



HK

Handelskammer
Hamburg



Universität
Hamburg



Berufspraktika erfolgreich gestalten –
Praktikumsleitfaden für Geisteswissenschaftler

**Berufspraktika erfolgreich gestalten –
Praktikumsleitfaden
für Geisteswissenschaftler**

Herausgeber:
Handelskammer Hamburg
Bearbeitung: Anna Böhning
Adolphsplatz 1 | 20457 Hamburg
Postfach 11 14 49
20414 Hamburg
Telefon 040 / 36 13 8-138
Telefax 040 / 36 13 8-401
service@hk24.de
www.hk24.de

Arbeitsstelle Studium und Beruf
Bearbeitung: Katja Ebernickel
Fakultät für Geisteswissenschaften
Universität Hamburg
Von-Melle-Park 6
20146 Hamburg
Telefon 040 / 42838 7655
Telefax 040 / 42838 3843
astub@uni-hamburg.de
www.uni-hamburg.de/astub

Inhaltsverzeichnis

Vorwort		5
1	Der Bologna-Prozess	7
2	Sinn und Zweck von Praktika	10
2.1	Vorteile für die Studierenden	10
2.2	Vorteile für die Arbeitgeber	11
2.3	Vorteile für die Hochschulen	12
3	Schlüsselqualifikationen in Studium und Beruf	13
3.1	Schlüsselqualifikationen von Geisteswissenschaftlern	13
3.1.1	Kommunikationskompetenz	13
3.1.2	Medien- und Informationskompetenz	13
3.1.3	Fremdsprachenkenntnisse und Interkulturelle Kompetenz	14
3.1.4	Teamfähigkeit und Eigenständigkeit	14
3.1.5	Konflikt- und Kritikfähigkeit	14
3.1.6	Organisationskompetenz	14
3.1.7	Strukturiertes und zielorientiertes Herangehen an neue Aufgaben	15
3.2	Schlüsselqualifikationen im Arbeitsalltag	15
3.2.1	Verantwortungsbewusstsein und Kundenorientierung	15
3.2.2	Leistungswille und Erfolgsorientierung	15
3.2.3	Lernkompetenz und selbstständige Arbeitsweise	16
3.2.4	Belastbarkeit	16
4	Berufsfelder für Geisteswissenschaftler	17
4.1	Tätigkeitsbereiche für Geisteswissenschaftler	17
4.1.1	Medienberufe (Film, Fernsehen, Print, Hörfunk, Internet)	17
4.1.2	Verlagswesen	18
4.1.3	Theater-, Musik- und Kulturmanagement	18
4.1.4	Eventmanagement	19
4.1.5	Marketing/Werbung und Öffentlichkeitsarbeit (intern und extern)	19
4.1.6	Stiftungen und Non-Profit-Organisationen	21
4.1.7	Beratung in Bildung, Beruf und Beschäftigung	22
4.1.8	Sprachmittlerische Tätigkeiten	22
4.1.9	Personalwesen	23
4.1.10	Unternehmensberatung	24
4.2	Handlungsfelder der Wirtschaft	25
4.2.1	Einkauf und Produktion	25
4.2.2	Marketing und Öffentlichkeitsarbeit, Vertrieb	25
4.2.3	Rechnungswesen, Controlling und EDV	26
4.2.4	Personalwesen	27
5	Recherchestrategien	28
5.1	Das eigene Profil erstellen	28
5.2	Einen Praktikumsplatz finden	28

6	Bewerbungstipps	32
6.1	Allgemeines	32
6.2	Anschreiben – Formalitäten	32
6.3	Anschreiben – Inhalt und Gestaltung	32
6.4	Lebenslauf – Inhalt und Gestaltung	33
6.5	Alternative Bewerbungsformen	34
6.6	Tipps zum Vorstellungsgespräch	34
7	Allgemeine Rahmenbedingungen und rechtliche Grundlagen	36
7.1	Grundsätzliches zum Pflichtpraktikum	36
7.2	Praktikumsvertrag	36
7.3	Praktikumszeugnis	37
7.4	Praktikumsvergütung	38
7.5	Praktikum und Versicherung	39
7.6	Praktikum und BAföG	39
7.7	Ausgestaltung der Rahmenbedingungen	40
8	Nachbereitung	41
8.1	Checkliste zum Berufspraktikum	41
8.2	Der Praktikumsbericht	41
9	Literatur- und Linkliste	42

Vorwort

Im Jahr 2007, dem Jahr der Geisteswissenschaften, ist ein Wissenschaftsbereich in den Fokus gerückt, der einen großen Einfluss auf unsere Gesellschaft ausübt und auch für die Wirtschaft eine nicht zu unterschätzende Bedeutung hat. Geisteswissenschaftler/-innen bestechen angesichts der immer kürzer werdenden »Halbwertszeit« von Fachwissen durch ihre charakteristische Kompetenz der Wissensaneignung und -vermittlung. Sie analysieren (globale) Entwicklungen aus verschiedenen Blickwinkeln und tragen so zum Verstehen des menschlichen Handelns, der Sprache und der Kultur bei.

Die geisteswissenschaftliche Fakultät an der Universität Hamburg ist eine sehr große Einrichtung, die Studierenden eine umfangreiche Fächervielfalt bietet. Unter den angebotenen geisteswissenschaftlichen Disziplinen erfreuen sich insbesondere die Sprach-, Literatur- und Medienwissenschaften großer Beliebtheit. Im Zuge der Umstellung der Studienabschlüsse auf das neue Bachelor- und Master-System sind sechswöchige obligatorische Praktika in die Curricula der Studiengänge eingearbeitet worden. Dies ist ein wichtiger Schritt, um die Berufsbefähigung der Studierenden zu erweitern. Denn Praktika liefern wichtige Orientierungshilfen dafür, wie der Einstieg in das Berufsleben reibungslos gelingen kann.

Der Vielseitigkeit geisteswissenschaftlicher Studienangebote entspricht eine Fülle von Berufsbildern für Geisteswissenschaftler nach dem Studium. Praktika zur ersten Erkundung dieser »geistreichen Berufe« spielen damit für Studierende der Geisteswissenschaften eine besondere Rolle.

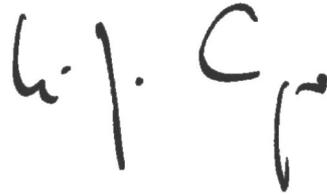
Mit diesem Leitfaden möchten die Handelskammer Hamburg und die Arbeitsstelle Studium und Beruf an der geisteswissenschaftlichen Fakultät der Universität Hamburg Studierenden eine Orientierungshilfe geben, ihnen Wünsche der Wirtschaft vorstellen und aufzeigen, dass ökonomische Zusammenhänge auch für Geisteswissenschaftler Relevanz haben.

Wie ein sechswöchiges Praktikum sinnvoll gestaltet werden kann und wie man von der Mitarbeit der Studierenden im Praktikum profitieren kann, ist gerade für kleine und mittlere Unternehmen Neuland. Dabei bieten Praktika auch für Unternehmen viele Chancen, zum Beispiel stellen sie eine ausgezeichnete Möglichkeit dar, Mitarbeiter frühzeitig kennenzulernen. Daher ist dieser Leitfaden auch als Unterstützung für die Wirtschaft und gerade für Unternehmen, die keine Erfahrung mit Praktikanten haben, gedacht. Sie erhalten einen Überblick über die Vorstellungen der Studierenden, deren Schlüsselqualifikationen und mögliche Tätigkeitsfelder für Praktikantinnen und Praktikanten der Geisteswissenschaften.

Praktika sind für Studierende eine hervorragende Gelegenheit, berufspraktische Kenntnisse zu erwerben und die Theorie mit der Praxis zu verbinden. Wir hoffen, dass dieser Leitfaden einen Beitrag zur Durchführung erfolgreicher Berufspraktika liefert und wünschen beiden Seiten dabei gutes Gelingen!



Prof. Dr. Jörg Dierken
Dekan der Fakultät
für Geisteswissenschaften
Universität Hamburg



Dr. Karl-Joachim Dreyer
Präses der
Handelskammer Hamburg

1 Der Bologna-Prozess

Deutschland und viele europäische Nachbarstaaten haben sich 1999 mit der Unterzeichnung der sogenannten Bologna-Deklaration darauf verständigt, bis 2010 einen europäischen Hochschulraum zu schaffen.

Eine bessere Vergleichbarkeit der europäischen Hochschulsysteme und ihrer Studienangebote soll durch eine umfassende Studienstrukturreform in allen teilnehmenden Staaten (im Januar 2007 waren dies 46) ermöglicht werden. Die Hauptziele dieser Reform sind die Förderung von internationaler Wettbewerbsfähigkeit, von Mobilität und der Berufsbefähigung der Studierenden.¹⁾

Die Umsetzung der Reform auch an deutschen Hochschulen beinhaltet Veränderungen in Studienstruktur und -inhalten und wird das Entstehen neuer Absolventenprofile zur Folge haben. Die ersten Absolventen der neuen Studiengänge treten in Hamburg ab Herbst 2008 auf den Arbeitsmarkt. Um die Wirtschaft mit den Kernpunkten des Bologna-Prozesses vertraut zu machen, werden im Folgenden die wichtigsten Neuerungen der Studienstrukturreform erläutert.

Bachelor und Master

Der Bologna-Prozess sieht europaweit die Einführung einer zweigliedrigen Studienstruktur vor. Der Bachelor gilt hierbei als erster berufs(feld)qualifizierender Abschluss, an den sich ein Masterstudium anschließen kann, aber nicht muss. In Deutschland werden durch die neuen Bachelor- und Masterstudiengänge die bisherigen Diplom- und Magisterabschlüsse abgelöst.

Der Bachelor ist in Zukunft der Regelabschluss eines Hochschulstudiums. Bachelorstudiengänge vermitteln wissenschaftliche Grundlagen der jeweiligen Disziplin, Methodenkompetenz und berufsqualifizierende Fähigkeiten. Die Regelstudienzeit beträgt 3 – 4 Jahre.

Nach dem Bachelorabschluss kann ein Masterstudium folgen. Dieses kann inhaltlich auf den Bachelorabschluss aufbauen (konsekutiver Masterstudiengang), inhaltlich und methodisch in einen neuen Bereich einführen (nicht-konsekutiver Masterstudiengang) oder an bereits erfolgte berufliche Erfahrungen anknüpfen (weiterbildender Masterstudiengang). Die Regelstudienzeit für Masterstudiengänge beträgt 1 – 2 Jahre.

¹⁾ In diesem Leitfaden wird zu Gunsten einer besseren Lesbarkeit auf männliche und weibliche Formen verzichtet und der Plural verwendet, der sich gleichermaßen auf beide Geschlechter bezieht. Ließ es sich an einigen Stellen nicht vermeiden, die männliche oder weibliche Form einzusetzen, so sind auch an diesen Stellen immer beide Geschlechter gemeint.

Modularisierung der Studiengänge

Innerhalb der neuen Studiengänge sind die Studieninhalte zu Modulen zusammengefasst. Hierbei handelt es sich um inhaltlich und zeitlich abgeschlossene Einheiten, die im Laufe eines oder mehrerer Semester absolviert werden. Module können aus Veranstaltungen unterschiedlichen Typs (Vorlesung, Seminar, Übung, Praktikum) bestehen, die jeweils ähnliche Fertigkeiten und aufeinander bezogene Kenntnisse vermitteln. Ein Modul wird grundsätzlich mit einer Prüfung abgeschlossen, für deren erfolgreiches Bestehen Leistungspunkte vergeben werden.

Leistungspunkte

In den neuen Studiengängen wird den Studierenden ihr effektives Arbeitspensum gutgeschrieben. Hierzu zählen nicht nur die Semesterwochenstunden der besuchten Lehrveranstaltungen, sondern auch Zeiten für die Vor- und Nachbereitung der Seminare, Prüfungen oder Pflichtpraktika. Die in einem Studium anfallende Arbeitszeit wird in Leistungspunkten ausgedrückt. Diese zeigen auf, wie viel Zeit ein durchschnittlicher Studierender für eine bestimmte Lehrveranstaltung aufwendet.

Europaweit gilt die Regelung, dass der Arbeitsaufwand für ein Vollzeitstudium pro akademischem Jahr mit 60 Leistungspunkten veranschlagt wird. Ein Leistungspunkt entspricht 25 – 30 Stunden Arbeitszeit. Das Gesamtarbeitspensum pro Studienjahr entspricht damit bei 1500 – 1800 Stunden oder, bei vier Wochen Urlaub pro Jahr, einer wöchentlichen Arbeitsbelastung von 31,25 – 37,5 Stunden.

Anders als bisher werden die im Studium erbrachten Leistungen mit unterschiedlicher Gewichtung in die Endnote miteinbezogen.

Diploma Supplement

Als Ergänzung zum Bachelor- oder Masterzeugnis beschreibt das Diploma Supplement in Englisch und der jeweiligen Landessprache detailliert Inhalt und Niveau des Studienganges und enthält persönliche Angaben zum Absolventen sowie Informationen zu der jeweiligen Hochschule, die den Abschluss verleiht. Im sogenannten »Transcript of Records« werden alle Studienleistungen und die jeweiligen Benotungen detailliert aufgeführt.

Akkreditierung

Die Akkreditierung der neuen Studiengänge unterstützt die Veränderungsprozesse an den Hochschulen, indem sie fachliche und inhaltliche Mindeststandards, die Berufsrelevanz und die Gesamtkonzeption der Studiengänge prüft. Die Akkreditierung bzw. Zertifizierung von Studiengängen erfolgt nach einem externen Begutachtungsverfahren und wird durch Agenturen durchgeführt, die ihrerseits einer externen Evaluation unterliegen. Die Akkreditierung eines Studienganges ist an die Einhaltung der erforderlichen Qualitätsstandards gebunden.

Bachelor Welcome! – More Bachelors and Masters Welcome!

