

**Beurteilung des
Studiengangskonzepts
Personal und Arbeit
(Master of Laws, LL.M.)
durch die
Unternehmenspraxis**

**Endbericht
Januar 2011**

Inhalt

1	Ablauf und Durchführung der Erhebung	3
2	Beschreibung des Rücklaufs	5
2.1	Größe des Standortes (Einwohnerzahl).....	5
2.2	Ländliche oder städtische Lage	6
2.3	Bedeutung des Standorts für das Unternehmen.....	6
2.4	Attraktivität des Standorts für Bewerber	7
2.5	Unternehmensgröße	9
2.6	Branchen.....	10
3	Bekanntheit des Abschlusses Master of Laws (LL.M.).....	11
4	Bedarf an einem Studiengang LL.M.	14
4.1	Bedarf der Gesamtwirtschaft	14
4.2	Bedarf für die jeweilige Branche	16
4.3	Einsatzmöglichkeiten im eigenen Unternehmen	17
4.4	Projektiver Test	21
5	Gesamturteil und Verbesserungsvorschläge	22
5.1	Gesamtnote.....	22
5.2	Verbesserungsvorschläge	23
6	Zusammenfassung.....	25

1 Ablauf und Durchführung der Erhebung

- Mit der vorliegenden Studie sollte festgestellt werden, inwiefern das Studienangebot eines Master of Laws (LL.M.) den Bedarf von Unternehmen ausgewählter Branchen im Umfeld von ca. 150 Km zur Hochschule Hof trifft und ob es seitens der Unternehmen Anregungen für Veränderungen und Ergänzungen des Angebots gibt.¹
- Methode: Befragung von 2000 Unternehmen verschiedener Branchen im weiteren Einzugsbereich der Hochschule Hof. Zwei Erhebungsmethoden:
 - 1000 Unternehmen wurden schriftlich kontaktiert (Anschreiben der Hochschulleitung, schriftlicher Fragebogen, adressierter Rückumschlag, „Porto zahlt Empfänger“).²
 - 1000 Unternehmen wurden online kontaktiert. Email-Kontakt mit personalisiertem Anschreiben, Versand über CRM-Software (CAS), Online-Hosting (Rogator). Die operative Durchführung der Studie wurde unterstützt durch: AMM e.V., Weidenberg. Drei Wochen nach Start der Erhebung wurde mittels Nachfass-Email ein nochmaliger Kontakt lanciert.
- Lieferung des Konzeptentwurfs (Modulübersicht) durch die Kollegen des geplanten Studiengangs. Entwicklung des Forschungsdesigns unter Einbeziehung von Sekundärmaterial und Studien der Vergangenheit (insb. Studie LL.B. 2007).
- Datenmaterial: Die Adressen der für die Studie ausgewählten Branchen wurden von den Industrie- und Handelskammern Bayreuth, Suhl und Chemnitz zur Verfügung gestellt sowie durch Adressmaterial aus frei

¹ Die Studie bezieht sich auf den Abschluss LL.M., wie er zum Zeitpunkt des Entwurfs des Forschungsdesigns im Herbst 2010 vorlag. Spätere Änderungen und Ergänzungen im Studienkonzept bleiben unberücksichtigt.

² Von den 121 Rückläufern der schriftlichen Befragung nutzten nur 14 Unternehmen die Option „Porto zahlt Empfänger“, so dass sich die Gesamtportokosten für den Rücklauf auf 27,44 Euro beschränken. In 105 Fällen frankierten die antwortenden Unternehmen den Rückantwortbrief auf eigene Kosten. In zwei Fällen kam das Rückantwortkuvert ohne Frankierung und ohne Berechnung von Nachporto an.

zugänglichen Quellen ergänzt. Die Adressen wurden abgeglichen, überarbeitet und größtenteils personalisiert, wobei als Ansprechpartner Inhaber, Geschäftsführer und/oder Verantwortliche aus den Personalbeteiligungen kontaktiert wurden.

