Mannheim 1995
- Glaubitz, Uta: Jobs für Bücherwürmer und Leseratten. Machen Sie Ihre Leidenschaft zum Beruf. Frankfurt/M., New York 2001
- Hakvoort, Renate / Meyer-Althoff, Martha (ed.): Berufsbezogen studieren. Mit Praktika sinnvoll das Studium ergänzen. Für Geistes- und Sozialwissenschaftler. Mit großem Serviceteil. Marburg 1997
- Hennig, Annegret / Kunkel, Andreas: Karrieren unter der Lupe: Erfolgreiche Studienabbrecher. Würzburg 2003
- Henning, Celina: Karrieren unter der Lupe: Musik- und Theaterwissenschaft. Würzburg 2000
- Hesse, Jürgen / Schrader, Hans: Praxismappe Berufliche Orientierung. Testen Sie Ihre Fähigkeiten und Neigungen und wählen Sie den Beruf, der zu Ihnen passt. Frankfurt/M. 2005
- Hesse, Jürgen / Schrader, Hans Christian: Praxismappe Berufsfindung. Mit CD-ROM. Frankfurt/M. 2007
- Hibsch, Martin: Erfolgreiche Schritte in die Berufspraxis. Ein Leitfaden für Hochschulabsolventen. 2., überarb. Aufl. Düsseldorf 1996
- Holst, Ulrich: Karriereplanung für Geisteswissenschaftler. Das Stufenprogramm zum Erfolg, Berufsfelder mit Perspektive. Mit exklusivem Internet-Service. 169 S. Niedernhausen/Ts. 2001
- Janson, Simone: Der optimale Berufseinstieg. Perspektiven für Geisteswissenschaftler. 126 S. Darmstadt 2007
- Jüde, Peter: Berufsplanung für Geistes- und Sozialwissenschaftler. Oder die Kunst eine Karriere zu planen. 208 S. Köln 1999
- Kanz, Roland (ed.): Kunstgeschichte und Beruf. Gegenwart und Zukunft eines Studienfachs auf dem Arbeitsmarkt. 2., aktual. Aufl. Weimar 2000
- Konegen-Grenier, Christiane: Berufschancen für Geisteswissenschaftler. Köln 1997
- Kräuter, Maria: Geisteswissenschaftler als Gründer. (Diss. 2002) 2., überarb. Aufl. Bonn, Nürnberg 2005
- Meyer-Althoff, Martha: Berufsfelderkundungen in den Geisteswissenschaften – fünfzehn Jahre Erfahrungen in Hamburg, in: Berghahn et al. 1995, 112-180
- Montani Adams, Marco (ed.): Geisteswissenschaftler in der Wirtschaft. Starthilfen und Aussichten. 172 S. Frankfurt/M., New York 1991
- Raatz, Christine: Zeit eines Paradigmenwechsels, in: Montani Adams (ed.) 1991
- Rühl, Margot (ed.): Berufe für Historiker. Darmstadt 2004
- Schmenke, Wolf et al.: Die neuen Selbständigen. Akademiker machen sich selbständig. Tips, Anregungen und Geschäftsideen für Lehrer, Geisteswissenschaftler, Sozialwissenschaftler und Künstler. Bonn 1988
- Schmidt, Dieter: Berufserkundung im Rahmen des philologischen Studiums an der Universität Tübingen, in: Vom Bruch (ed) 1992
- Vollmer, Marianne: Zurück in den Beruf. 1998
- Vom Bruch, Rüdiger (ed): Neue Berufsperspektiven für Geistes- und Sozialwissenschaftler. Dokumentation eines in Zusammenarbeit mit der Universität Tübingen am 9. Dezember 1991 veranstalteten Symposions. Verant. v. Deutschen Institut für Fernstudien an der Universität Tübingen (DIFF). 1992
- Ziehm, Claudia: Selbständig arbeiten als Geistes- und Sozialwissenschaftler. Geschäftsideen, Markt und Kunden, Businessplan, Existenzgründung, Finanzen und Recht. 164 S. Bielefeld 2003