

# Geschlechterunterschiede beim Eintritt in den Arbeitsmarkt von Hochschulabsolventen

## **Projektbeschreibung**

Das Projekt „Determinanten beruflicher Karrieren von HochschulabsolventInnen“ steht unter der Leitung von PD Dr. Martin Groß und Prof. Wegener vom sozialwissenschaftlichen Institut der Humboldt-Universität zu Berlin und wird von der Hans-Boeckler-Stiftung finanziert.

Ziel des Projekts ist es, junge Akademiker und Akademikerinnen beim Eintritt ins Erwerbsleben und in der Phase der frühen Karriere zu begleiten. Einige der zentralen Fragestellungen sind dabei, ob Frauen und Männer bei der Stellensuche auf verschiedene Ressourcen zurückgreifen, verschiedene Suchstrategien zur Stellenfindung nutzen oder auf unterschiedliche Probleme und Schwierigkeiten stoßen.

## **Design**

Die Untersuchung ist als Längsschnittbefragung angelegt. Die AbsolventInnen werden mehrmals in ca. halbjährlichen Abständen befragt. Mit der ersten Erhebung wurden individuelle Merkmale der Stellensuche wie genutzte Wege, zeitlicher Aufwand, Unterstützung durch andere und die beruflichen Orientierungen erhoben. In der Folgebefragung, wurde eruiert, wie erfolgreich die Suche verlief, in welchen Beschäftigungsformen die AbsolventInnen unterkommen konnten und wie zufrieden sie damit sind. Außerdem wird ermittelt, wie die Befragten letzten Endes zu ihrer Stelle gekommen sind.