- Erhebungszeitraum: 5.-29.11.2010.
- Datenrücklauf: 320 Fragebogen (Quote von 16,0%). Unvollständige Fragebogen (i.e.: solche, die weniger als neun beantwortete Fragen enthalten), Doppelbeantwortungen (überprüft anhand der IP-Adresse bei der Online-Befragung) und „Spaßantworten“ wurden aus der Endauswertung eliminiert. Es resultiert folgender verwertbarer Rücklauf:
 - Aus der schriftlichen Befragung: 121 Fragebogen (entspricht einer verwertbaren Quote von 12,1%)
 - Aus der Online-Befragung: 139 Fragebogen (verwertbare Antwortquote 13,9%).
- Die durchschnittliche Antwortquote für die Gesamtstudie beträgt somit 13,0% und kann im Vergleich solcher Studien als gut bezeichnet werden.
- Die Studie zum LL.M. ist eine Teilstudie im Rahmen einer Omnibus-Befragung mit insgesamt drei Teilerhebungen.³ Eine noch höhere Antwortquote wurde durch den aus Befragtersicht absehbar hohen Zeitbedarf für die Beantwortung sämtlicher Fragen verhindert.
- In Bezug auf die Qualität der Rückläufer ist feststellbar, dass das Antwortverhalten bei der schriftlichen Befragung etwas ausführlicher (Vollständigkeit der Beantwortung aller Fragen) ist als bei der Online-Befragung. Aufgrund mehrerer Reliabilitätschecks können die Daten des schriftlichen Teilsamples und des Online-Samples gemeinsam ausgewertet werden.

³ Der Grundlagenteil der vorliegenden Studie (Kap. 2) ist daher weitgehend ähnlich mit dem der anderen Studien.

2 Beschreibung des Rücklaufs

Die nachfolgende deskriptive Beschreibung des Rücklaufs enthält noch keine Wertungen zum LL.M., sondern gibt lediglich einen einleitenden Überblick über die Stichprobe. Nachfolgend werden die, zumeist intervallskalierten, deskriptiven Variablen (zum Beispiel die Einwohnerzahl des Unternehmensstandorts) anhand der Häufigkeitsverteilung zu sinnvollen Gruppen zusammengefasst, so dass sich in der anschließenden Auswertung der Fragen zum LL.M. Gruppenunterschiede statistisch untersuchen lassen (sog. Splits).

2.1 Größe des Standortes (Einwohnerzahl)

Abb 1: Einwohnerzahl des Standorts	Häufigkeit	Prozent
bis 4999	61	24,0
5000-19999	85	33,5
20000-49999	43	16,9
50000 und mehr (max. 600.000)	65	25,6
Gesamt	254 ⁴	100,0

- Wie die Abbildung zeigt, sind in der Stichprobe Unternehmen aus allen Ortsgrößen enthalten, die sich im Einzugsbereich der Hochschule finden. Millionenstädte gehören nicht zum engeren Einzugsbereich.
- Das arithmetische Mittel der Einwohnerzahl liegt bei 43.647, der Median⁵ bei 15.000 Einwohnern.

⁴ Alle Angaben beziehen sich in diesem Bericht auf gültige Antworten. Auf die Gesamtzahl von 260 fehlende Antworten sind hier und im weiteren jeweils mit Antwortverweigerung und/oder nicht verwertbaren Angaben zu erklären.

⁵ Der Median teilt die Verteilung in zwei gleich große Hälften. Dieser Wert ist weniger anfällig für Ausreißer als das arithmetische Mittel. Im Beispielfall kommen also jeweils 50% der Unternehmen aus Orten, die größer bzw. kleiner als 15.000 Einwohner sind.

2.2 Ländliche oder städtische Lage

Unternehmen siedeln aus verschiedenen Gründen (Gewerbesteuer, Flächen etc.) außerhalb der Städte. Die oben beschriebene Einwohnerzahl könnte demzufolge ein falsches Bild vom Standort geben, da die Ansiedelung direkt jenseits der kommunalen Stadtgrenze, aber faktisch immer noch im direkten Einzugsbereich der Stadt liegen kann. Aus diesem Grund wurden die Unternehmen zu einer Selbsteinschätzung aufgefordert, ob es sich eher um eine ländliche oder eine städtische Lage handelt.

Abb. 2: Lage des Standorts ⁶	Häufigkeit	Prozent
eher ländlich ⁷	105	43,8
mittel ⁸	69	28,8
eher städtisch ⁹	66	27,5

- Aus allen Lagen finden sich ausreichend Unternehmen in der Stichprobe.

2.3 Bedeutung des Standorts für das Unternehmen

Die für die Beurteilung der Hochschule relevanten Einschätzungen können differieren in Abhängigkeit davon, ob es sich beim Standort um den Hauptsitz des Unternehmens oder um einen Zweigbetrieb bzw. eine Filiale handelt.