Im Juni 2004 haben führende Personalvertreter der deutschen Wirtschaft ihren Beitrag zum Gelingen des Bologna-Prozesses in Deutschland in dem Memorandum »Bachelor Welcome!« festgehalten. Hierin sagen sie den Hochschulen ihre Unterstützung zu, um auch seitens der Wirtschaft zu einem Gelingen der Strukturreform beizutragen.

Den zukünftigen Absolventen werden Einstiegschancen in den Beruf und umfangreiche Weiterbildungsangebote zugesichert. Ferner wollen die Unterzeichner des Memorandums verstärkt mit den Hochschulen kooperieren, um den Studierenden den problemlosen Übergang vom Studium in das Berufsleben zu gewährleisten.

Verbunden mit dieser Unterstützung sind Forderungen an die Hochschulen, für eine hohe Qualität der Studienangebote zu sorgen, Praxisnähe und internationalen Bezug während des Studiums zu gewährleisten und den Absolventen das Kernwissen ihres jeweiligen Faches sowie Methoden- und Sozialkompetenz zu vermitteln.

Zwei Jahre später wurden mit der Initiative »More Bachelors and Masters Welcome!« die Zusagen der Wirtschaft zur Unterstützung und Kooperation mit den Hochschulen noch einmal bekräftigt. Mit der Zusage der Unternehmen, eng mit den Hochschulen zu kooperieren, war die Forderung an die Hochschulen verbunden, im Rahmen der neuen Studiengänge eine qualitativ hochwertige Ausbildung anzubieten.

Neben einer klareren Strukturierung des Studiums und der europaweiten Anerkennung und Vergleichbarkeit der Abschlüsse ist mit der Umsetzung der Bologna-Richtlinien auch die stärkere Orientierung an der späteren beruflichen Praxis der Studierenden vorgesehen. Oberstes Ziel ist hierbei, die Beschäftigungsfähigkeit der Absolventinnen und Absolventen zu erhöhen. Erreicht werden soll dies unter anderem durch ein obligatorisches Berufspraktikum sowie durch die Vermittlung praxisbezogener Kompetenzen im Rahmen des Studiums. An der Universität Hamburg bieten die Departments Sprach-, Literatur- und Medienwissenschaften I + II innerhalb der Fakultät für Geisteswissenschaften seit dem Wintersemester 2005/2006 die neuen Bachelor-Studiengänge an. 15 Prozent der Studienleistung werden in Lehrveranstaltungen und Projekten zur Ausbildung und Stärkung berufsqualifizierender Kompetenzen erbracht.

2 Sinn und Zweck von Praktika

Praktika bieten sowohl den Studierenden als auch den Unternehmen eine Vielzahl von Vorteilen. Die Erfahrungen im Umgang mit einem Praktikanten können für das Unternehmen genauso bereichernd sein wie die gesammelten Eindrücke über das Berufsleben für die Studierenden.

2.1 Vorteile für die Studierenden

Berufliche Orientierung

Für den schnellen Einstieg in den Wunschberuf sind die frühzeitige Orientierung auf dem Arbeitsmarkt und das Sammeln erster Praxiserfahrungen hilfreich. Dies gilt umso mehr für Absolventinnen und Absolventen geisteswissenschaftlicher Disziplinen, weil es für sie ein sehr breites Spektrum an möglichen Berufsfeldern gibt. Entsprechend wichtig ist es gerade für Studierende dieser Fächer, sich bereits im Studium über spätere Tätigkeitsbereiche zu informieren und erste berufspraktische Erfahrungen zu sammeln, um einen möglichst reibungslosen Übergang in das Berufsleben zu gewähren. Hierbei helfen qualifizierte Berufspraktika, die Studierende im Rahmen ihres Studiums absolvieren: der Erwerb beruflicher Erfahrungen und nicht die reine Arbeitsleistung stehen im Mittelpunkt.

Anwendung von Fachwissen

Durch ein Praktikum haben Studierende die Möglichkeit, ihr fachliches Wissen über die praktische Anwendung zu vertiefen und zu festigen sowie neue Anstöße für ihre berufliche Orientierung zu gewinnen. Im Idealfall erweist sich das Berufspraktikum als Bestätigung für die Studienwahl und bereits angedachte Berufswünsche. Die Studierenden können Branchenkenntnisse und geknüpfte Kontakte nutzen, um sich im weiteren Verlauf ihres Studiums durch zusätzliche Praktika oder Nebenjobs vertiefte Kenntnisse anzueignen.

Doch auch ein Praktikum, welches mit der Vorstellung von dem jeweiligen Berufsfeld nicht übereinstimmt, kann auf dem Weg in das Berufsleben einen wichtigen Schritt nach vorne bedeuten. Studierende können jetzt genauer einschätzen, welche Tätigkeiten oder Branchen sie interessieren und wie sie ihren Berufswahlprozess fortführen möchten. Mit diesem neuen Wissen haben sie die Möglichkeit, gezielt weitere Branchen kennenzulernen und ihr berufliches Ziel zu konkretisieren.

Probelauf Bewerbungsprozess

Neben der praktischen Orientierung stellt das Berufspraktikum jedoch auch einen »Probelauf« für den Einstieg in das Berufsleben nach Studienende dar. Es werden sämtliche Schritte von der Recherche nach geeigneten Praktikumsgebern, dem telefonischen oder schriftlichen Erstkontakt, dem Erstellen der Bewerbungsunterlagen, dem Vorstellungsgespräch und schließlich der Tätigkeitsaufnahme im Unternehmen

durchlaufen. Damit werden durch das Berufspraktikum bereits im Vorwege Bewerbungsabläufe und Möglichkeiten der Selbstdarstellung geübt. Zudem erleichtert es den späteren Übergang in das Berufsleben. Wer bereits über mehrere Wochen den Alltag eines Vollzeitangestellten erlebt und sich mit den Erwartungen, Rechten und Pflichten eines Erwerbstätigen vertraut gemacht hat, dem wird es später umso leichter fallen, in den Berufsalltag einzusteigen und sich in ein Team zu integrieren.

Kontakte knüpfen

Die im Rahmen eines Praktikums entstandenen Kontakte sind ebenfalls von großer Bedeutung. Studierende haben hiermit die Möglichkeit, sich ihr eigenes Netzwerk aufzubauen. Der Kontakt zum Praktikumsgeber sollte auch nach dem Ende des Praktikums gepflegt werden. Möglicherweise ergibt sich die Chance, im Rahmen einer studentischen Tätigkeit dem Unternehmen treu zu bleiben und damit weitere Praxiserfahrungen zu sammeln. Außerdem besteht die Möglichkeit, Insider Tipps über die jeweilige Branche einzuholen oder neue Kontakte zu knüpfen und damit weitere Impulse für den Berufseinstieg zu erhalten.

Praxiserfahrungen ausbauen

Auch wenn das Berufspraktikum häufig die erste Erfahrung einer »Vollzeitbeschäftigung« darstellt, gehen die Studierenden nicht völlig unvorbereitet in ihr Berufspraktikum. Viele von ihnen haben bereits während des Studiums durch Nebentätigkeiten, ehrenamtliches Engagement in Vereinen und an der Universität oder auch durch eine Ausbildung vor Aufnahme des Studiums Praxiserfahrungen gesammelt. Auch erworbenes Fachwissen und die Ausbildung von Schlüsselqualifikationen im Studium erleichtern den Studierenden das erfolgreiche Absolvieren eines Praktikums. In diesem Zusammenhang beinhaltet das Berufspraktikum sowohl die Chance zum Sammeln neuer praktischer Erfahrungen, als auch zum Ausbau vorhandener Kenntnisse und Fähigkeiten.

2.2 Vorteile für die Arbeitgeber

Auch für die Praktikumsgeber ergibt sich bei der Durchführung von qualifizierten Berufspraktika ein hoher Nutzeffekt.

Potentielle Mitarbeiter kennenlernen und fördern

Für die Praktikumsgeber bietet sich die Chance, sich mit den zukünftigen Absolventen der neuen Bachelor-Studiengänge vertraut zu machen. Sie lernen potentielle Arbeitnehmer und ihre Profile kennen und erhalten damit die Möglichkeit, sich langfristig auf die neuen Absolventen einzustellen.

Praktika dienen auch dazu, erfolgreiche Praktikanten als zukünftige feste Mitarbeiter für das Unternehmen zu gewinnen. Praktikanten, die bereits im Praktikum erworbenes Wissen über den zukünftigen Arbeitgeber mitbringen, sind ein großer Vorteil für das Unternehmen. Unternehmer, die bei zukünftigen Stellenbesetzungen auf einen Pool von ehemaligen Praktikanten zurückgreifen können, sparen zudem die nicht unerheblichen Kosten der Bewerbersuche.

Neue Ideen für das Unternehmen

Praktikanten bringen »frischen Wind« und neue Ideen in die Unternehmen. Im Dialog mit Praktikanten über Strukturen und Arbeitsabläufe kann sich der Blick für das eigene Unternehmen – positive Aspekte, aber möglicherweise auch kleinere Schwachstellen – schärfen.

Entlastung der Mitarbeiter

Der hohe Lernwert bei Studierenden kann mit der Arbeitsentlastung des Praktikumsgebers positiv korreliert sein: Studierende werden in die Praxis eingebunden, erhalten eigene Aufgabenbereiche und können so auch Praktikumsgeber in Aufgabenbereichen entlasten. Dies können Rechercheaufgaben sein, die Vorbereitung von Präsentationen oder auch Übernahme von Teilaufgaben in Projekten.

2.3 Vorteile für die Hochschulen

Hochschulen können wichtige Erkenntnisse aus den Praktikumserfahrungen der Studierenden für die Gestaltung des Studiums ziehen. Rückmeldungen seitens der Studierenden und der Praktikumsgeber ermöglichen eine zügigere Weiterentwicklung des Lehrangebotes mit einem höheren Praxisbezug. Im Rahmen des Berufspraktikums erfahren Studierende und Unternehmen, in welchen Bereichen das Lehrangebot der Hochschulen ausgebaut werden könnte und welche Qualifikationen den Studierenden zuzüglich zu ihrer Fachkompetenz vermittelt werden sollten. In der Kooperation von Hochschule und Wirtschaft können zudem neue Ideen für die Lehre entstehen, die ihrerseits einen hohen Praxisbezug bei der Vermittlung von Studieninhalten ermöglichen. Durch die Zusammenarbeit mit Theatern oder Literaturhäusern können beispielsweise literaturwissenschaftliche Seminare praxisnäher gestaltet werden und die Studierenden gleichzeitig Einblicke in den Berufsalltag erhalten.

Von einer engeren Zusammenarbeit profitieren Hochschulen und Unternehmen gleichermaßen: mit einem neuen, praxisorientierten Lehrangebot gewinnen die Unternehmen gut vorbereitete Praktikanten. Den größten Vorteil aus einer solchen Kooperation werden aber die Studierenden ziehen, die an ihrer Hochschule adäquat auf ihr Pflichtpraktikum vorbereitet und im Praktikum optimal durch die Unternehmen betreut werden.

3 Schlüsselqualifikationen in Studium und Beruf

Der Arbeitsmarkt schätzt Geisteswissenschaftler als Generalisten. Ihre Stärken liegen in den Bereichen Kommunikation, Organisation und Teamarbeit sowie ihrer Fähigkeit zum interdisziplinären Denken und Arbeiten. Sie erlangen durch das Studieren von mindestens zwei Fächern geistige Flexibilität und sind in der Lage, Aufgaben- und Problemstellungen von verschiedenen Seiten zu betrachten und auch unkonventionelle Lösungsansätze zu entwickeln. Das Studium bietet zudem die Möglichkeit, eine Vielzahl von wichtigen Schlüsselqualifikationen auszubilden, die auch im Berufsalltag verlangt werden. So decken sich beispielsweise bei der Kommunikations- und Präsentationskompetenz, der Teamfähigkeit sowie der Fähigkeit zum strukturierten und analytischen Arbeiten die Erwartungen der Arbeitgeber mit den Schlüsselqualifikationen, die insbesondere Studierende der Sprach-, Literatur- und Medienwissenschaften während ihres Studiums ausbilden können.

3.1 Schlüsselqualifikationen von Geisteswissenschaftlern

3.1.1 Kommunikationskompetenz

Studierende der sprach-, literatur- und medienwissenschaftlichen Fächer beschäftigen sich in ihrem Studium intensiv mit Sprache und Literatur und setzen sich mit verschiedenen Theorien und Fragestellungen auseinander. Sie referieren Arbeitsergebnisse vor dem Plenum, diskutieren mit Kommilitonen und vertreten ihre Argumente in Form schriftlicher Hausarbeiten. Das Studium schult die sprachliche und schriftliche Ausdrucksfähigkeit. Durch die vielfältigen Formen des schriftlichen und mündlichen Austausches lernen Studierende bereits früh im Studium, unterschiedliche Möglichkeiten der Ergebnispräsentation adäquat einzusetzen, frei vor einem Publikum zu sprechen und sich situationsgerecht und präzise auszudrücken.

3.1.2 Medien- und Informationskompetenz

Eng verknüpft mit einer strukturierten Arbeitsweise ist die bei Geisteswissenschaftlern stark ausgeprägte Recherche- und Informationsfähigkeit. Die ständige Einarbeitung in neue Themen erfordert die Recherche in unterschiedlichen Medien nach Informationen sowie die Auswertung und Aufbereitung der Ergebnisse. Nach der Recherche und der Aufarbeitung eines Themas erfolgt das Auftreten vor der Seminarleitung und den Kommilitonen. Für die Präsentation wird sowohl die Form der Einzel- und Gruppenreferate als auch die Gestaltung einer gesamten Seminarstunde genutzt. Die Studierenden lernen, vor Publikum zu sprechen und Themen mit Hilfsmitteln wie Beamern, Flipcharts und Powerpoint-Präsentationen zu vermitteln. Diese Fähigkeit zur Recherche nach und Präsentation von Informationen ist insbesondere in einer Informations- und Wissensgesellschaft unabdingbar. In weiterführenden Kursen können sie die Grundkenntnisse im Umgang mit Textverarbeitungs- und Internetsoftware durch zusätzliche Kompetenzen in den Bereichen Recherchetechnik, Layout/Textgestaltung, Bildbearbeitung, Website-Gestaltung, Bildbearbeitung sowie Audio- und Videoschnitt ausbauen.