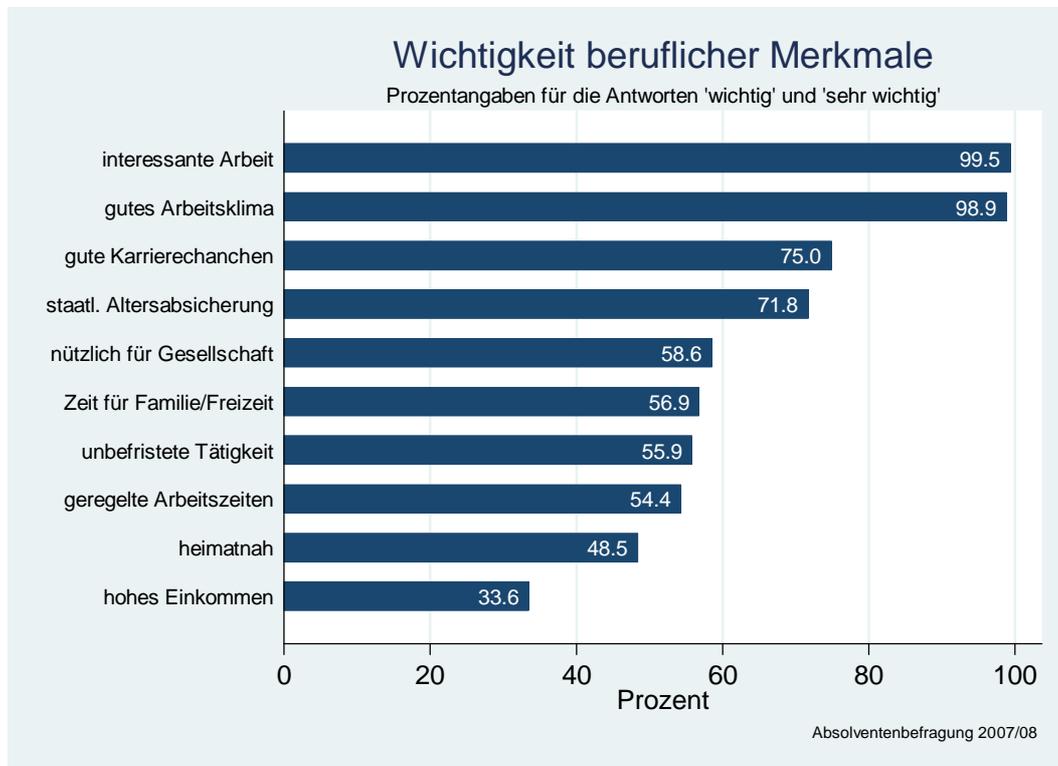
## **Ergebnisse**

### **Aspekte der beruflichen Orientierung**

Ein wichtiger Aspekt beruflicher Orientierung ist die individuelle Wertschätzung bestimmter Aspekte der zukünftigen beruflichen Tätigkeit. So sind für fast jede der befragten Personen „eine interessante Tätigkeit“ und ein „angenehmes Arbeitsklima“ wichtig oder sehr wichtig. „Gute Karrierechancen“ werden von drei Vierteln angestrebt. Ein „überdurchschnittliches Einkommen“ streben hingegen nur rund 33 % an, wobei weitaus mehr Männer als Frauen dieses Kriterium für mindestens wichtig halten. Jeweils für knapp über die Hälfte der Suchenden sind eine „unbefristete Beschäftigung“ sowie „Zeit für die Familie oder Freizeit“ mindestens wichtig. Geschlechtsspezifische Unterschiede finden sich bei den Fragen nach der „Nützlichkeit der Tätigkeit für die Gesellschaft“ und der „geregelten Arbeitszeit“. Rund 50% der Personen antworten

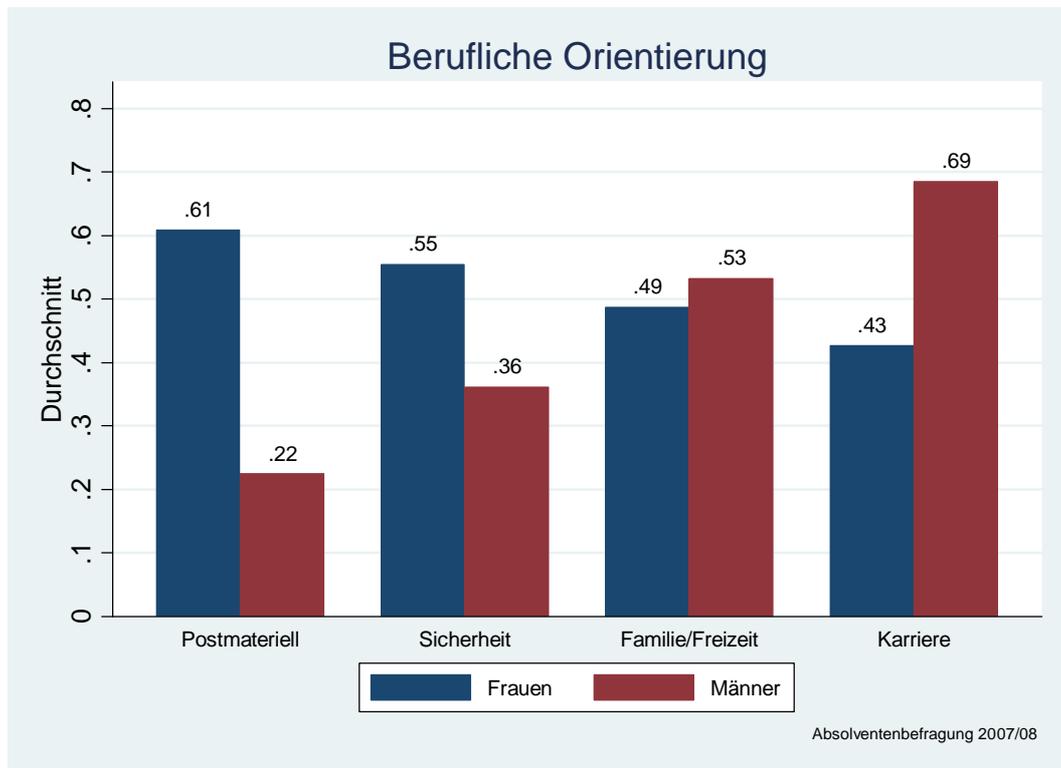
mindestens mit wichtig, jedoch sind es jeweils rund mehr als 10% der Frauen, die diesen Fragen eine hohe Bedeutung beimessen.

