



Meldungen

KARRIEREPERSPEKTIVE NACHWUCHSPROFESSOR*IN AN HAWS

Erwartungen, Motivlagen und Interessen von hochqualifizierten Berufspraktiker*innen an eine Hochschulkarriere – aktuelle Studienergebnisse

Philipp Hecht, Ann Katrin Michl, Tomas Jerković & Christina Ackermann

Die Technische Hochschule Ingolstadt (THI) wird in den nächsten Jahren von 6.000 auf 10.000 Studierende anwachsen und ihr Profil als forschungsstarke Hochschule für angewandte Wissenschaften (HaW) weiter stärken, insbesondere durch die Ernennung zum KI-Mobilitätsknoten im Rahmen der Hightech Agenda der Bayerischen Staatsregierung. Einhergehend mit dem weiteren Hochschulausbau wird es in den nächsten Jahren zu einem signifikanten Bedarf an neuberufenen Professor*innen kommen. Zur Deckung des professoralen Fachkräftebedarfs, insbesondere in einer Region mit vielen attraktiven Arbeitgebern, bedarf es innovativer Rekrutierungs- und Karrierepfade für Professuren. Mit dem Professional Tenure-Track-Konzept wird die THI als eine der ersten Hochschulen Deutschlands einen neuen Karrierepfad „Nachwuchsfachprofessur“ aufbauen, der sich neben Postdocs auf die Zielgruppe der hochqualifizierten Berufspraktiker*innen fokussiert.

Im Rahmen des vom Bundesministerium für Bildung und Forschung geförderten Programms „FH-Personal“ konnte die THI die Erwartungen der Zielgruppe Berufspraktiker*innen hinsichtlich einer Hochschulanstellung und damit verbundenen Promotion empirisch erforschen. Um Neutralität und Unabhängigkeit der Studiendurchführung zu gewährleisten, wurde die GIM Gesellschaft für Innovative Marktforschung beauftragt. Auf Basis der Studienergebnisse hat die Hochschule ihren Karrierepfad „Nachwuchsfachprofessur“ sowie das Professional Tenure-Track-Verfahren final konzipiert. Einige zentrale Ergebnisse der empirischen Evaluation werden nachfolgend vorgestellt.

Junge Berufstätige aus der freien Wirtschaft: Profil der Zielgruppe

Definition der Zielgruppe

Mit Blick auf die Anforderungen einer akademischen Karriere an HaWs/THs hat die THI als Auftraggeberin die Zielgruppe der Studie klar definiert: Studienteilnehmer*innen mussten einen sehr guten oder guten Master- oder Diplom-Abschluss vorweisen, meist mit Schwerpunkt auf Ingenieurwesen und Informatik. Zum Zeitpunkt der Befragung übten sie seit mindestens drei Jahren eine hochwertige angewandte Tätigkeit in der freien Wirtschaft in Forschung oder Management aus. Dabei musste das jährliche Einkommen über 60.000 € liegen, die Teilnehmer*innen maximal 32 Jahre alt sein und eine generelle Offenheit im Hinblick auf eine Professur an einer Hochschule aufzeigen.

Methode

20 Vertreter*innen der Zielgruppe wurden in jeweils 60-minütigen qualitativen Telefoninterviews zu ihren aktuellen Tätigkeiten sowie ihren Einstellungen und Erwartungen hinsichtlich einer Hochschulkarriere befragt. Die Telefoninterviews wurden von der GIM Gesellschaft für Innovative Marktforschung im Zeitraum vom 10. März bis 26. März 2020 durchgeführt.

Besonderheiten der Zielgruppe

Die Zielgruppe zeigte sich als beruflich äußerst ehrgeizig. So verzeichnen ihre Vertreter*innen schon nach relativ wenigen Berufsjahren erste bedeutende Erfolge in ihrer Karriere, unter anderem verfügen sie bereits über diverse Entscheidungsfreiheiten im Rahmen von Projekt-, Budget- und Personalplanung. Sie legen Wert auf eine flexible und selbstbestimmte



Meldungen

Gestaltung ihrer Arbeitsinhalte und -zeiten und haben das Ziel, einer sinnhaften Tätigkeit nachzugehen. Das macht sie zu einer hochinteressanten und gleichzeitig im Hinblick auf die Rekrutierung herausfordernden Zielgruppe, denn: Materielle und immaterielle Vorteile der freien Wirtschaft sind für sie der Maßstab.

Zufriedenheit in Beruf und Alltag: Faktoren

Wie zufrieden die potenziellen Nachwuchsprofessor*innen im Beruf sind, wird vor allem durch Karriereaussichten geprägt. Neben guten Konditionen und einer modernen Ausstattung sind attraktive Aufstiegsmöglichkeiten und die gezielte Förderung des Wissenserwerbs von Interesse. Emotionale Faktoren umfassen zudem ein offenes Arbeitsklima und die Selbstbestimmung und Flexibilität der Tätigkeit. Aber auch Faktoren jenseits des Berufs tragen zur Zufriedenheit bei: Der Wohnort muss bestenfalls eine umfassende Infrastruktur bieten und sich tendenziell durch eine weltoffene Mentalität auszeichnen.