3.1.3 Fremdsprachenkenntnisse und Interkulturelle Kompetenz

Die Studierenden sprach-, literatur- und medienwissenschaftlicher Fächer verfügen in der Regel über gute bis sehr gute Fremdsprachenkenntnisse. Sie studieren fremdsprachige Philologien, nutzen fremdsprachige Fachliteratur und setzen sich im Studium häufig intensiv mit der Kultur und Literatur ihres jeweiligen Faches auseinander. Die Beschäftigung mit fremden Kulturen und Auslandsaufenthalte in Form von längeren Sprachkursen, Auslandssemestern oder Auslandspraktika schulen zudem die interkulturelle Kompetenz. Studierende sprach- und literaturwissenschaftlicher Fächer verfügen in der Regel über eine große kulturelle Offenheit und die Fähigkeit, sich schnell auf fremde Kulturen einzustellen.

3.1.4 Teamfähigkeit und Eigenständigkeit

In einem geisteswissenschaftlichen Studium erwerben Studierende sowohl die Fähigkeit zu eigenständiger Arbeit als auch zur Arbeit im Team. Die Organisation des Studiums unter Berücksichtigung der eigenen Interessen verlangt ein hohes Maß an Eigenständigkeit, Selbstdisziplin und Flexibilität. Neben den Phasen des selbstbestimmten Arbeitens stehen auch immer Phasen, in denen die Studierenden in Gruppen Präsentationen vorbereiten, für Klausuren lernen oder sich in studentischen Initiativen engagieren. Sie lernen, sich in Arbeitsgruppen zu integrieren und Aufgaben sinnvoll untereinander abzustimmen und stellen dadurch ihre Teamfähigkeit unter Beweis. Auch in den Seminaren, die häufig offene Diskussionen mit einschließen, lernen Studierende, auf Ansichten anderer und deren Kritik zu reagieren und gemeinsam das Seminarthema zu erarbeiten.

3.1.5 Konflikt- und Kritikfähigkeit

Die Arbeit im Team schult zugleich auch die Konfliktfähigkeit der Studierenden. In jedem Semester werden die Seminargruppen neu gemischt, sodass sich regelmäßig zu Semesterbeginn neue Gruppen zum Beispiel für Präsentationen bilden. Oft können sich die Studierenden dabei nicht aussuchen, mit wem sie zusammen arbeiten werden. Wie im späteren Berufsleben nötig lernen sie, auch mit schwierigen Situationen im Rahmen von Teamarbeit umzugehen, Konflikte zu schlichten und dennoch gute Arbeitsergebnisse zu präsentieren.

3.1.6 Organisationskompetenz

Sprach-, literatur- und medienwissenschaftliche Studiengänge erfordern von den Studierenden nach wie vor ein hohes Maß an Selbstorganisation. Durch die Vorgaben, innerhalb bestimmter Zeiträume die erforderlichen Seminare zu besuchen und Prüfungen abzulegen, lernen die Studierenden, Arbeitsabläufe zu strukturieren und effizient zu arbeiten. Dazu gehört auch, Prioritäten setzen zu können und das Verfassen einer Hausarbeit oder die Vorbereitung auf eine Klausur zielgerichtet zu organisieren. Nicht nur einzelne Semester oder Studienabschnitte, sondern der gesamte Studienablauf wird geplant und häufig mit Nebentätigkeiten oder Praktika koordiniert.

3.1.7 Strukturiertes und zielorientiertes Herangehen an neue Aufgaben

Im Laufe eines geisteswissenschaftlichen Studiums kommen die Studierenden mit den unterschiedlichsten Themen in der jeweils gewählten Disziplin in Berührung. Sie arbeiten sich regelmäßig und häufig unter Zeitdruck in neue Themen und Aufgaben ein. Dies schult den »Blick für das Wesentliche« und ermöglicht den Studierenden, im Laufe ihres Studiums eine strukturierte Herangehensweise an neue Themen und Aufgaben zu erwerben. Die Abgabetermine für Hausarbeiten und bereits zu Semesterbeginn feststehende Klausurtermine fördern zielorientiertes und termingerechtes Arbeiten sowie die Fähigkeit, Wichtiges von Unwichtigem zu trennen.

3.2 Schlüsselqualifikationen im Arbeitsalltag

Die eben benannten Fähigkeiten sind nicht nur für ein erfolgreiches Studieren erforderlich, sondern insbesondere für einen reibungslosen Einstieg in das Arbeitsleben. Viele der skizzierten Kompetenzen von Geisteswissenschaftlern decken sich dabei mit den Erwartungen der Arbeitgeber an ihre Mitarbeiter. Von den Studierenden sollte die Chance, diese Kompetenzen im Rahmen des Studiums zu erwerben und auszubauen, deshalb unbedingt genutzt werden! Zudem werden von zukünftigen Absolventen auf dem Arbeitsmarkt auch Eigenschaften wie Belastbarkeit, Leistungsbereitschaft und Verantwortungsbewusstsein erwartet.

3.2.1 Verantwortungsbewusstsein und Kundenorientierung

Die betrieblichen Aufgaben ergeben sich vor allem aus der Orientierung am Kunden, der je nach Berufsfeld Konzertbesucher, Ratsuchender oder ein Wirtschaftsunternehmen sein kann. Beispielsweise bei der Organisation eines Musikfestivals werden sich die Ausrichter bereits im Vorwege überlegen, welche Erwartungen der Kunden bzw. Festivalbesucher sie erfüllen müssen, damit das Festival sich finanziell trägt und für Ausrichter wie Besucher gleichermaßen ein Erfolg wird. Aufgaben können nicht willkürlich aufgeschoben werden, sondern müssen pünktlich und zuverlässig erfüllt werden. Verbunden mit dieser Arbeitshaltung ist Verantwortungsbewusstsein als die Fähigkeit, für etwas einzustehen, auch wenn es einmal misslingt. Arbeit, Lästiges und Verantwortung dürfen nicht auf andere abgeschoben werden. Zuverlässigkeit und Verantwortungsbewusstsein sind die Grundlagen für eine erfolgreiche Zusammenarbeit in einem Unternehmen und für das Erreichen der gesetzten Ziele.

3.2.2 Leistungswille und Erfolgsorientierung

Entscheidend ist dies vor allem für einen erfolgreichen Berufsstart. Aber auch von Praktikanten erwarten Unternehmen, dass sie Einsatzbereitschaft zeigen und ihren Willen, durch ihre Leistung das Unternehmen und sich selbst weiter zu bringen, sichtbar machen. Dies ist insbesondere deshalb wichtig, weil sich durch erfolgreich absolvierte Praktika häufig weitere berufliche Möglichkeiten in dem Unternehmen ergeben können.

3.2.3 Lernkompetenz und selbstständige Arbeitsweise

Der Fähigkeit, sich selber Wissen anzueignen und Neues zu erlernen, wird von den Unternehmen große Bedeutung zugewiesen. Das erklärte Ziel der praxisorientierten Bachelor-Studiengänge ist es, mehr berufsrelevantes Wissen zu vermitteln. Das Lernen hört jedoch mit Abschluss des Studiums nicht auf, besonders da das spezifische Wissen, das am jeweiligen Arbeitsplatz vonnöten ist, »on the job« erworben wird. Lebenslanges Lernen wird immer wichtiger. Hierfür braucht es eine große Portion Lernkompetenz. Von Studierenden wird erwartet, dass sie gelernt haben, wie man lernt.

Die Unternehmen erwarten, dass junge Erwachsene in der Lage sind, Verantwortung zu übernehmen und selbstständig zu arbeiten. Dieser Punkt überschneidet sich mit dem Bereich der Lernkompetenz. Eine selbstständige Arbeitsweise heißt aber auch, Eigeninitiative zu ergreifen und von sich aus auf Probleme und Handlungsbedarf hinzuweisen und, wenn möglich, Lösungen zu präsentieren.

3.2.4 Belastbarkeit

Der Start in das Arbeitsleben ist eine Herausforderung. Als Berufsanfänger wird man neue Eindrücke verarbeiten und sich eine Menge neues Wissen aneignen müssen. Bereits im Rahmen eines Berufspraktikums erfahren Studierende einen durch die Arbeit geprägten Lebensrhythmus. Feste Arbeitszeiten strukturieren den Alltag, Freizeitaktivitäten müssen evtl. neu organisiert und ein eigener Rhythmus entwickelt werden. Es ist sinnvoll, sich darauf einzustellen, dass sich Phasen des Erfolgs mit Phasen, in denen es nicht so gut läuft, abwechseln und die Arbeit manchmal auch als Belastung empfunden werden kann. Die benötigte Frustrationstoleranz hat man jedoch idealerweise bereits durch die elterliche Erziehung, Schule und vor allem im Studium erlernt. So ist man gut gerüstet, auch bei einem Misserfolgserlebnis oder vorläufigem Ausbleiben des Erfolgs weiter »am Ball zu bleiben«

4 Berufsfelder für Geisteswissenschaftler

Für Absolventinnen und Absolventen geisteswissenschaftlicher Fächer bietet sich durch ihr Fachwissen und die im Studium erworbenen Schlüsselqualifikationen eine Vielzahl von späteren Berufsfeldern, die in mehr oder weniger engem Zusammenhang mit dem absolvierten Studium stehen.

4.1 Tätigkeitsbereiche für Geisteswissenschaftler

Die folgende Vorstellung der häufigsten Tätigkeitsbereiche für Geisteswissenschaftler stellt jeweils eine Skizze des Berufsfeldes und eine Übersicht über die wichtigsten Anforderungen dar. Für alle Berufsfelder gilt, dass bereits während des Studiums berufspraktische Erfahrungen gesammelt werden sollten, um den späteren Einstieg in das entsprechende Tätigkeitsfeld zu erleichtern. Praxiserfahrungen beispielsweise in Form von Praktika, Nebenjobs oder ehrenamtlichem Engagement sind in der Regel Voraussetzung für den Berufseinstieg.

4.1.1 Medienberufe (Film, Fernsehen, Print, Hörfunk, Internet)

In diesen Bereich fallen typische journalistische, redaktionelle und dramaturgische Tätigkeiten bei Printmedien, Hörfunk, Fernsehen, Online-Redaktionen und in der Film-Branche. Die Verarbeitung und Aufbereitung von Informationen oder fiktionalen Angeboten für unterschiedliche Zielgruppen (zum Beispiel Leser von Tageszeitungen, Nutzer eines Online-Portals oder Rezipienten von Rundfunksendungen) steht hier an erster Stelle. Abgesehen von diesen »klassischen« Tätigkeiten stehen Geisteswissenschaftlern unter anderem die Einbindung in Film- und TV-Produktionen oder Tätigkeiten in der Mediengestaltung offen. Neben guter Allgemeinbildung und ausgeprägten sprachlichen und medienästhetischen Kompetenzen sowie medientechnischem Verständnis sind die Fähigkeit, unter Zeitdruck arbeiten zu können sowie Recherchekenntnisse und eine hohe Kontaktfreudigkeit äußerst wichtig.

Mögliche Tätigkeiten in einem Praktikum

- Kennenlernen der Aufnahmetechniken, technischen Anlagen und Geräte
- Kennenlernen und Erprobung der einzelnen journalistischen Schreibstile
- Kennenlernen und Anwendung redaktioneller und dramaturgischer Arbeitstechniken
- Anfertigung eigener Artikel/Beiträge, Bearbeitung des Internetauftritts mit Content-Management-Systemen (die redaktionelle Bearbeitung von Internetauftritten)
- Rechercharbeiten, Aufbereitung und Analyse der Quellen und Erkenntnisse
- Teilnahme an Programmplanungen und Redaktionskonferenzen
- Teilnahme an und Durchführung von Interviews

4.1.2 Verlagswesen

Der klassische Einsatz von Geisteswissenschaftlern im Verlagswesen ist die Tätigkeit im Lektorat oder als Redakteur. Außerdem eröffnen sich Möglichkeiten im Vertrieb, der Kundenbetreuung oder der Öffentlichkeitsarbeit. Seit einiger Zeit bietet es sich zudem an, im Online-Buchhandel zum Beispiel im Bereich des Content-Management tätig zu werden. Sprachliche Sicherheit, Begeisterung für Bücher und betriebswirtschaftliche Kenntnisse sind für eine Tätigkeit im Verlag erforderlich. Im neuen Segment des Online-Buchhandels sind zudem umfassende EDV-Kenntnisse unverzichtbar.

Mögliche Tätigkeiten in einem Praktikum

- Kennenlernen der Produktpalette, der verschiedenen Publikationen und der Zielgruppen
- Produktion kennenlernen, eigene Druckerei versus Fremddruck, verwendete Drucksysteme
- Kennenlernen der Bildredaktion, Bilder recherchieren und beschaffen
- Kennenlernen der Textredaktion, Themen recherchieren, eigene Texte schreiben
- Mitarbeit bei der Anzeigenakquise, und -abwicklung
- Mithilfe bei der Lektoratsarbeit, Autorenbetreuung
- Organisation von Lesungen, Lesereisen
- Mitarbeit in der Abonnementsverwaltung, der Remittenden-Abwicklung und der Kundenbetreuung

4.1.3 Theater-, Musik- und Kulturmanagement

Arbeitgeber aus diesem Bereich sind unter anderem Museen, Theater und Konzerthäuser sowie Einrichtungen, die sich auf den Kulturaustausch spezialisiert haben. Auch staatliche und kommunale Einrichtungen wie Kultusministerien und Kulturinstitutionen der Kommunen und Länder zählen hierzu. Kulturmanager nehmen eine Mittlerfunktion zwischen Kultur und Wirtschaft ein.