GRAFIK I



Die verschiedenen Items zur beruflichen Wertorientierung lassen sich nach Typen gruppieren: die *Freizeit- und Familienorientierung*, die sich aus der Präferenz für „Nähe zum Heimatort“ und „viel Zeit für Familie oder Freizeit“ ergibt, die *Karriereorientierung* (überdurchschnittliches Einkommen, gute Karrierechancen), die *postmaterielle Berufsorientierung* (eine interessante Tätigkeit, angenehmes Arbeitsklima, Arbeit soll nützlich für die Gesellschaft sein) und die *Sicherheitsorientierung* (unbefristete Beschäftigung, Absicherung über staatliche Renten- und Arbeitslosenversicherung).

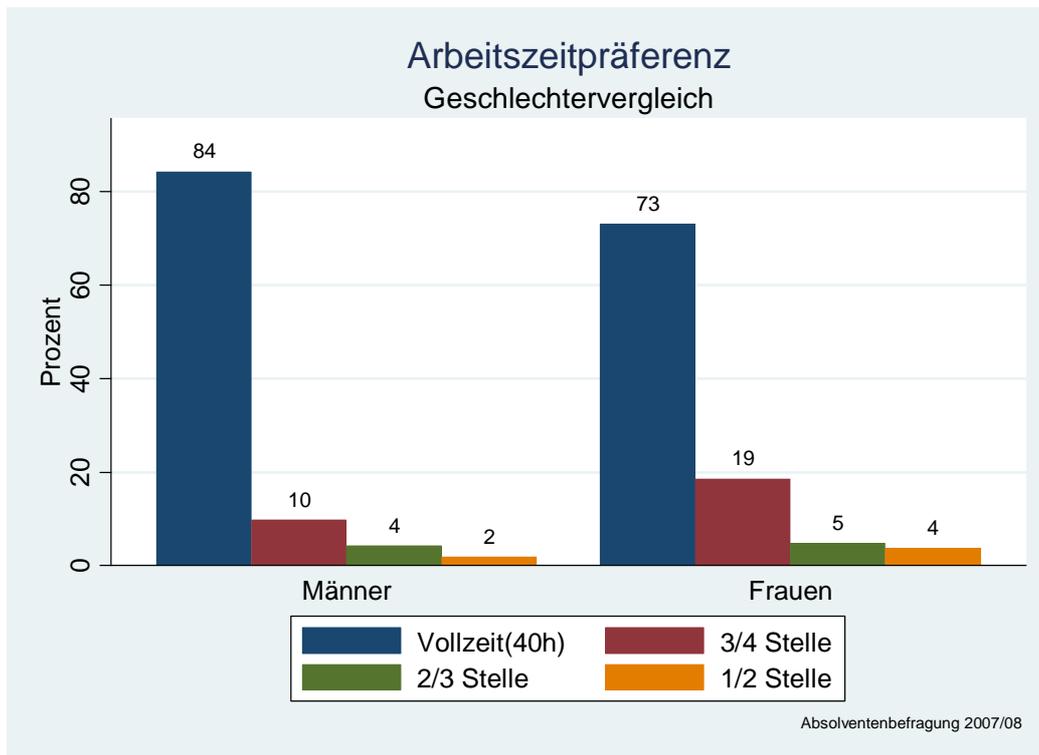
GRAFIK II



Hier zeigt sich, dass bei den Frauen die postmaterielle Berufsorientierung am stärksten ausgeprägt ist, bei den Männern dagegen die Karriereorientierung. Die familien- und freizeitgerichtete Orientierung ist bei beiden Geschlechtern ungefähr gleich stark ausgebildet.