Abb. 3: Bedeutung des Standorts	Häufigkeit	Prozent
Hauptsitz des Unternehmens	214	82,9
Filiale/Zweigbetrieb	44	17,1

- Die Stichprobe enthält zu 82,9% Aussagen von Unternehmen, die von ihrem Hauptsitz aus antworten.

⁶ Abgefragt anhand einer Skala von 0= ländlich bis 10=städtisch.

⁷ Entsprechend Skalenwerten von 0 bis 3.

⁸ Entsprechend Skalenwerten von 4 bis 6.

⁹ Entsprechend Skalenwerten von 7 bis 10.

Weiter wurde untersucht, ob an den befragten Standorten tatsächlich Fach- und Führungskräfte eingestellt werden.

Abb. 4: Werden Entscheidungen über Stellenbesetzungen von Fach- und Führungskräften an diesem Standort getroffen?	Häufigkeit	Prozent
Ja	247	95,0
Nein	13	5,0

- Wie die Abbildung zeigt, führt der in der Vorbereitung der Studie eingesetzte Aufwand in der Auswahl und Qualifizierung des Adressmaterials zu dem (positiven) Ergebnis, dass die Studie in hohem Maße Standorte und Befragte erreicht, die tatsächlich mit den studienrelevanten Stellenbesetzungen zu tun haben.

2.4 Attraktivität des Standorts für Bewerber

Der geographische Standort einerseits und das Unternehmensimage andererseits sind selbständige Faktoren, die in die Beurteilung eines Stellenangebots durch einen potentiellen Bewerber einfließen. Um zu untersuchen, ob es in Abhängigkeit von diesen beiden Faktoren Unterschiede in inhaltlichen Fragen des Fachkräftebedarfs gibt, wurde die Unternehmen zu einer Selbsteinschätzung der Attraktivität aufgefordert.

Die nachfolgenden Abbildungen zeigen die Ergebnisse dieser Selbsteinschätzung der Unternehmen, wobei die Antworten zur besseren Übersichtlichkeit in drei Gruppen (niedrig – mittel – hoch) eingeteilt wurden.

Abb. 5: Attraktivität des Standorts ¹⁰	Häufigkeit	Prozent
Niedrig ¹¹	108	44,3
Mittel ¹²	82	33,6
Hoch ¹³	54	22,1

¹⁰ Abgefragt anhand einer Skala von 0= ländlich bis 10=städtisch.

¹¹ Entsprechend Skalenwerten von 0 bis 3.

¹² Entsprechend Skalenwerten von 4 bis 6.

¹³ Entsprechend Skalenwerten von 7 bis 10.

- Der Mittelwert der angenommenen Standortattraktivität (Abb. 5) liegt auf der Skala von 0 bis 10 bei einem Wert von 4,3. Die Standortattraktivität wird also im Durchschnitt der Stichprobe als „mäßig“ beurteilt, was der überwiegend ländlichen Struktur des Untersuchungsgebiets Rechnung trägt.

Abb. 6: Attraktivität des Unternehmens (Selbsteinschätzung) ¹⁴	Häufigkeit	Prozent
niedrig ¹⁵	72	27,7
mittel ¹⁶	98	37,7
hoch ¹⁷	75	28,8

- Die angenommene Unternehmensattraktivität liegt im Durchschnitt der Stichprobe bei einem Wert von 5,1 auf der Skala von 0 bis 10, also ziemlich genau in der Mitte des Spektrums.
- Zusammenfassend (Abb. 5 / Abb. 6) schätzen die Unternehmen sich im Durchschnitt also selbst als etwas attraktiver ein als die Region. Wie später auch bei den offenen Fragen wiederholt thematisiert wird, erscheint das regionale Umfeld tendenziell eher als ein Nachteil für die Gesamtattraktivität gegenüber potentiellen Arbeitsplatzbewerbern. Dabei handelt es sich um kein Zufallsergebnis: Der Unterschied zwischen den beiden Werten der Attraktivität ist hochsignifikant.¹⁸

Natürlich ist der Einzugsbereich kein homogener Raum. Bewerber könnten z.B. *Plauen* und *Bayreuth* für attraktiver halten als *Ölsnitz* oder *Helmbrechts*. Wie die nachfolgende Abbildung zeigt, gibt es auch im Vergleich der Selbsteinschätzungen große Unterschiede.

¹⁴ Abgefragt anhand einer Skala von 0= ländlich bis 10=städtisch.