Um Kunst und Kultur entstehen zu lassen, müssen Budgets geplant und Projekte geleitet werden. Dies schließt immer häufiger auch Fundraising, das Sammeln von Spendenmitteln, mit ein. Mit Hilfe von Marketinginstrumenten und Veranstaltungen wird im Fundraising Werbung für die jeweilige Institution oder Veranstaltung gemacht und dies mit der Möglichkeit zu spenden verknüpft. Dies erfordert stark ausgeprägtes Einfühlungs- und Kommunikationsvermögen, da immer wieder neue Zielgruppen angesprochen werden. Außerdem sind im Projektmanagement, das heißt etwa bei der Planung und Organisation von Veranstaltungen, Zielorientierung und Belastbarkeit unbedingt notwendig. Neben einem großen Interesse an Kultur, Kreativität, hohem Organisationsgeschick und kommunikativen Kompetenzen sind für eine Tätigkeit im Kulturmanagement Branchenkenntnisse und betriebswirtschaftliches Grundlagenwissen wichtig.

Mögliche Tätigkeiten in einem Praktikum

- Künstler- und Schauspielerbetreuung
- Mitarbeit bei der Veranstaltungsorganisation, Erstellung von Einladungen, Flyern oder Broschüren
- Verfassen von Pressemeldungen, Erstellen von Presseclippings
- Adressdatenbanken pflegen, Verteiler zusammenstellen
- Themen- und Personenrecherche für Veranstaltungen
- Betreuung und Nachbereitung von Veranstaltungen
- Fundraising, Recherche nach Spendern, Spendermailing, Statistiken auswerten, Spenderbetreuung, Unterstützung bei der Konzeption und Durchführung von Kampagnen

4.1.4 Eventmanagement

Die Konzeption, Vorbereitung und Durchführung eines Events hat häufig auch die Übermittlung einer Werbebotschaft zum Ziel. Neben der klassischen Organisation von Musikfestivals erstreckt sich das Aufgabenspektrum von Eventmanagern beispielsweise auch auf Veranstaltungen zur Neueinführung von Produkten oder die Jubiläumsfeier eines Unternehmens.

Kreative Phasen werden dabei begleitet von Planungs- und Verwaltungsarbeit. Betriebswirtschaftliches Grundwissen, ausgeprägte Organisationsfähigkeit, kommunikatives Geschick und die Fähigkeit, auch in stressigen Situationen die Ruhe zu bewahren, sind Grundvoraussetzungen für eine Tätigkeit im Eventmanagement.

Mögliche Tätigkeiten in einem Praktikum

- Einbindung in allgemeine Büroorganisation
- Pflege oder Aufbau einer Adressdatenbank
- Veranstaltungseinladungen entwerfen, verschicken
- Assistenz im Projektmanagement
- Ablaufpläne für Veranstaltungen erstellen
- Veranstaltungen betreuen und nachbereiten
- Mitarbeit bei der Kundenbetreuung (Telefon, Email etc.)
- Bearbeitung von Aufträgen (Kennenlernen des Auftragsmanagements)
- Mitarbeit in der Akquise
- Teilnahme an Besprechungen

4.1.5 Marketing/Werbung und Öffentlichkeitsarbeit (intern und extern)

Die Befriedigung von Kundenbedürfnissen und die bestmögliche Platzierung eines Produktes auf dem Markt ist das Ziel erfolgreichen Marketings. Dabei kann es sowohl darum gehen, die bestehende Position eines Unternehmens auf dem Markt zu stabilisieren als auch darum, neue Marktsegmente zu erschließen. Als **Marketing-Mitarbeiter**

innerhalb eines Unternehmens arbeitet man häufig eng mit der Entwicklung und dem Vertrieb zusammen. Auch Marktforschungsinstitute, Marketing- und Werbeagenturen bieten vielfältige Einsatzmöglichkeiten für Marketing-Fachleute.

Werbeagenturen sind Dienstleistungsunternehmen, die für Firmen und andere Auftraggeber die Beratung, Konzeption, Planung, Gestaltung und Realisierung von Werbe- und sonstigen Kommunikationsmaßnahmen übernehmen. Durch die Vielfalt der Aufgabenbereiche eröffnen Werbeagenturen viele Jobmöglichkeiten für Geisteswissenschaftler, zum Beispiel als »Kontakter«, der als Bindeglied zwischen dem Kunden und den Kreativen der Agentur fungiert.

Hauptziel der Öffentlichkeitsarbeit (externe Unternehmenskommunikation) ist es, Kunden und Mitarbeiter über ein Unternehmen oder auch kulturelle Einrichtungen und Stiftungen zu informieren. Mit Hilfe von Instrumenten aus der klassischen Pressearbeit wie der Erstellung von Pressemitteilungen oder Selbstdarstellungen und Imagebroschüren sowie der Kontaktpflege zu Journalisten wird ein positives Bild eines Unternehmens nach außen transportiert. Hauptziel ist es dabei, bestehende Kunden weiter an das Unternehmen zu binden und neue Kunden zu gewinnen sowie das Unternehmen bekannt zu machen und es in der Öffentlichkeit zu positionieren.

Im Bereich der internen Unternehmenskommunikation richtet sich die Arbeit an die Mitarbeiter. Durch Newsletter, Mitarbeiterzeitungen oder Veranstaltungen und dem damit vermittelten Selbstbild des Unternehmens sollen sich die Mitarbeiter verstärkt mit dem Unternehmen identifizieren.

Im Marketing und der Öffentlichkeitsarbeit arbeitet man an der Schnittstelle zwischen Unternehmen, Medien, Kunden und Mitarbeitern. Flexibilität, Medienkompetenz, eine ausgeprägte Ausdrucksfähigkeit, Kreativität, Durchsetzungsvermögen, Kontaktfähigkeit, Verhandlungsgeschick sowie Fremdsprachenkenntnisse und eine gute Allgemeinbildung sind nötig, um in diesen Bereichen einsteigen zu können. Für einen Einstieg in die Öffentlichkeitsarbeit sind zudem erste journalistische Erfahrungen hilfreich. Praktika oder Nebentätigkeiten sollten genutzt werden, um journalistische Vorerfahrung zu sammeln. Geisteswissenschaftler, die sich für den Bereich Marketing interessieren, sollten sich neben dem Absolvieren von Praktika im Marketing vor allem gezielt Fachwissen und grundlegende betriebswirtschaftliche Kenntnisse aneignen, um sich mit Wirtschaftswissenschaftlern, die mit Schwerpunkt Marketing studiert haben, messen zu können.

Die Arbeit in einer Werbeagentur erfordert eine hohe Stressresistenz und Belastbarkeit, außerdem ist das Beherrschen von einschlägigen Grafikprogrammen von Vorteil.

Mögliche Tätigkeiten in einem Praktikum

- Fragebogen entwerfen, Statistiken auswerten
- Zielgruppenanalyse, Marktanalyse, Markt- und Produktrecherchen
- Datenbankenpflege, Erstellen von Verteilern
- Erstellen von Präsentationsfolien und -materialien

- Werbebotschaften, Werbekonzepte entwickeln
- Analyse der verwandten Werbemittel und Werbeträger
- Kundenbetreuung, Akquisition neuer Kunden (schriftlich, telefonisch, persönlich)
- Organisation von Veranstaltungen und Kundenbesuchen
- Entwerfen und Gestalten von Mailings
- Presseclippings erstellen
- Themen für Pressemeldungen recherchieren, eigene Pressemeldungen verfassen, redigieren, absprechen
- Themenrecherchen, Mithilfe bei der Erstellung von Konzepten, bei der Ideenfindung für Events und PR-Konzepten
- Unterstützung bei Veranstaltungen, Journalistenbetreuung

4.1.6 Stiftungen und Non-Profit-Organisationen

Im sogenannten »Dritten Sektor«, das heißt, dem Teil einer Volkswirtschaft, der die nichtstaatlichen und nicht gewinnorientierten Organisationen umfasst, bietet sich für Geisteswissenschaftler eine Tätigkeit vor allem in der Öffentlichkeitsarbeit und dem Fundraising an. In diesen Bereich fallen Einrichtungen aus Bildung und Kultur, beispielsweise politische Stiftungen, Begabtenförderungswerke und Organisationen, die sich für Menschenrechte, die Integration von Migranten oder die Unterstützung speziell von Frauen einsetzen. Die Vertretung zum Beispiel einer politischen Stiftung nach außen oder die Einwerbung von Mitteln für eine Organisation, die sich im Bereich der Menschenrechte einsetzt, setzt in jedem Fall eine starke Identifikation mit den Zielen der jeweiligen Institution voraus. Im Bereich des Fundraising sind neben sehr guten kommunikativen Fähigkeiten und Marketingkenntnissen auch betriebswirtschaftliches Wissen und Kenntnisse in der Budgetplanung erforderlich. Organisations- und Verhandlungsgeschick sowie kommunikative Fähigkeiten sind für eine Tätigkeit in der Öffentlichkeitsarbeit nötig.

Mögliche Tätigkeiten in einem Praktikum

- Fundraising, Recherche nach Spendern, Spender-Mailing, Statistiken auswerten, Spenderbetreuung, Unterstützung bei der Konzeption und Durchführung von Kampagnen
- Mitarbeit bei der Werbemittelproduktion, Inhalte zuliefern, Werbeträger recherchieren, Angebote einholen
- Betreuung der Förderer und Sponsoren bei Veranstaltungen
- Pressemitteilungen erstellen, Aktualisierung der Website, Newsletter erstellen und verschicken
- Veranstaltungsorganisation: Themenrecherche, Referentenrecherche, Einladungstexte und Verteiler erstellen, Einladungen verschicken
- Datenbankenpflege
- Mitarbeit an laufenden Projekten
- Präsentationserstellung

4.1.7 Beratung in Bildung, Beruf und Beschäftigung

In der heutigen Arbeitswelt wächst die Notwendigkeit, den Bildungsprozess immer wieder neuen beruflichen Erfordernissen anzupassen. Angebote des Lernens und des Sich-Weiterbildens nehmen zu, und damit steigt der Bedarf an kompetenter Information und Beratung zu Fragen der Erstausbildung, Berufs- und Beschäftigungsmöglichkeiten. Somit unterstützt die berufliche Beratung die Notwendigkeit des lebenslangen Lernens und stellt für Absolventinnen und Absolventen geisteswissenschaftlicher Fächer ein verantwortungsvolles Aufgabenfeld dar.

Beratung in Bildung, Beruf und Beschäftigung wird an vielen Stellen geleistet: Durch die Berufsberatung der Agenturen für Arbeit, durch Studienberater, Berater in Career Services oder durch Dozenten, die Allgemeine Berufsqualifizierende Kompetenzen an Hochschulen vermitteln, durch Kammern, Einrichtungen der Erwachsenenbildung und auch freiberufliche Laufbahn- oder Karriere-Berater.

Berufliche Beratung richtet sich an Menschen, die an so genannten »Schwellen« stehen: an einer ersten (= in ein Ausbildungsverhältnis hinein), an einer zweiten (= in ein Beschäftigungsverhältnis hinein), möglicherweise auch an einer dritten (= aus einem Beschäftigungsverhältnis heraus). Aber auch während Ausbildungs- oder Beschäftigungsphasen wird Beratung angeboten: Schullaufbahnberatung, Beratung bei Studienfachwechsel oder Studienabbruch. Somit unterstützt die berufliche Beratung die Notwendigkeit des lebenslangen Lernens.

Professionelles beraterisches Handeln erfordert gute Kommunikations- und Prozesskompetenz: In Einzel- oder Gruppenberatung erarbeiten Berater mit Ratsuchenden deren persönliches Profil. Sie pflegen engen Kontakt zu Bildungseinrichtungen aller Art. Sie müssen gesellschaftliche Strömungen oder gar Veränderungen im Bildungs- und Beschäftigungssystem erkennen und einordnen, bevor sie diese als Informationen an Ratsuchende weitergeben können.

Mögliche Tätigkeiten in einem Praktikum

- Hospitation bei Beratungen und Informationsveranstaltungen
- Teilnahme an Besprechungen mit Kooperationspartnern
- Recherchearbeiten zu Weiterbildungsangeboten
- Aufbereitung von Informationen zum Bildungssystem, zum Arbeitsmarkt
- Erstellung von Informationsmaterialien
- Unterstützung bei Evaluierungen von Beratungs-/Orientierungsprozessen
- Unterstützung in der konzeptionellen Gestaltung von Informationsveranstaltungen

4.1.8 Sprachmittlerische Tätigkeiten

Geisteswissenschaftler, die eine oder mehrere Fremdsprachen studiert haben, können auch in das Gebiet der Sprachvermittlung einsteigen. Eine freiberufliche Tätigkeit ebenso wie die Arbeit in einer Sprachschule oder das Organisieren und Durchführen

von Sprachreisen sind Möglichkeiten, in diesem Bereich tätig zu werden. Hohe Sprachkompetenz, Unterrichtserfahrung, pädagogische Sicherheit und Einfühlungsvermögen sind Voraussetzungen. Ebenso ist mit einer Zusatzqualifikation das Unterrichten von Deutsch als Fremdsprache (DaF) möglich. Das Erteilen von Fremdsprachenunterricht oder DaF umfasst das eigenständige Vor- und Nachbereiten von Unterrichtseinheiten für unterschiedliche Zielgruppen.

Möglich ist auch ein Querseinstieg als Dolmetscher. Die häufig freiberufliche Tätigkeit des Dolmetschens und Übersetzens erstreckt sich auf alle denkbaren Fachbereiche. In der Regel besteht jedoch eine hohe Konkurrenz durch Muttersprachler und Absolventen entsprechend spezialisierter Studiengänge im Bereich Dolmetschen und Übersetzen. Neben literarischen Übersetzungen stehen hier vor allem wirtschaftliche, medizinische und juristische Fachtexte im Mittelpunkt sowie das Dolmetschen von Verhandlungen zum Beispiel vor Gericht oder zwischen Geschäftspartnern. Dafür kann auch die Spezialisierung auf exotische Fächer sinnvoll sein. Für eine Tätigkeit in diesem Berufsfeld sind ausgeprägte Sprachkompetenz (in der Regel wird das Beherrschen einer Fremdsprache auf muttersprachlichem Niveau verlangt) und die Fähigkeit zum eigenständigen Arbeiten sowie Arbeiten unter Zeitdruck und die Bereitschaft zur stetigen Weiterbildung in dem gewählten Fachgebiet Voraussetzung.