Ergänzend zu den beruflichen Wertorientierungen ist die Arbeitszeitpräferenz eine wichtige individuelle Größe bei der Stellensuche. Auch hier gibt es Unterschiede zwischen den Geschlechtern, wenn diese auch weniger stark als erwartet ausfallen.

### GRAFIK III



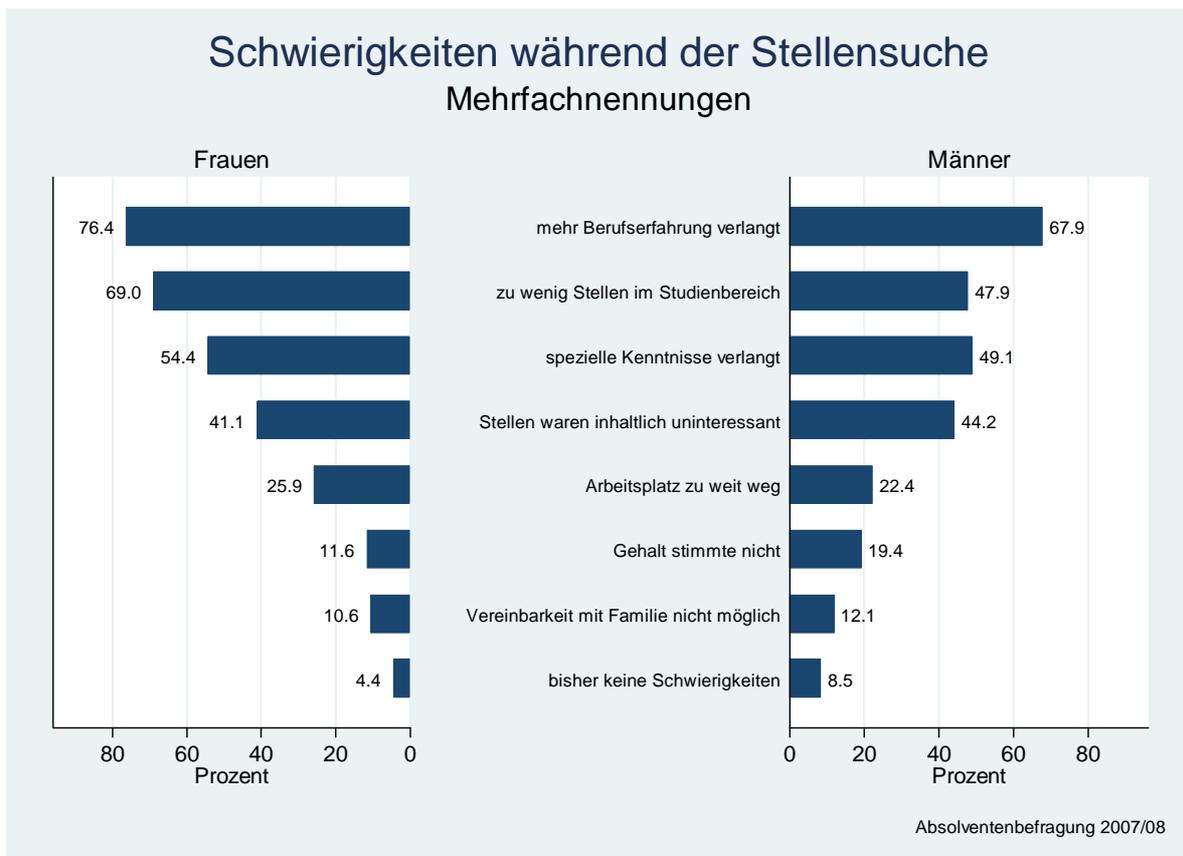
Zwar gibt es einen größeren Anteil von Frauen, die eher 3/4-Stellen oder 2/3-Stellen bevorzugen würden - hier drückt sich vermutlich das Bedürfnis aus, Familie und Beruf in Einklang zu bringen – doch dominiert mittlerweile auch bei den Frauen der Wunsch nach einer Vollzeitstelle. Eine Vollzeitstelle und der Wunsch nach Vereinbarkeit von Arbeit und Familie schließen sich entsprechend nicht aus.