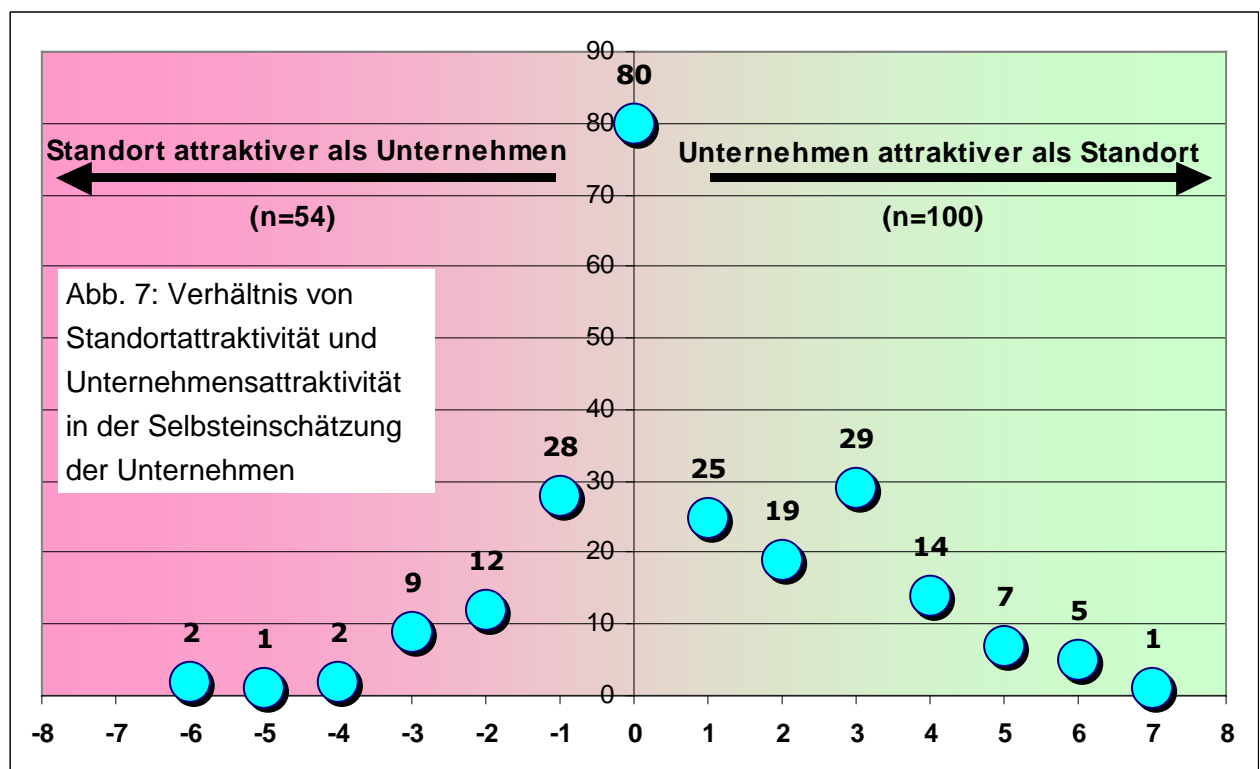
¹⁵ Entsprechend Skalenwerten von 0 bis 3.

¹⁶ Entsprechend Skalenwerten von 4 bis 6.

¹⁷ Entsprechend Skalenwerten von 7 bis 10.

¹⁸ T-Test, $\alpha=0,000$.

- 80 von 234 antwortenden Unternehmen (34,2%) halten die Attraktivität von Unternehmen und Standort für identisch (Mitte der Skala).
- 54 Unternehmen (23,1%) halten den Standort für attraktiver als das Unternehmen.
- 100 Unternehmen (42,7%) halten das Unternehmen für attraktiver als den Standort.



2.5 Unternehmensgröße

Hinsichtlich der Unternehmen ist der Einzugsbereich bekanntlich mittelständisch strukturiert, größere Unternehmen bilden die Ausnahme.

- Betrachtet man die Mitarbeiterzahlen, dann ergibt sich in der Stichprobe ein Mittelwert von 319 Beschäftigten und ein Median von 115. Die Stichprobe bildet damit auch nach der Unternehmensgröße die reale Struktur der Untersuchungsregion ab (Abb. 8).¹⁹

¹⁹ Die von den Kammern übermittelten Adressdaten haben, soweit solche Informationen geliefert wurden, einen Mittelwert von 276 und einen Median von 149.