Mögliche Tätigkeiten in einem Praktikum

- Hospitation im Unterricht sowie Durchführung und Organisation eigener Unterrichtseinheiten
- Begleitung zu Dolmetschterminen
- Teilnahme an internen Besprechungen und Auftragsgesprächen
- Bearbeitung eigener Übersetzungsaufträge
- Organisation und Kontrolle von Dolmetscheraufträgen

4.1.9 Personalwesen

Der Bereich des Personalwesens ist ein Tätigkeitsfeld, in dem etliche Geisteswissenschaftler anzutreffen sind. Neben administrativen Tätigkeiten wie Abrechnung der Gehälter und Abwicklung von Einstellungen und Kündigungen bieten sich zahlreiche weitere Aufgabenfelder an. Damit ein Unternehmen wettbewerbsfähig bleibt, sind auch die Förderung der Mitarbeiter und die langfristige Personalplanung von großer Bedeutung. In der Personalrekrutierung sind die Organisation von Absolventenveranstaltungen und Jobmessen sowie die Netzwerkbildung zu Hochschulen ebenso wichtig wie die Organisation des Bewerbungseingangs und die Durchführung von Vorstellungsgesprächen und Assessment Centern. In der Personalentwicklung stehen vor allem Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen und das Führen von Mitarbeitergesprächen im Mittelpunkt.

Neben betriebswirtschaftlichen Grundkenntnissen und ersten Einblicken in die Personalarbeit von Unternehmen sind vor allem Fähigkeiten wie Kommunikationsgeschick, Einfühlungsvermögen und Menschenkenntnis Voraussetzungen. Für einen späteren Einstieg in dieses Berufsfeld ist praktische Vorerfahrung unbedingt notwendig.

Mögliche Tätigkeiten in einem Praktikum

- Organisation von Bewerbermessen und Assessment Centern
- Sichten der eingehenden Bewerbungen, Vorauswahlen treffen, Koordination von Interviews, Teilnahme an Bewerberinterviews
- Organisation, Gestaltung und Betreuung interner Trainings für Mitarbeiter und Führungskräfte, Entwicklung neuer Trainingskonzepte
- Administrative Tätigkeiten in der operativen Personalarbeit
- Personalstatistiken erstellen und auswerten
- Erstellen und Überarbeitung der Jobprofile und Stellenausschreibungen
- Einarbeitung in Sachbearbeitung (rechtliche und steuerliche Grundlagen der Personalarbeit)
- Teilnahme an internen Besprechungen

4.1.10 Unternehmensberatung

Nicht nur für Wirtschaftswissenschaftler, sondern zunehmend gerade für Absolventen geisteswissenschaftlicher Studiengänge bietet sich die Chance, in einer Unternehmensberatung tätig zu werden. Hierbei zählen weniger spezifische Branchenkenntnisse als vielmehr sehr gute Sprachkenntnisse, Leistungsbereitschaft, Auslandserfahrung, betriebswirtschaftliche Kenntnisse sowie die ausgeprägte Fähigkeit zu unternehmerischem und analytischem Denken. Bei einem Einsatz im Bereich Organisationsentwicklung ist zudem die Fähigkeit nötig, Mitarbeiter für Veränderungen im Unternehmen zu motivieren.

In gemischten Teams wird die Situation des Kundenunternehmens analysiert und ein Konzept beispielsweise für die Umstrukturierung einzelner Abteilungen erarbeitet. Gemeinsam mit dem Kunden wird abschließend das Konzept im Unternehmen eingeführt und erprobt.

Neben Bereitschaft und Fähigkeit zur Teamarbeit werden zudem vor allem eine ausgeprägte Kundenorientierung, Kommunikationsgeschick und Stressresistenz vorausgesetzt.

Mögliche Tätigkeiten in einem Praktikum

- Marktrecherchen, Unternehmensanalysen zusammenstellen, Unternehmensvergleiche
- Präsentationsfolien erstellen, Teilnahme an Abschlusspräsentationen
- Projektarbeit, einem Berater zuarbeiten, Erledigung von kleineren Aufgaben im Rahmen eines Projekts
- Teilnahme an Interviews, Auswertung der Interviews
- Datenbankenrecherche
- Hospitation bei Teamunterweisungen
- Hospitation bei der Analyse von Arbeitsprozessen

4.2 Handlungsfelder der Wirtschaft

In vielen der porträtierten Berufsfelder werden Fachkenntnisse und Schlüsselqualifikationen, die Geisteswissenschaftler in ihrem Studium erwerben können, miteinander verbunden. Häufig ist jedoch auch betriebswirtschaftliches Grundlagenwissen erforderlich, um zum Beispiel den Messeauftritt eines Unternehmens erfolgreich planen und durchführen zu können. Wirtschaftsabläufe werden nahezu jedem Geisteswissenschaftler während seiner beruflichen Laufbahn begegnen, sei es in einem Verlag, in einer Kultureinrichtung oder einer PR-Agentur: »Wirtschaft ist überall«.

Viele Geisteswissenschaftler streben eine Tätigkeit in einem Verlagshaus an, da die Beschäftigung mit Sprache und Literatur im Vordergrund steht und sich das Erlernete recht unmittelbar im Berufsleben anwenden lässt. Aber auch ein Verlag ist ein Wirtschaftsunternehmen, so dass Wirtschaftsabläufe auch dort relevant sind. Dies soll nicht heißen, dass in einem Verlag nur noch auf Zahlen und nicht mehr auf Literatur geachtet würde. Dennoch ist es für Geisteswissenschaftler wichtig, sich die Bedeutung wirtschaftlicher Abläufe auch in ihrem beruflichen Wunschgebiet zu vergegenwärtigen. Anhand der Tätigkeitsbereiche eines Lektors sollen die Handlungsfelder der Wirtschaft in einem geisteswissenschaftlichen Berufsfeld exemplarisch erklärt werden.

4.2.1 Einkauf und Produktion

Die Produktion umfasst die betriebliche Leistungserstellung und damit die Bereiche Beschaffung, Transport, Lager und Fertigung.

Ein Buch ist zum einen das geistige Produkt des Schriftstellers. Zum anderen ist es aber auch ein wirtschaftliches Produkt und unterliegt denselben betrieblichen Produktionsmechanismen wie andere Güter. Auch bei der Produktion eines Buches kommt es darauf an, zur rechten Zeit am rechten Ort zu einem wirtschaftlichen Preis die einzelnen benötigten Rohstoffe wie das Papier und die Drucker bereit zu haben. Dazu müssen Verträge mit den Lieferanten oder Partnern wie der Druckerei abgesprochen werden. Angebote müssen eingeholt und verglichen und Preise ausgehandelt werden. All diese Abläufe muss auch ein Lektor im Hinterkopf behalten. Außerdem braucht ein Lektor auch eine hohe Affinität zu Zahlen und die Bereitschaft, sich intensiv mit Statistiken auseinander zu setzen, um die optimale Auflagehöhe für seine Bücher zu ermitteln.

4.2.2 Marketing und Öffentlichkeitsarbeit, Vertrieb

Die Unternehmensbereiche Marketing und Öffentlichkeitsarbeit haben die Aufgabe, die Unternehmensphilosophie nach außen tragen. Mit der Präsentation eines Produkts präsentiert ein Unternehmen auch immer sich selbst. Der Vertrieb ist das letzte Glied in der betrieblichen Wertschöpfungskette²⁾ und umfasst die Absatzgestaltung der Produkte. Die absatzpolitischen Instrumente der Distributions-, Produkt-, Kommunikations- und Preispolitik verbinden den Vertrieb eng mit dem Marketing.

²⁾ Als Wertschöpfungskette bezeichnet man den Prozess, den ein Produkt oder eine Dienstleistung von der Produktion bis zum Verbraucher durchläuft, angefangen bei der Beschaffung, der Produktion und der Weiterverarbeitung. Auf jeder Stufe wird der Wert des Gutes gesteigert, so dass es am Ende einen Mehrwert für das Unternehmen besitzt.

Auch Bücher werden beworben. Lektoren brauchen ein gutes Gespür dafür, was auf dem Markt ankommen wird, was verkauft und dem Verlag Geld bringen wird. Lektor sein heißt daher mehr als Manuskripte lesen, prüfen und korrigieren. Lektoren müssen wissen, wie der Buchmarkt, eine geschickte Programmplanung und damit die firmeneigene Produktpolitik funktionieren. Um herauszufinden, welche Themen auf dem Buchmarkt Erfolg haben werden, ziehen Verlage auch die Marktforschung zu Rate, um anhand der Ergebnisse das Programm zu planen. Ein Lektor muss die Ergebnisse nicht zwangsläufig direkt auswerten, jedoch ist eine Affinität zu Zahlen auch hier für das Verständnis hilfreich.

Marketingkenntnisse und Kenntnisse über die absatzpolitischen Vorgänge im Unternehmen sind demnach auch für Lektoren essentiell, denn sie müssen die eigenen Bücher bei Zehntausenden von Neupublikationen im Jahr gut am Markt platzieren. Dafür muss sich ein Lektor auch Gedanken machen über marketingrelevante Aspekte der Buchgestaltung: Welche Schrifttypen passen zueinander, wo soll das Bild platziert werden, wie das Layout gestaltet werden, welcher Titel passt zum Buch?

Die Vermarktung eines Buches hängt eng mit der Öffentlichkeitsarbeit des Verlags zusammen. Die Presse muss über die Neuerscheinung informiert und das Buch durch Presseexemplare und -termine bekannt gemacht werden. Öffentlichkeitsarbeit umfasst auch die Gestaltung von Werbemitteln wie Plakaten oder Broschüren. Dabei werden sowohl beim Marketing als auch bei der Öffentlichkeitsarbeit Kosten kalkuliert und die dafür zur Verfügung stehenden Budgets geplant.

Ein Lektor beschäftigt sich auch mit Vertriebsfragen, wie der Buchpreisbindung, der Wahl der Vertriebskanäle oder der Auslieferung. Zum Vertrieb gehören auch die Betreuung des Buchhandels und Überlegungen darüber, welche Bücher wo am besten verkauft werden. Ein Lektor sollte außerdem auch rechtliche Fragen, vor allem zum Urheber- und Lizenzrecht beantworten können. Gerade in kleinen Verlagen ist die Zusammenarbeit von Lektor und den Herstellern sehr eng und der Lektor ein Generalist mit vielen – auch wirtschaftlichen – Aufgabengebieten.

4.2.3 Rechnungswesen, Controlling und EDV

Das Rechnungswesen beschäftigt sich mit der Erfassung, Auswertung und Aufbereitung der betrieblichen Geld- und Leistungsströme für den internen wie auch den externen Gebrauch. Controlling bedeutet nicht die Kontrolle von Personen, sondern die Analyse von Kosten und Nutzen sowie die Optimierung von Betriebsabläufen. Ein Controller ist in der Lage, Controllinginstrumente zu entwickeln, dazu wertet er Daten statistisch aus, stellt Abweichungen des Ist vom Soll fest und entwirft Vorschläge, wie die Soll-Werte einer neuen wirtschaftlichen Lage anzupassen sind. Das Controlling liefert der Geschäftsführung ein umfassendes Steuerungs- und Koordinierungsinstrument, anhand dessen die unternehmerischen Aktivitäten geplant werden können.

Ein Verlag ist ein Unternehmen und unterliegt daher genau denselben betriebswirtschaftlichen Mechanismen wie andere wirtschaftliche Einrichtungen. Auch Verlage haben Controller, die die einzelnen Programmlinien analysieren und Optimierungsmöglichkeiten sowie zu hohe Kosten aufzeigen. Ein Lektor muss sich in seiner Arbeit an den Rahmen des betriebswirtschaftlich Möglichen halten.

4.2.4 Personalwesen

Das Personalwesen umfasst heutzutage nicht mehr nur die Abwicklung der Löhne und die Verwaltung der personalrechtlichen und sozialrechtlichen Daten. Es beinhaltet die Personalplanung und -beschaffung, das Personalmarketing sowie die -entwicklung. Personalentwickler erarbeiten individuelle und unternehmensweite Qualifizierungspläne, deren Einhaltung in regelmäßigen Mitarbeitergesprächen überprüft wird. Viele Unternehmen beziehen bei der Kalkulation der Gehälter mit ein, inwieweit die vereinbarten Ziele vom Angestellten erreicht wurden. Ein Bestandteil der Personalentwicklung ist dabei die Organisation der Weiterbildung im Unternehmen. Hinzu kommen noch Aufgaben, die das Personalcontrolling und die Personalführung betreffen.

Als Praktikant wird man sowohl auf der Suche nach einem Praktikumsplatz als auch beim Start in das Praktikums- und Berufsleben in engem Kontakt mit der Personalabteilung des Unternehmens stehen. Dieses wirtschaftliche Handlungsfeld hat daher direkte Bedeutung für jeden Praktikanten.

Natürlich hat nicht jeder Angestellte in einem Verlag immer und unmittelbar mit all diesen Abläufen zu tun. Das gleiche gilt für andere berufliche Wunschgebiete von Geisteswissenschaftlern. Gleichwohl sollte jeder Berufstätige diese Handlungsfelder in seinen Arbeitsablauf mit einbeziehen und sich mit ihnen auseinandersetzen. Dies gilt auch für die Arbeit im gemeinnützigen Bereich.

5 Recherchestrategien

Die Recherche nach einem geeigneten Praktikumsplatz gliedert sich in zwei Phasen, nämlich die der Frage nach den Erfahrungen, die man in einem Praktikum machen möchte, und der eigentlichen Suchstrategie nach einem derart passenden Praktikum.

5.1 Das eigene Profil erstellen

In einem ersten Schritt sollte die Analyse des eigenen Profils stehen, das heißt eine Beantwortung der Fragen:

- Was kann ich?
- Wohin will ich?
- Was soll mir das Praktikum bringen?