#### **Schwierigkeiten bei der Stellensuche**

Junge AkademikerInnen, die auf den Arbeitsmarkt kommen, erfahren verschiedene Schwierigkeiten bei der Stellenfindung, dabei sind es insgesamt verstärkt die Frauen, die sich damit konfrontiert sehen.

Das am häufigsten wahrgenommene Problem ist die mangelnde Berufserfahrung. Weiterhin finden über zwei Drittel der Frauen zu wenig Stellen in ihrem Studienbereich, dagegen sagt dies weniger als die Hälfte der Männer. Auch beurteilen verstärkt die Männer angebotene Stellen als zu schlecht bezahlt. Die Geschlechter bewerten die Arbeitsmarktsituation anscheinend verschieden und selektieren mögliche Jobangebote nach unterschiedlichen Kriterien.

Grafik IV



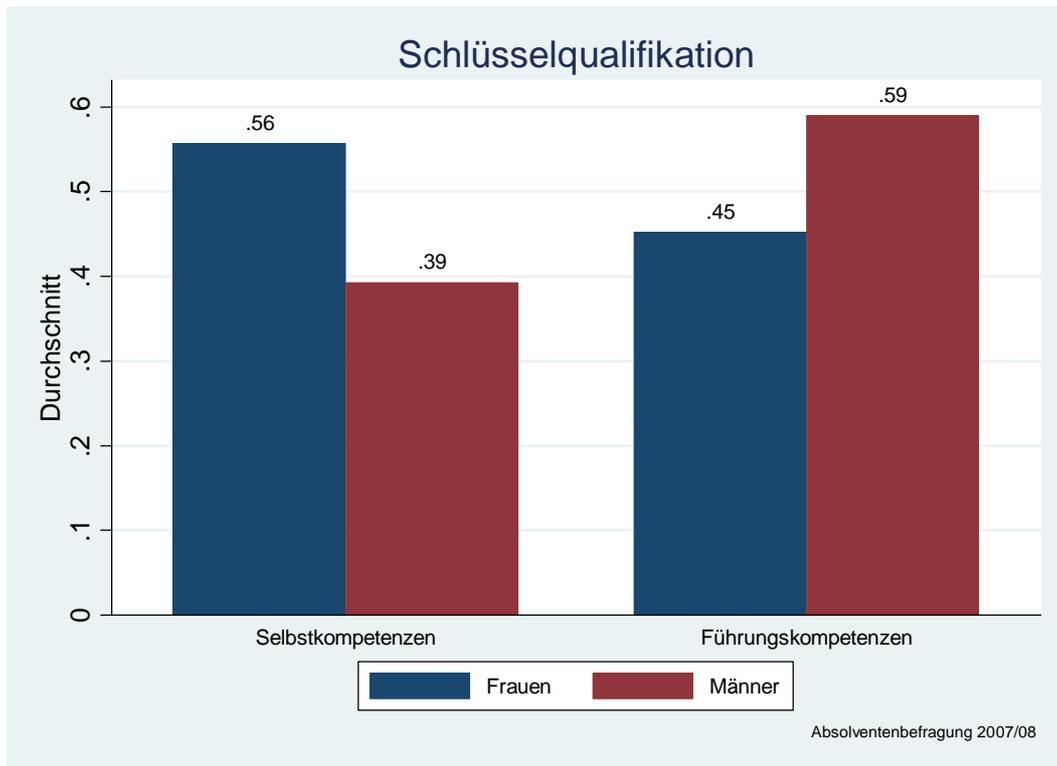
Es können zwei Formen von Schwierigkeiten unterschieden werden: zum einen sind es die Anforderungen an den Bewerber, zum anderen die Anforderungen seitens der BewerberInnen an die Stelle.