Erwartungen an eine Hochschulanstellung und Promotion

Wissenschaftliches Arbeiten

Die Befragten gehen mehrheitlich davon aus, dass Hochschulen im Vergleich zur freien Wirtschaft ihren Angestellten einige Vorteile im Bereich der Wissensvertiefung und -weitergabe bieten können. „An der Hochschule kann ich mein Interessensgebiet tiefer untersuchen. Das fehlt mir, denn in meinem aktuellen Job bleibt keine Zeit für tiefgründige Forschung, da muss alles schnell und profitabel sein“, berichtet beispielsweise ein*e Studienteilnehmer*in. Dieser Aspekt spielt auch bei Promotionen eine zentrale Rolle: Die Berufspraktiker*innen schätzen und erwarten die Möglichkeit, sich mit einem – gegebenenfalls

selbstgewähltem – Thema intensiv auseinandersetzen zu können und sich so Wissen anzueignen. So ist die vorherrschende Vorstellung an eine Promotionszeit jedoch als stark theorieorientierte, langwierige und schlecht betreute Phase im Wesentlichen negativ konnotiert und wirkt abschreckend.

Wunsch nach Praxisorientierung

Wie in der Promotionsphase so gilt auch für die spätere Tätigkeit als Professor*in, dass die Möglichkeit zum praxisorientierten Arbeiten zentral sein sollte: Den jungen Berufstätigen ist bei einem Wechsel in den akademischen Bereich ein weiterhin starker Bezug zur Praxis wichtig. Beispielsweise haben angewandte Forschung und Kooperationen mit Unternehmen einen hohen Stellenwert. Berufsbegleitende Promotionen werden vielfach als attraktive Möglichkeit beschrieben, um den Anschluss an die Praxis beizubehalten. Hier ist der Zielgruppe zudem eine gute und individuelle Betreuung auf Augenhöhe und Austausch unter gleichberechtigten Partnern wichtig.

Bedeutung von Karrierechancen

Die Zielgruppe ist zwar durchaus offen für eine Promotion, befürchtet jedoch, dadurch den Fortschritt ihrer Karriere in der freien Wirtschaft zu beeinträchtigen oder gar einen Rückschritt zu erleiden. Ein*e Teilnehmer*in erklärt: „Eine akademische Karriere bedeutet auch eine Pause in der freien Wirtschaft, das könnte ein Risiko sein.“ Als Zielgruppe mit großen beruflichen Ambitionen wird befürchtet, durch eine Entfremdung von der freien Wirtschaft langfristig schlechtere Karriereperspektiven zu haben. Gleichzeitig gilt eine Professur als wichtiges Sprungbrett, um sich stärker mit Wirtschaftsunternehmen zu vernetzen und die eigene Selbstständigkeit zu fördern – und dadurch auch



Meldungen

weitere Karrierechancen zu generieren bei gleichzeitigem Zugewinn an akademischer Freiheit.

Rahmenbedingungen und Work-Life-Balance

Haupt Herausforderung für den akademischen Bereich ist die Wahrnehmung als wenig agiles und wenig praxisorientiertes Feld mit weniger attraktiven Arbeitsbedingungen (Gehalt, insbesondere während der Promotionsphase) und Karrierechancen – wobei HaWs/THs besser abschneiden als Universitäten, da sie in der Vorstellung der Teilnehmer*innen mit einem höheren Praxisbezug in Verbindung gebracht werden. Um die Zielgruppe für eine Hochschulkarriere zu begeistern, sollten sich vor allem monetäre Aspekte nicht zu stark von ihrer aktuellen Anstellung unterscheiden. Zudem reizt die oben genannte akademische Freiheit und die Annahme einer ausgeglichenen Work-Life-Balance. Ebenso sind private Rahmenbedingungen für die Zielgruppe von Bedeutung: Neben einem attraktiven, urbanen, weltoffenen Wohnumfeld sollte eine gute Kinderbetreuung zur Vereinbarkeit von Beruf und Familie geboten werden.

Fazit und Empfehlungen

Die befragten Berufspraktiker*innen nehmen eine Hochschulkarriere und Promotion – beispielsweise über das Professional Tenure-Track-Konzept – insgesamt ambivalent wahr. Gleichzeitig artikulieren sie klare Erwartungen, die Hochschulen nutzen können, um ihre Rekrutierungspfade entsprechend auszurichten. Folgende Empfehlungen lassen sich für Personalverantwortliche an Hochschulen ableiten, die diese Zielgruppe erreichen möchten:

- **Wissensausbau** Die Zielgruppe hat ein hohes Interesse daran, ihr Wissen zu vertiefen. Hochschulen können diesen Aspekt fokussieren und

Nachwuchsprofessor*innen Freiheiten geben, Forschungsthemen eigenständig zu bestimmen. Gute Möglichkeiten für Weiterbildung und Networking sollten ebenso gefördert werden.