Die Klärung der eigenen Fähigkeiten und Interessen sowie der Erwartungen, die an das Praktikum gestellt werden, erleichtern den Einstieg in die Suche und grenzen den Bereich der möglichen Praktikumsgeber von vornherein ein. So kann nach der erfolgten Selbstanalyse besser entschieden werden, ob bereits vorhandene Kenntnisse weiter vertieft oder ein neues Berufsfeld erschlossen werden sollen.

Auch wird in dieser Phase überprüft, wo, das heißt, in welcher Stadt oder welchem Land, welcher Branche und welchen Aufgabenbereichen das Praktikum absolviert werden soll. Ein strukturiertes Vorgehen und die schriftliche Formulierung der eigenen Fähigkeiten und Erwartungen an das Praktikum schaffen zusätzliche Klarheit. Die Eingrenzung des Berufsfeldes kann wie folgt aussehen:

- Eigene Fähigkeiten formulieren
- Ziele/Erwartungen an das Praktikum definieren
- Zielbranche finden
- Unternehmensgröße und Einsatzbereich/Abteilung festlegen
- Region eingrenzen: Land, Stadt

5.2 Einen Praktikumsplatz finden

Nach der persönlichen Klärung folgt die zweite Phase der Recherche, die die Beschaffung von Kontaktdaten potentieller Praktikumsgeber zum Ziel hat. Auch hier sind ein strukturiertes Vorgehen und die genaue Dokumentation der Ergebnisse notwendig. So wird verhindert, dass beispielsweise in Praktikumsbörsen wiederholt zum gleichen Begriff recherchiert wird. Zudem erkennt man leichter, welche Möglichkeiten der Recherche noch nicht ausgeschöpft wurden. Für die konkrete Recherche nach einem

Praktikumsplatz bieten sich verschiedene Vorgehensweisen an, die im Folgenden näher erläutert werden. Diese sollten je nach der eigenen Wunschvorstellung miteinander kombiniert werden, um möglichst großflächig nach einem Praktikum zu suchen.

Aushänge an der Hochschule

Praktikumsgeber sind sich bewusst, dass sie die größte Zielgruppe für einen freien Praktikumsplatz an den Hochschulen antreffen. Aushänge für Praktika an den Schwarzen Brettern der Universität sind keine Seltenheit und sollten regelmäßig nach neuen Angeboten durchsucht werden. Auch die Stellen- und Praktikumsbörsen, die von den Hochschulen im Internet betrieben werden, verzeichnen regelmäßig Praktikumsangebote von Unternehmen, die am Hochschulstandort ansässig sind.

Praxisinitiativen

Abgesehen von öffentlichen Aushängen bieten viele Hochschulen Praxisinitiativen an, die regelmäßige Praktikumsangebote dokumentieren und durch Kontakte zur Wirtschaft Praktikumsplätze für die Studierenden der einzelnen Fachbereiche akquirieren. An der Universität Hamburg bietet für die Bachelor-Studierenden der Sprach-, Literatur- und Medienwissenschaften die Arbeitsstelle Studium und Beruf diesen Service an. In Beratungen und regelmäßig aktualisierten Aushängen zu Praktika in Deutschland, mit einem Schwerpunkt auf Hamburg, informiert die Arbeitsstelle zum Thema Berufsfindung und Praktikumsorganisation.

Im September 2006 wurde an der Universität Hamburg in Kooperation mit der Handelskammer Hamburg die Initiative »Praxis für 500 – Geisteswissenschaftler fit für den Arbeitsmarkt« gestartet. Mit dieser Initiative wird intensiv für die Absolventen der neuen Studiengänge in den Sprach-, Literatur- und Medienwissenschaften sowie für die Bereitstellung von Praktikumsplätzen geworben. Zahlreiche Vertreter aus Industrie, Medien und Kultur haben sich inzwischen der Initiative angeschlossen und bieten Bachelor-Studierenden der entsprechenden Fächer 6 – 13-wöchige Berufspraktika in ihren Unternehmen an. Die Angebote können in der Arbeitsstelle Studium und Beruf an der Universität Hamburg eingesehen werden.

Alumni-Initiativen

Alumni-Vereine an den Hochschulen bieten oftmals Kontaktdaten von Absolventen, die inzwischen beruflich Fuß gefasst haben und bereit sind, Studierenden bei dem Einstieg in die Praxis behilflich zu sein. Die Recherche nach Vertretern in relevanten Berufsfeldern lohnt sich. Durch die Kontaktaufnahme erhält man häufig Bewerbungshinweise und Tipps zu weiteren Vertretern der Wunschbranche.

Persönliche Beziehungen

Das private Netzwerk ist meist größer als angenommen, und häufig macht es sich bezahlt, unter Bekannten und Verwandten nach weiteren Kontakten in dem Wunschberufsfeld zu fragen. Eine Visualisierung der entsprechenden Kontaktpersonen und ihrer Verbindungen zur Wunschbranche oder weiteren möglichen Ansprechpartnern in Form eines Diagramms hilft, die Übersicht zu wahren. Auch wenn durch bestehen-

de Kontakte nicht sofort ein Praktikum vermittelt werden kann, dient die Kontaktaufnahme vor allem dazu, weitere Branchenkenntnisse zu erwerben und dadurch neue Impulse und Ideen für die Praktikumssuche zu erhalten.

Kontakte zu Kommilitonen

Bereits während des Studiums sollte man den Kontakt zu Kommilitonen mit ähnlichen Berufswünschen halten. Jeder Kommilitone kann ein späterer Berufskollege sein, der vielleicht schon im Studium durch Nebenjobs oder Praktika interessante Arbeitsgeber kennen gelernt hat und mit Tipps und Erfahrungsaustausch die eigene Berufswahl erleichtern kann.

Stellenausschreibungen

In Tageszeitungen sowie einschlägigen Wochenzeitungen und Zeitschriften werden in der Regel Ausschreibungen für feste Stellen und weniger für Praktika zu finden sein. Dennoch lohnt es sich, regelmäßig den Stellenteil zu studieren. Durch das Auswerten der Stellenanzeigen wird der Blick für interessante Unternehmen und Institutionen in der eigenen Region geschärft. Häufig ergeben sich durch das Lesen interessanter Stellenangebote neue Ideen für Berufsfelder, die für ein Praktikum in Frage kommen. Auch die anschließende Recherche auf den Websites inserierender Firmen lohnt sich, um ein differenzierteres Bild des jeweiligen Unternehmens zu erhalten und Informationen für den telefonischen Erstkontakt oder eine Initiativbewerbung zu sammeln. Oft inserieren Unternehmen Praktikumsplätze auch eher auf der Unternehmenswebsite als in der regionalen Tageszeitung.

Praktikumsbörsen im Internet

Die Recherche nach einem Praktikumsplatz in einer der zahlreichen Online-Praktikumsbörsen kann sowohl hilfreich als auch irritierend sein. Einerseits bieten viele Praktikumsbörsen die Möglichkeit, die Suche nach Branche, Region und Tätigkeitsdauer einzuschränken. Zudem sind die Praktikumsangebote häufig mit dem entsprechenden Unternehmen verlinkt, sodass sofort die Möglichkeit zur Information über den potentiellen Praktikumsgeber besteht. Andererseits existiert inzwischen eine nur schwer überschaubare Flut an Praktikums- und Stellenbörsen, die sich häufig wiederum nur an spezielle Studienfächer richten. Um die Suche im Internet zu erleichtern, ist im Anhang dieses Leitfadens ein Link verzeichnet, unter dem eine jeweils aktualisierte Liste der relevanten Praktikumsbörsen für Geisteswissenschaftler zu finden ist.

Berufs- und Interessenverbände

Die Verbände einzelner Berufsgruppen wie zum Beispiel der Journalisten, Dolmetscher und Übersetzer oder Marketingfachleute richten sich vornehmlich an Absolventen und Berufstätige. Diese Verbände bieten sich auch sehr gut für die Praktikumssuche an. Mitgliederverzeichnisse und Verbandszeitschriften verschaffen einen guten Überblick über Firmen der jeweiligen Branche und berichten über neueste Entwicklungen.

Die Industrie- und Handelskammern sind, zum Teil mit eigenen Praktikumsbörsen, an ihren Standorten ebenfalls bei der Suche nach einem geeigneten Praktikumsplatz

behilflich. Die Handelskammer Hamburg hat eine eigene regionale Praktikumsbörse entwickelt, die aktuelle Praktikumsangebote von Einrichtungen und Unternehmen in und um Hamburg zur Verfügung stellt. Die Praktikumsbörse ist über die Internetpräsenz der Handelskammer Hamburg erreichbar; der entsprechende Link ist ebenfalls im Anhang verzeichnet.

Unternehmensrecherche über Verzeichnisse

Eine systematische Suche nach Unternehmen aus bestimmten Branchen oder Regionen bietet Adressregister und Firmenverzeichnisse. Zu den zwei bekanntesten zählen »Oeckl. Taschenbuch des öffentlichen Lebens« und »Hoppenstedt Firmenberichte«. Beide Publikationen sind an der Universität Hamburg in der Bibliothek der Arbeitsstelle Studium und Beruf einzusehen. Das »Taschenbuch des öffentlichen Lebens« listet systematisch Adressen von Verbänden, Behörden und Interessengemeinschaften auf. Die Hoppenstedt-Handbücher sind wirtschaftsnah orientiert und bieten geographisch gegliederte Firmenprofile sowie Branchen- und Firmenregister.

6 Bewerbungstipps

6.1 Allgemeines

Zwischen einer Bewerbung für den ersten Arbeitsplatz nach dem Studium und einer Bewerbung um einen Praktikumsplatz gibt es sehr große Ähnlichkeiten. Bei beiden hat der Arbeitgeber meistens mehr Auswahl als der Bewerber. Und beide Bewerbungen dienen der Werbung in eigener Sache. Deshalb lohnt es sich immer, Zeit in das Schreiben einer Bewerbung zu investieren und sorgfältig und genau zu arbeiten.

Ein englisches Sprichwort sagt: »You'll never get a second chance to make a first impression!« Auf Bewerbungen bezogen bedeutet dies, dass sich die Bewerber darüber im Klaren sein sollten, dass alles, was das Unternehmen über sie weiß, aus der Bewerbung hervorgeht. Was nicht in der Bewerbung steht, kann das Unternehmen nicht zur Entscheidung heranziehen. Selbiges gilt für Praktikumsbewerbungen.

Zu der Grundausstattung einer Praktikumsbewerbung gehören Anschreiben, Lebenslauf und Zeugnisse. Kopien der Zeugnisse und sonstiger Referenzen und die komplette Bewerbung selbst sollten auf gutem Papier ausgedruckt werden und ordentlich sein. Wenn der heimische Drucker kein klares Bild liefert, lohnt sich auch der Weg zum Copy-Shop. Dabei gelten die gleichen Regeln wie für Bewerbungen um einen Arbeitsplatz. Alle Unterlagen sollten sorgfältig bearbeitet und aussagekräftig sein sowie gut gestaltet werden.

6.2 Anschreiben – Formalitäten

Der Name der Firma und die Anschrift müssen korrekt geschrieben sein. Rechtschreibfehler dürfen nicht vorkommen. Die fett geschriebene Betreffzeile des Anschreibens signalisiert, dass es sich um eine Praktikumsbewerbung handelt. Außerdem ist es wichtig, im Text den gewünschten Zeitraum des Praktikums und wenn möglich den Bereich, in dem man ein Praktikum absolvieren möchte, anzugeben. Die komplette Bewerbung gehört in einen festen Umschlag mit ausreichender Frankierung und, wenn möglich, einem Adressaufkleber.

6.3 Anschreiben – Inhalt und Gestaltung

Ein gutes Anschreiben ist inhaltlich und optisch ansprechend, präzise, individuell und überzeugend. Dafür bietet sich eine Gliederung in mehrere Blöcke an:

- Angaben zu Ausbildung
- Bezug zur Stelle
- Eine gute Begründung dafür, warum man sich genau hier bewirbt
- Informationen zur Person, was bietet man dem Unternehmen?

- Persönliche Eigenschaften (Belastbarkeit, Teamfähigkeit etc.) wirken am überzeugendsten, wenn sie mit Beispielen aus dem Lebenslauf verknüpft werden
- Wichtig ist ein einheitliches Schriftbild (11-12pt) und
- Einheitliche Angaben zu Jahres- und Monatszahlen (z. B. 07/2007 oder 07-2007) sowie bei Firmennamen (Otto/OTTO Group)

Für die Formulierung des Anschreibens sollte man sich vorher über das Unternehmen informieren. Wenn eine Telefonnummer bekannt ist, dann ist dies immer eine Chance, sich von Mitbewerbern abzuheben. Den Anruf sollte man gut vorbereiten und einige Fragen parat haben. In der schriftlichen Bewerbung sollte man dann auf dieses Gespräch Bezug nehmen.

6.4 Lebenslauf – Inhalt und Gestaltung

Bei der Gestaltung des Lebenslaufs bietet sich eine Unterteilung in verschiedene Abschnitte an, die chronologisch sortiert werden:

- Persönliche Daten, dazu gehören Name, Anschrift, Kontaktdaten, Geburtstag und -ort und der Familienstand. Angaben zu Eltern und Geschwistern sind nicht mehr zeitgemäß und die Angabe der Konfession nur bei »gebundenen Praktikumsgebern« nötig.
- Schulausbildung, mit Schultyp und- Schulabschluss
- Hochschulbildung, mit Namen der Hochschule, den Fächern und Schwerpunkten und eventuellen Auslandsaufenthalten
- Berufsausbildung und/oder Praktika, mit Art der Beschäftigung, der Name und Ort der Firma, dem Abschluss und den Arbeitsinhalten des Praktikums.
- Sonstige Fähigkeiten und Fertigkeiten, wie EDV-Kenntnisse, Sprachkenntnisse und Freizeitinteressen, soziales oder sportliches Engagement

Ob man die Zeitleiste links- oder rechtsbündig setzt, entscheidet der Geschmack. Wichtig ist, dass die Daten stimmen und die Chronologie eingehalten wird. Der Lebenslauf wird abschließend mit Ort und Datum versehen und handschriftlich unterschrieben.