In multivariaten Modellen kann gezeigt werden, dass vor allem Frauen sich mit zu hohen Anforderungen konfrontiert sehen (Berufserfahrung, spezielle Kenntnisse), während Männer angeben, höhere Anforderungen an die Stelle zu haben (Gehalt und inhaltlich uninteressant). Die wahrgenommenen Situationen der Geschlechter sind leicht gegensätzlich: während Frauen sich passiv Schwierigkeiten gegenüber sehen, sehen Männer Probleme darin, dass die Stellenprofile ihnen nicht genügen.

### Schlüsselqualifikation

Diese unterschiedlichen Einstellungen festigen sich ebenfalls bei der Erhebung der Schlüsselqualifikationen. Während sich Frauen vor allem über Selbstkompetenzen wie „Organisationsfähigkeit“ und „selbstständiges Arbeiten“ verfügen, trauen sich Männer vor allem Führungskompetenzen wie „Standpunkte gegen Andere behaupten“ oder „Verhandlungsgeschick“ zu.

Grafik V



### **Suchaufwand und Suchbilanz**

Um die Strategien der Stellenfindung weiter zu untersuchen, wurden auch Fragen zum Sucherverhalten erhoben. Dabei kann gezeigt werden, dass Frauen im Durchschnitt täglich nur etwas mehr Zeit mit dem Sichten von Stellenangeboten verbringen.

Weiterhin kann auch bei der Anzahl der geschriebenen Bewerbungen kein signifikanter Unterschied festgestellt werden, jedoch werden Männer häufiger zu Vorstellungsgesprächen eingeladen. Daher ist vor allem die Bilanz interessant, die sich aus dem Verhältnis von Vorstellungsgesprächen zur Anzahl geschriebener Bewerbungen ergibt. Frauen weisen hier signifikant schlechtere Werte auf als Männer, wobei die Effekte in einem multivariaten Modell bereits auf Studienfächer und Abschlussnoten kontrolliert sind.

Das deutet darauf hin, dass Bewerbungen von Frauen bei gleicher Qualifikation seltener Berücksichtigung für ein Vorstellungsgespräch finden als Bewerbungen von Männern.

### **Informelle Stellensuche**

Ein Schwerpunkt der Untersuchung ist die Bedeutung sozialer Netzwerke bei der Stellensuche. Oft sind es gerade Personen aus den persönlichen Netzwerken, die durch gezielte Informationen oder Engagement Bewerbungen und Vorstellungsgespräche ermöglichen. Diese Möglichkeit, über soziale Beziehungen an freie Stellen oder

Informationen über freie Stellen zu gelangen, wird von beiden Geschlechtern im gleichen Maße genutzt. Bei Frauen und Männern sind es gut zwei Drittel die soziale Beziehungen bei der Stellensuche einzusetzen.

Die Strategien sind dabei jedoch verschieden. Es kann gezeigt werden, dass Frauen viel mehr Leute in ihrem Umfeld von ihrer Stellensuche wissen lassen, also mehr Leute potentiell in ihrer Stellensuche mit einbeziehen. Männer dagegen suchen eher Kontakt zu Personen in höheren Positionen und versuchen über deren Einfluss einen Vorteil zu erlangen.

### **Fazit**

Die vorliegenden Ergebnisse bieten bisher nur einen ersten Einblick. Inwiefern sich die unterschiedlichen Strategien auf den Erfolg bei der Stellenfindung und die Platzierung der AbsolventInnen auf dem Arbeitsmarkt auswirken, kann mit den bisherigen Daten leider noch nicht gezeigt werden, jedoch lässt sich bereits erahnen, dass eine spätere Ungleichheit auf dem Arbeitsmarkt zwischen Männern und Frauen auch aus dem unterschiedlichen Suchverhalten resultieren kann. Zur Verifizierung dieser Annahme werden dafür jedoch die weiteren Ergebnisse der nächsten Folgebefragung benötigt.