- **Praxisorientierung** Um der Befürchtung, den Anschluss an die Praxis zu verlieren, entgegenzuwirken, sollten umfassende Kooperationen mit Unternehmen angeboten werden. Die Zielgruppe erwartet einen großen Gestaltungsspielraum in ihrer Tätigkeit. Promotionen sollten bestenfalls berufsbegleitend, mindestens aber immer praxisorientiert angeboten werden.
- **Rahmenbedingungen** Materielle und immaterielle Vorteile sollten sich an der freien Wirtschaft orientieren. Neben einem ansprechenden Gehalt können Hochschulen mit unbefristeten Arbeitsverträgen, Verbeamtung und der Adaption moderner Arbeitsabläufe aus der Privatwirtschaft punkten.
- **Arbeitsklima** Die jungen Berufstätigen schätzen ein modernes Arbeitsklima sowie agile Formen der Zusammenarbeit. Eine offene Kommunikation, flache Hierarchien, schnelle Entscheidungen und Selbstbestimmung sind entscheidend.

Die Ergebnisse der vorliegenden Studie flossen ein in das Professional Tenure-Track-Konzept (PTT) der THI, welches über das Bund-Länder-Programm „FH-Personal“ ab 2021 gefördert wird. Mit dem PTT erweitert die THI ihr bestehendes professorales Karrieresystem. Die Zielgruppe dieses neuen Karrierepfades ist zweigeteilt:

- Hochqualifizierte Postdocs, denen die für eine HAW-Professur erforderliche Praxiserfahrung



Meldungen

fehlt und die diese im Rahmen des PTT-Programms erwerben (= Praxis-Track)

- Hochqualifizierte Berufspraktiker*innen mit mindestens dreijähriger Berufserfahrung, denen die für eine HAW-Professur erforderliche wissenschaftliche Qualifikation (Promotion) fehlt und die diese im Rahmen des PTT-Programms erwerben (= Promotions-Track)

Beide Personalentwicklungspfade münden bei erfolgreicher Absolvierung verbindlich in eine „W2-Professur“. Sie werden in Kooperation mit Partneruniversitäten und Partnerunternehmen umgesetzt. Im Zuge der BMBF-Projektförderung sollen die ersten 18 Nachwuchsprofessuren aufgebaut werden. Strategisches Ziel ist es, mittelfristig 15–20 Prozent der in den nächsten Jahren neu einzurichtenden bzw. altersbedingt vakant werdenden Professorenstellen an der THI im PTT-Verfahren zu besetzen.

Autor*innen

Dipl.-Soz. **Philipp Hecht** M. A. ist Leiter der Stabsstelle Strategie und Qualität an der Technischen Hochschule Ingolstadt und in dieser Funktion für die Themen strategische Hochschulentwicklung sowie Projekt-, Qualitäts- und Datenmanagement verantwortlich. Er hat an den Universitäten Regensburg, Bratislava und Bamberg Sozialwissenschaften sowie an der TU Kaiserslautern Wirtschaftswissenschaften studiert.

Kontakt: Philipp.Hecht@thi.de

Ann Katrin Michl ist Qualitätsmanagementbeauftragte an der Technischen Hochschule Ingolstadt. In dieser Funktion ist sie u. a. verantwortlich für die Konzeption, Koordination und Umsetzung zentraler Befragungen und Analysen an der THI. Sie arbeitet seit 2017 an der THI und hat zuvor an der Hochschule für angewandte Wissenschaften Würzburg-Schweinfurt den Master „Innovation im Mittelstand“ abgeschlossen.

Kontakt: AnnKatrin.Michl@thi.de

Dr. **Tomas Jerković** ist Research Director bei der GIM Gesellschaft für Innovative Marktforschung und leitet dort die Forschung in den Bereichen Öffentlicher Sektor und Dienstleistungen. Jerković arbeitet seit 2007 bei der GIM und hat zuvor in Sozialwissenschaften an der Universität Gießen promoviert.

Kontakt: t.jerkovic@g-i-m.com

Christina Ackermann ist Research Manager und Consultant bei der GIM Gesellschaft für Innovative Marktforschung und forscht in den Branchenschwerpunkten Öffentlicher Sektor, Medien und Finance. Sie arbeitet seit 2019 bei der GIM und hat Kommunikations-/Medienforschung (M.A.) an der Universität Leipzig studiert.

Kontakt: c.ackermann@g-i-m.com

Die Autor*innen danken allen Befragungsteilnehmer*innen.