Außerdem gehört auf den Lebenslauf (alternativ auch auf ein Deckblatt einer Bewerbungsmappe) ein Bewerbungsfoto. Die Bedeutung eines guten Fotos darf nicht unterschätzt werden. Völlig tabu, egal für welchen Bereich, sind Fotos aus dem Urlaub oder der Freizeit. Etwas Geld in ein ordentliches Foto zu investieren, lohnt sich allemal.³⁾

³⁾ Die Handhabung des Bewerbungsfotos befindet sich seit Einführung des am 18. August 2006 in Kraft getretenen Allgemeinen Gleichbehandlungsgesetzes (AGG) im Wandel. Bewerbungsfotos sind fortan nicht mehr notwendiger Bestandteil der Bewerbungsmappe.

6.5 Alternative Bewerbungsformen

Viele Unternehmen und Organisationen präferieren inzwischen die Online-Bewerbung. Allerdings sind einige Punkte zu beachten, über die man sich informieren sollte:

- Sind Online-Bewerbungen erwünscht, und ist eine direkte Kontaktadresse bekannt? (info@unternehmen.de ist weniger zielführend, gegebenenfalls nachfragen!)
- Die eigene Mail-Adresse sollte seriös sein, etwa Vorname.Nachname@web.de. Sonst läuft man Gefahr, in den firmeninternen Spamfilter zu geraten.
- Die Betreffzeile sollte mit »Bewerbung um einen Praktikumsplatz« benannt sein, sonst kann man schnell aussortiert werden.
- Nicht zu viele Anhänge; man sollte es dem Empfänger immer so leicht wie möglich machen, sonst wird die Bewerbung schnell aussortiert!
Am besten hängt man die komplette Bewerbung als ein pdf-Dokument inkl. Foto an die E-Mail an und weist in der E-Mail entsprechend darauf hin (zum Beispiel »Bitte finden Sie im Anhang meine kompletten Bewerbungsunterlagen für ein Praktikum im Bereich XY in Ihrem Unternehmen/Organisation«).

Es gehört auch immer das Quäntchen Glück zu einer erfolgreichen Bewerbung. Und dabei gilt: »Wer nicht wagt, der nicht gewinnt«. So empfehlen viele Bewerbungstrainer bei der Suche auch unorthodoxe Wege zu begehen, weil sich damit die Chance, in der Flut der Bewerbungen in Erinnerung zu bleiben, erhöht. Bei Unternehmen in der Nähe kann man seine Bewerbungen auch persönlich vorbeibringen. Viele Betriebe schätzen solch ein Engagement hoch ein. Allerdings ist es sehr wichtig, dass man sich dementsprechend vorbereitet, mit etwas Glück wird man gleich in ein Gespräch verwickelt.

6.6 Tipps zum Vorstellungsgespräch

Wer diese Stufe erreicht, hat schon viel gewonnen. Hier bietet sich die Chance, im persönlichen Gespräch zu prüfen, ob man zueinander passt. Dieses Prüfen betrifft beide Seiten, denn auch der Bewerber sollte die Gelegenheit, seinen Praktikumsbetreuer oder Vorgesetzten kennenzulernen, nicht ungenutzt verstreichen lassen. Zwar sind Berufspraktika zeitlich begrenzt, trotzdem ist es für den Erfolg hilfreich, wenn die Chemie stimmt.

Dass man zu einem Vorstellungstermin pünktlich erscheint, versteht sich von selbst. Dabei sollte man immer etwas mehr Zeit für die Anreise einkalkulieren. Es ist normal, dass man bei einem Vorstellungsgespräch nervös ist. In diesem Fall sollte man Bewerbungssituationen üben (eventuell mit Eltern von Freunden, die in entsprechenden Positionen tätig sind). Sich im Vorhinein gut vorzubereiten, um Fragen im Gespräch gut beantworten zu können, hilft auch dabei, die Nervosität zu dämpfen. Typische Fragen sind:

- Warum unser Unternehmen/unsere Einrichtung? Was wissen Sie über uns?
- Warum haben Sie sich entschlossen, Ihren Studiengang zu studieren?
Wie sind Sie darauf gekommen?
- Warum haben Sie sich hier beworben?
- Was wollen Sie im Praktikum lernen, was sind Ihre Vorstellungen?
- Wie wollen Sie sich einbringen?

Seinen Lebenslauf sollte man vertreten und erklären können und darauf vorbereitet sein, wenn kritische Fragen kommen. Heikle Fragen in einem Bewerbungsgespräch sind nichts Ungewöhnliches und kein Grund zu Panik.

Nachdem die Praktikumsgeber einige Informationen über ihr Unternehmen und die zu besetzende Stelle gegeben haben, folgt oft die Frage: »Welche Fragen haben Sie?« Einiges kann man sich vorher zurechtlegen:

- Wie sieht der Ablauf des Praktikums aus?
- Welche Fähigkeiten kann man erlernen, welche Tätigkeiten fallen an?
- Wie wird man in das Unternehmen mit eingebunden, hat man die Möglichkeit, noch weitere Bereiche kennenzulernen?
- Sind noch andere Praktikanten im Hause beschäftigt?
- Gibt es einen Betreuer für die Praktikanten?
- Bekommt man als Praktikant eine Vergütung?

Praktikumsinhalte, Arbeitszeiten und Vergütung sind außerdem auch Aspekte, die in einem Praktikumsvertrag niedergeschrieben werden sollten. In ihm wird ein Großteil der Rahmenbedingungen eines Praktikums festgelegt.

7 Allgemeine Rahmenbedingungen und rechtliche Grundlagen

7.1 Grundsätzliches zum Pflichtpraktikum

Rechtliche Grundlagen

Studentische Pflichtpraktika unterscheiden sich von anderen Formen von Praktika. Die wichtigste Unterscheidung, die alle im Folgenden zu klärenden Punkte betrifft, ist, dass weder das Bundes-Bildungsgesetz (BBiG) noch die Regelungen des Arbeitsrechts Anwendung finden. Daraus leitet sich ab, dass weder gesetzliche Ansprüche auf einen Vertrag noch auf die Zahlung einer Vergütung oder auf Urlaub bestehen. Das heißt aber auch, dass sich die rechtlichen Grundlagen je nach Einzelfall ändern können, wenn das Praktikum nach 6 Wochen freiwillig weiter geführt wird.

Sechs Wochen Dauer

Die Studienpläne der sprach-, literatur- und medienwissenschaftlichen Fächer an der Universität Hamburg sehen ein mindestens sechswöchiges Berufspraktikum in einem akademischen Berufsfeld vor. Bei einer Teilzeittätigkeit würde sich die Dauer des Praktikums entsprechend auf 12 Wochen verlängern. Dieser Umfang von insgesamt 240 Arbeitsstunden gewährleistet, dass Studierende einen realistischen Einblick in die Berufspraxis bekommen und die Möglichkeit erhalten, längerfristig an einem Projekt mitzuwirken. Inhaltlich ist es wünschenswert, wenn die Aufgaben anspruchsvoll sind und in Bereichen liegen, die der akademischen Ausbildung der Bachelor-Studierenden und ihren möglichen späteren Tätigkeitsfeldern entsprechen.

Ansprechpartner und Ablaufplan

Für das Unternehmen und den Studierenden wird es für eine bessere Strukturierung des Praktikums hilfreich sein, wenn eine Person benannt wird, die für den Praktikanten als Ansprechpartner und Betreuer zugleich fungiert und idealerweise auch für die Arbeitsinhalte des Praktikanten zuständig ist. In den Bereich der Arbeitsinhalte fällt auch, bereits vor Praktikumsbeginn festzulegen, welche Stationen der Praktikant während seines Praktikums durchlaufen soll und welche Aufgaben ihm übertragen werden.

7.2 Praktikumsvertrag

Eine leichtere Orientierung über Absprachen hinsichtlich der Art und Dauer des Praktikums bietet ein Praktikumsvertrag. Dieser könnte folgende Punkte enthalten:

- Vertragspartner
- Beginn und Dauer des Praktikumsverhältnisses
- Tägliche Arbeitszeiten

- Aufgaben- und Einsatzgebiete
- Betreuungsperson im Unternehmen
- Lohnvereinbarungen
- Urlaubsansprüche
- Regelungen zu Haftung und Unfallschutz
- Kündigungsfristen

Die Vorteile eines Praktikumsvertrages liegen in den für beide Seiten festgelegten Rahmenbedingungen des Praktikums. Auf diese Weise können sich Praktikumsgeber und Praktikant bereits im Vorwege auf das Praktikum einstellen und wissen, welchen Einsatz sie von ihrem jeweiligen Gegenüber erwarten können. Schriftlich fixierte Rahmenbedingungen helfen auch, etwaige Unstimmigkeiten schnell zu lösen.

7.3 Praktikumszeugnis

Nach erfolgreicher Beendigung des Praktikums ist als Nachweis ein qualifiziertes Praktikumszeugnis wünschenswert. Dieses Zeugnis ist in Hinblick auf spätere Bewerbungen äußerst wichtig und dient dem beruflichen Vorankommen der Studierenden. Ein qualifiziertes Zeugnis, auf Firmenpapier gedruckt, enthält üblicherweise folgende Angaben:

- Name und Geburtsdatum des Praktikanten
- Beginn und Dauer des Praktikums
- Inhalt und Ziel des Praktikums (Verweis auf Studienordnung)
- kurze Vorstellung des Unternehmens/
Nennung der Bereiche, in denen der Praktikant eingesetzt war
- Aufgaben des Praktikanten
- Bewertung der Arbeitsleitung, der Einsatzbereitschaft und des Sozialverhaltens
- Dank und Wünsche für die Zukunft
- Datum und Unterschrift/Positionsbezeichnung

Zeugnis ist jedoch nicht gleich Zeugnis: Bei der Zeugniserstellung gelten nach der Rechtssprechung des Bundesarbeitsgerichts einige Grundsätze, die auch im Rahmen eines Praktikums von Bedeutung sind und auf die Unternehmen und Praktikanten neben den schon erwähnten Punkten achten sollten:

- Verantwortlich für die Ausstellung eines Zeugnisses sind bei Einzelfirmen die juristischen Vertreter und der Inhaber, darüber hinaus Personalleiter, Prokuristen, Bereichsleiter und sonstige Handlungsbevollmächtigte.
- Ein Zeugnis wird schriftlich ausgestellt. Es wird klar und verständlich formuliert.
- Es sollte wahrheitsgemäß und wohlwollend sein. Der Zeugnisempfänger soll mit dem Zeugnis nicht über Gebühr an seinem weiteren beruflichen Lebensweg behindert werden.

Bei der Formulierung der Inhalte und der Beschreibung und Bewertung der Tätigkeiten und des Sozialverhaltens ist die verwandte Zeugnissprache (»stets zu unser vollen Zufriedenheit« etc.) zu beachten. Sonst können wohlgemeinte Zeugnisse schnell zum Karrierebremser werden.

7.4 Praktikumsvergütung

Bei einem Pflichtpraktikum besteht, anders als bei anderen Formen von Praktika oder einer regulären Arbeitstätigkeit, keine Vergütungspflicht. Ein Praktikum dient in erster Linie dem Erwerb von berufspraktischen Fähigkeiten.

Wird eine Vergütung gezahlt, ist diese sowohl juristisch als auch in der Höhe als eine Aufwandsentschädigung oder Beihilfe zum Lebensunterhalt zu betrachten. Üblich sind Vergütungen zwischen 250 – 750 Euro im Monat.⁴⁾ In puncto Steuern spielt es keine Rolle, ob das Geld durch Praktika oder Nebenjobs verdient wird. Wer mehr als 7664 Euro im Jahr verdient, muss seinen Verdienst versteuern (§ 32 a Einkommenssteuergesetz). Auch im Hinblick auf das Kindergeld lohnt es sich, das eigene Einkommen aus Nebenjobs und eventuelle Praktikumsvergütungen für das Kalenderjahr zu überschlagen. Wem nach Abzug aller Werbungskosten (mindestens der Werbungskostenpauschale in Höhe von 920 Euro) und Sozialversicherungsbeiträge mehr als 7680 Euro pro Jahr an Einkünften und Bezügen zur Verfügung stehen, hat kein Anspruch mehr auf Kindergeld. Selbst das Überschreiten dieser Grenze um nur wenige Euro kann zur Rückzahlung des gesamten Kindergeldes für das entsprechende Kalenderjahr führen (§ 32 Einkommenssteuergesetz).

Grundsätzlich ist eine Vergütung des Praktikums und des Einsatzes der Studierenden begrüßenswert. Diese Form der Anerkennung würdigt nicht nur die Leistung der Studierenden während ihres Praktikums. Durch die Einführung der Studiengebühren sind viele Studierende gezwungen, in der vorlesungsfreien Zeit zu arbeiten, um das Studium finanzieren zu können. Mit einer Praktikumsvergütung würden Unternehmen letztlich auch einen Teil zur erfolgreichen Durchführung des Studiums »ihres« Praktikanten beitragen. Doch nicht nur eine direkte finanzielle Entschädigung, sondern beispielsweise auch die kostenfreie Nutzung der Firmenkantine oder der Zugang zu Ressourcen wie Kopierer und Recherchemöglichkeiten für Studienzwecke wird für viele Studenten die Vereinbarkeit von Studium und Praktikum erleichtern.

Allerdings sollten sich Studierende bewusst sein, dass sich jede Art von Arbeits- und Berufserfahrung, die man während des Studiums sammeln kann, auszahlt – auch ein unbezahltes Praktikum gibt einen wertvollen Impuls für den Berufseinstieg. Zu bedenken ist nämlich auch, dass die vernünftige Ausgestaltung eines Praktikums für die Unternehmen mit durchaus hohen Personalkosten verbunden ist.

⁴⁾ Praktika.de: Auslandsdatenbank. Honorarsuche – Wissen, wer wie viel zahlt. 2007.
URL: www.praktika.de/cms/Honorarsuche.1263.0.html. Stand: 26.11.2007.
Hier findet sich eine tagesaktuelle Verteilung der üblichen Praktikumsvergütungen.

7.5 Praktikum und Versicherung

Generell gilt: Bei einem Pflichtpraktikum, das im Rahmen der Studien- und Prüfungsordnung vorgeschrieben ist, ist man von der Sozialversicherungspflicht befreit.⁵⁾

Bei einem Praktikum, das nicht in der Studienordnung vorgeschrieben ist, besteht nur dann Rentenversicherungspflicht, wenn die Vergütung 400 Euro im Monat überschreitet. Die Dauer des Praktikums ist dabei nicht erheblich. Für Kranken-, Pflege- und Arbeitslosenversicherung gelten bei freiwilligen Praktika die gleichen Bestimmungen wie für Studierende, die eine Beschäftigung aufnehmen: Solange man weiter an der Universität eingeschrieben ist, besteht der Krankenversicherungsschutz über die Eltern (bis zum 25. Lebensjahr) bzw. über die eigene studentische Versicherung. Die Beiträge dafür liegen derzeit bei rund 60 Euro.⁶⁾

Gleiches gilt für die Unfallversicherung: Hochschulangehörige sind gesetzlich über die Hochschule versichert. Der Versicherungsschutz erstreckt sich dabei auf alle Tätigkeiten, die in einem ursächlichen Zusammenhang mit dem Besuch der Hochschule stehen. Demnach besteht Versicherungsschutz während eines Pflichtpraktikums.

7.6 Praktikum und BAföG

Wer als Praktikant eine Vergütung erhält und BAföG bezieht, muss sich auf Abzüge einstellen. Beim Kindergeld wird nicht zwischen einem freiwilligen und einem Pflichtpraktikum unterschieden, wohl aber ist diese Unterscheidung bei der BAföG-Berechnung erheblich. Der BAföG-Bezug wird auf den Bedarf angerechnet, so dass die Praktikumsvergütung die Höhe des ausgezahlten BAföG verringert. Dabei gibt es keine Freibeträge, es wird also kein Sockelbetrag angesetzt, auf den die Anrechnung keine Wirkung hat, sondern mit dem gesamten BAföG-Anspruch der Studierenden gerechnet.

Von der Praktikumsvergütung werden Werbungspauschale (920 Euro per annum) sowie eine Sozialpauschale von 21,5 Prozent abgezogen (§ 23 Abs. 3 BAföG-Gesetz). Übersteigen die Werbungskosten die Werbungspauschale, können die Werbungskosten mit gesonderten Anträgen beim BAföG-Amt geltend gemacht werden.

Freibeträge werden deshalb nicht gewährt, weil hierbei das Praktikum einem Ausbildungsverhältnis gleichgestellt wird. Die Vergütung hat denselben Zweck wie das BAföG: die Sicherung des Lebensunterhalts. BAföG soll nur in Anspruch nehmen können, wer seinen Lebensunterhalt nicht anderweitig bestreiten kann.

⁵⁾ Deutsches Studentenwerk: Jobben. Kurzinformation für Studierende. Juli 2007.
URL: www.studentenwerke.de/pdf/Flyer_Jobben.pdf. Stand: 26.11.2007.

⁶⁾ Ebd.

Beispiel BAföG und Praktikumsvergütung	
Monatliche Vergütung	6 Monate à 300 Euro = 1800 Euro
Abzüglich Werbungskostenpauschale	- 920 Euro = 880 Euro
Abzüglich Sozialpauschale von 21,5 Prozent	- 0,215 * 880 Euro = 690,80 Euro
Abzug vom BAföG im gesamten Bewilligungszeitraum	690,80 Euro
Abzug vom BAföG pro Monat (nicht nur die Monate des Praktikums!)	690,80 Euro/12 Monate = 57,57 Euro pro Monat

7.7 Ausgestaltung der Rahmenbedingungen

Um zum beiderseitigen Gelingen der Berufspraktika beizutragen, sind im Folgenden noch ein paar Tipps für Arbeitgeber und Praktikanten zusammen getragen:

Praktikumsgeber	Praktikanten
<ul style="list-style-type: none"> • Benennen Sie einen festen Ansprechpartner. • Halten Sie vor Beginn des Praktikums einen Termin zur Nachbesprechung fest. • Führen Sie den Praktikanten in das Unternehmen ein: Kleiderordnung, Arbeitszeiten und Gepflogenheiten sind für Neulinge häufig schwer zu bewerten. • Übertragen Sie dem Praktikanten Verantwortung und eigene Aufgaben. • Verdeutlichen Sie die Notwendigkeit von Zeitmanagement. • Informieren Sie die Mitarbeiter über den Praktikanten. • Notieren Sie sich geeignete Aufgaben für zukünftige Praktikanten. 	<ul style="list-style-type: none"> • Fragen Sie Ihren Betreuer, wann die beste Zeit für Rücksprachemöglichkeiten oder zusammenfassende Gespräche ist. • Informieren Sie Ihre/n Betreuer/-in über spezielle Kenntnisse, Fähigkeiten. • Zeigen Sie Bereitschaft, Verantwortung zu übernehmen. • Stimmen Sie einen gemeinsamen Wochenplan miteinander ab. • Fragen Sie, wenn Sie nähere Erläuterungen benötigen, zeigen Sie Interesse!

8 Nachbereitung

Mit dem erfolgreichen Abschluss des Berufspraktikums gilt es für beide Seiten, die gemachten Erfahrungen zu evaluieren. Im Rahmen eines Abschlussgesprächs kann mit dem Praktikanten der Verlauf des Praktikums erörtert werden. Dies dient zum einen dazu, dem Praktikanten ein Feedback über die erbrachte Leistung zu geben. Zum anderen kann sich auch der Praktikumsgeber auf diese Weise darüber informieren, wie der Praktikant den Praktikumsverlauf sowie die Betreuung und die Einbindung in das Unternehmen empfunden hat.

Insbesondere für die Studierenden ist es jedoch wichtig, sich im Hinblick auf die weitere Studiengestaltung und Berufsplanung darüber klar zu werden, welche Erwartungen an das Praktikum, das Unternehmen und die Aufgaben erfüllt wurden. Erste Anhaltspunkte für diese persönliche Nachbereitung bietet der folgende Fragenkatalog:⁷⁾

8.1 Checkliste zum Berufspraktikum

- Was wurde gelernt (sowohl fachlich als auch persönlich)?
- Was nehmen Sie inhaltlich mit?
- Haben Sie eventuelle Qualifikationslücken erkannt?
- Hat sich die Selbstwahrnehmung verändert (größeres Selbstvertrauen etc.)?
- Auswirkungen auf die weitere Berufsorientierung: Sind die Berufsziele bestätigt oder verändert worden?
- Hat das Praktikum Auswirkungen auf die Studienwahl (Bestätigung der Fächerwahl, neue Schwerpunktsetzung oder sogar neues Fach)?
- Wurde von dem Praktikumsgeber eine weitere Beschäftigung angeboten?
- Käme bei dem Praktikumsgeber ein Anstellungsverhältnis nach dem Studium in Frage?
- Wie kann der Kontakt gehalten werden?

8.2 Der Praktikumsbericht

Studierende der Universität Hamburg fertigen nach Abschluss des Praktikums einen Praktikumsbericht an. Dieser Bericht dient der Nachbereitung des Praktikums und unterstützt Studierende, sich noch einmal intensiv mit den im Praktikum gemachten Erfahrungen auseinander zu setzen und Schlussfolgerungen zur weiteren beruflichen Orientierung zu ziehen.

⁷⁾ Angelehnt an Torsten Czenskowsky u. a.: Praxissemester und Praktika im Studium. Qualifikation durch Berufserfahrung. Berlin: Cornelsen 2001, S. 123.

Der Aufbau könnte auf folgende Aspekte eingehen:

Einleitung

- Beschreibung der Erwartungen an das Praktikum (Rahmenbedingungen, Ablauf, Aufgaben)
- Schilderung des Bewerbungsablaufs: Kontaktaufnahme, Bewerbungsphase, Dauer des Praktikums, Angaben zum Praktikumsgeber

Hauptteil

- Darstellung des Berufsfeldes, in dem das Praktikum absolviert wurde
- Erläuterung der wahrgenommenen Tätigkeiten und durchlaufenen Abteilungen in dem Unternehmen
- Beschreibung der Anforderungen, der Betreuung und des Kontaktes zu den Kollegen
- Darstellung eventuell aufgetretener Konflikte und wie diese gelöst wurden
- Bewertung des Arbeitsalltags als Praktikant/-in im Vergleich zum Studienalltag

Fazit

- Vergleich der ursprünglichen Erwartungen an das Praktikum mit den tatsächlich gemachten Erfahrungen
- Erläuterung, inwiefern das Praktikum zum weiteren Studienverlauf sowie zur beruflichen Orientierung beigetragen hat: Haben sich neue Perspektiven aufgetan, ist das Studium für den Beruf nützlich, welche im Studium erworbenen Fähigkeiten und Kenntnisse sind für das Praktikum besonders nützlich gewesen
- Darstellung des Lernerfolgs und der möglichen Verknüpfung der theoretischen Studieninhalte und der Praxis

Über den Praktikumsbericht hinaus ist der persönliche Austausch mit Kommilitonen, Freunden und Bekannten eine gute Möglichkeit, die Erfahrungen im Praktikum zu reflektieren, andere Meinungen einzuholen und neue Anregungen für die weitere Berufsplanung zu gewinnen.

Ein gut vorbereitetes und in Abstimmung mit dem Praktikanten und den Mitarbeitern organisiertes Praktikum hat also für beide Seiten einen hohen Nutzen. Wenn die Rahmenbedingungen stimmen, ist eine optimale Verzahnung der Ausbildung an der Hochschule in Kombination mit Praxiserfahrungen in der Wirtschaft gewährleistet. Durch ein offenes Zugehen aufeinander können alle Beteiligten – Studierende, Wirtschaft und Hochschulen – voneinander profitieren.

9 Literatur- und Linkliste

Praktikum und Bewerbung

- Engst, Judith (in Zusammenarbeit mit der Dudenredaktion): *Duden: Professionelles Bewerben – leicht gemacht*. 2. Aufl. Mannheim [u. a.]: Dudenverlag 2007.
- Hakvoort, Renate: *Berufsbezogen studieren. Mit Praktika sinnvoll das Studium ergänzen*. Marburg: Schüren 1997.
- Hesse, Jürgen und Hans Christian Schrader: *Praxismappe für Praktikanten, Volontäre, Trainees. Mit der optimalen Bewerbung zum erfolgreichen Berufseinstieg*. Frankfurt/M.: Eichborn 2006.
- Keller, Heidi und Nadine Nöhmaier: *Praktikumsknigge. Der Leitfaden zum Berufseinstieg*. 2., vollst. überarb. und erw. Aufl. München: Clash 2005.
- Püttjer, Christian und Uwe Schnierda: *Bewerben um ein Praktikum*. Frankfurt/M.: Campus 2006.
- Schneider, Frank; Bettina König und Susanne Rinecker: *Vom Praktikum zum Job*. Freiburg im Breisgau: Haufe 2006.

Verzeichnisse

- Medienhandbuch Hamburg 2003*. Hamburg: Kammerer & Unverzagt, Berg-Kempfenhausen, Keller 2003.
- Oeckl. Taschenbuch des Öffentlichen Lebens. Deutschland 2006*. Begr. von Albert Oeckl. 55. Jg. (Stand: 28. Oktober 2005). Bonn: Festland-Verl. 2006.
- Red Box 2006*. Hamburg: Red-Box-Verlag 2006.

Praktikum im Ausland

- Deutscher Akademischer Austauschdienst (Hrsg.): *Wege ins Auslandspraktikum*. Bonn: DAAD 2005.
- Pocklington, Jackie; Patrik Schulz und Erich Zettl: *Bewerben auf Englisch. Tipps, Vorlagen und Übungen*. 1. Aufl, 3. Druck. Berlin: Cornelsen 2005.
- Schürmann, Klaus und Suzanne Mullins: *Englisch bewerben – weltweit. Anschreiben und Lebenslauf, Vorstellungsgespräch, Formulierungshilfen und länderspezifische Tipps*. Frankfurt am Main: Eichborn 2006.
- Troll, Susanne Gry: *Die Auslandsreise 2007: Arbeiten, Studieren und Lernen im Ausland. Alles über Auslandsaufenthalt, Au-pair, Sprachreisen, Praktikum, Studienaufenthalt, Homestay, Erlebnisreisen im Ausland uvm*. 1. Aufl. Rangsdorf: Troll 2007.

Weiterführende Literatur

- Czenskowsky, Torsten u. a. (Hrsg.): *Praxissemester und Praktika im Studium. Qualifikation durch Berufserfahrung*. Berlin: Cornelsen 2001.
- Bolles, Richard Nelson: *Durchstarten zum Traumjob. Das Handbuch für Ein-, Um- und Aufsteiger*. 7., komplett aktualisierte Aufl. Frankfurt am Main: Campus 2004.
- Holst, Ulrich: *Karriereplanung für Geisteswissenschaftler. Das Stufenprogramm zum Erfolg, Berufsfelder mit Perspektive*. Niedernhausen/Ts.: Falken 2001.
- Janson, Simone: *Der optimale Berufseinstieg. Perspektiven für Geisteswissenschaftler*. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft 2006.
- Jüde, Peter: *Berufsplanung für Geistes- und Sozialwissenschaftler oder die Kunst eine Karriere zu planen*. Köln: Staufenberg 1999.
- Kammerer, Till: *Berufsstart und Karriere in Kunst, Kultur und Medien. Studium, Berufsausbildung, Weiterbildung, Quereinstieg*. Bielefeld: Bertelsmann 2004.

Links zu Praktikumsbörsen

- Arbeitsstelle Studium und Beruf, Universität Hamburg: *Praktikumsbörsen*, 20.10.2007.
URL: www.uni-hamburg.de/fachbereiche-einrichtungen/astub/praktikumsboersen.html.
Stand: 19.11.2007.
- Handelskammer Hamburg: *HK24 Praktikums- und Abschlussarbeitenbörse*, 2007.
URL: <http://www.hamburger-praktikumsboerse.de/>. Stand: 26.11.2007.