Abb. 8: Mitarbeiter am Unternehmensstandort	
Gültige Nennungen	204
Mittelwert	319
Median	115,0
Standardabweichung	764,93
Minimum	20
Maximum	8000

- Gruppiert man die Unternehmen der Stichprobe nach der Beschäftigtenzahl, so zeigt sich, dass die mittleren Unternehmen mit einer Größe von 100 bis 499 Beschäftigten die Hälfte der Antwortenden stellen (Abb. 9).

Abb. 9: Mitarbeiterzahl gruppiert	Häufigkeit	Gültige Prozente
20 bis 99	79	38,7
100 bis 499	101	49,5
500 und mehr (max. 8000)	24	11,8
Gesamt	204	100,0

2.6 Branchen

Die für die Erhebung kontaktierten Unternehmen waren nach Branchen vorselektiert. Aus Gründen der zugesicherten Anonymität blieb es jedoch im Entscheidungsbereich der Unternehmen, ob sie den Fragebogen bei der Beantwortung mit ihrer Unternehmensadresse und/oder einer Selbsteinstufung der Branchenzugehörigkeit versehen.

202 von 260 Unternehmen machten eine Branchenangabe. Das Antwortverhalten war in den verschiedenen Teilbranchen sehr unterschiedlich. Um für weitere Auswertungen nicht mit zu kleinen, statistisch unreliablen Teilgruppen arbeiten zu müssen, wurden die Unternehmen in vier relativ grobe Branchengruppen eingeteilt (Abb. 10, Folgeseite).

Abb. 10: Branche Grobklassifikation	Häufigkeit	Gültige Prozente
Industrie, alle Branchen	120	59,4
Dienstleistung, alle Branchen inkl. Finanz	40	19,8
Handel, EH, GH, und Medien	20	9,9
Bau, Ausbau, Handwerk und Grundstoffe	22	10,9
Gesamt	202	100,0

3 Bekanntheit des Abschlusses Master of Laws (LL.M.)

Im Hauptteil der Studie zum LL.M. wurde eingangs gefragt, inwiefern die Befragten überhaupt schon einmal von einem Studienabschluss Master of Laws gehört haben.

Abb. 10: Bekanntheit Master of Laws von anderen Hochschulen	Häufigkeit	Gültige Prozente
Nein	175	87,5
Ja	25	12,5
Gesamt	200	100,0

- Nur 12,5 Prozent der antwortenden Unternehmen geben an, den Abschluß LL.M. schon von anderen Hochschulen zu kennen.
- Hier ist seitens der Hochschule offensichtlich ein großer Bedarf für eine Informationskampagne gegenüber der Unternehmenspraxis gegeben.

Trotz begrenzter Fallzahlen und der resultierenden Notwendigkeit einer vorsichtigen Interpretation (!) wird nachfolgend untersucht, wie sich die Bekanntheit des Abschlusses auf verschiedene Branchengruppen und Unternehmensgrößen verteilt.

Abb. 11: Bekanntheit des LL.M. nach Branchen				
Branche, Grobklassifikation		Nicht bekannt	bekannt	gesamt
Industrie, alle Branchen	Anzahl	104	14	118
	% von Branche	88,1	11,9	100,0
Dienstleistung, alle Branchen inkl. Finanz	Anzahl	35	4	39
	% von Branche	89,7	10,3	100,0
Handel, EH, GH, und Medien	Anzahl	14	5	19
	% von Branche	73,7	26,3	100,0
Bau, Ausbau, Handwerk und Grundstoffe	Anzahl	17	2	19
	% von Branche	89,5	10,5	100,0
Gesamt	Anzahl	170	25	195
	% von Branche	87,2	12,8	100,0

- Nach Branchen ist der Abschluss LL.M. den meisten Unternehmen gleichmäßig (wenig) bekannt. Lediglich im Bereich Handel und Medien besteht bereits eine etwas höhere Bekanntheit.

Abb. 12: Bekanntheit des LL.M. nach Unternehmensgröße				
Beschäftigte		Nicht bekannt	bekannt	gesamt
20 bis 99	Anzahl	67	9	76
	% von Beschäftigten	88,2%	11,8%	100,0%
100 bis 499	Anzahl	85	12	97
	% von Beschäftigten	87,6%	12,4%	100,0%
500 und mehr (max. 8000)	Anzahl	20	4	24
	% von Beschäftigten	83,3%	16,7%	100,0%
Gesamt	Anzahl	172	25	197
	% von Beschäftigten	87,3%	12,7%	100,0%

- Bei größeren Unternehmen ist die Kenntnis des Abschlusses LL.M. etwas höher als bei kleineren.

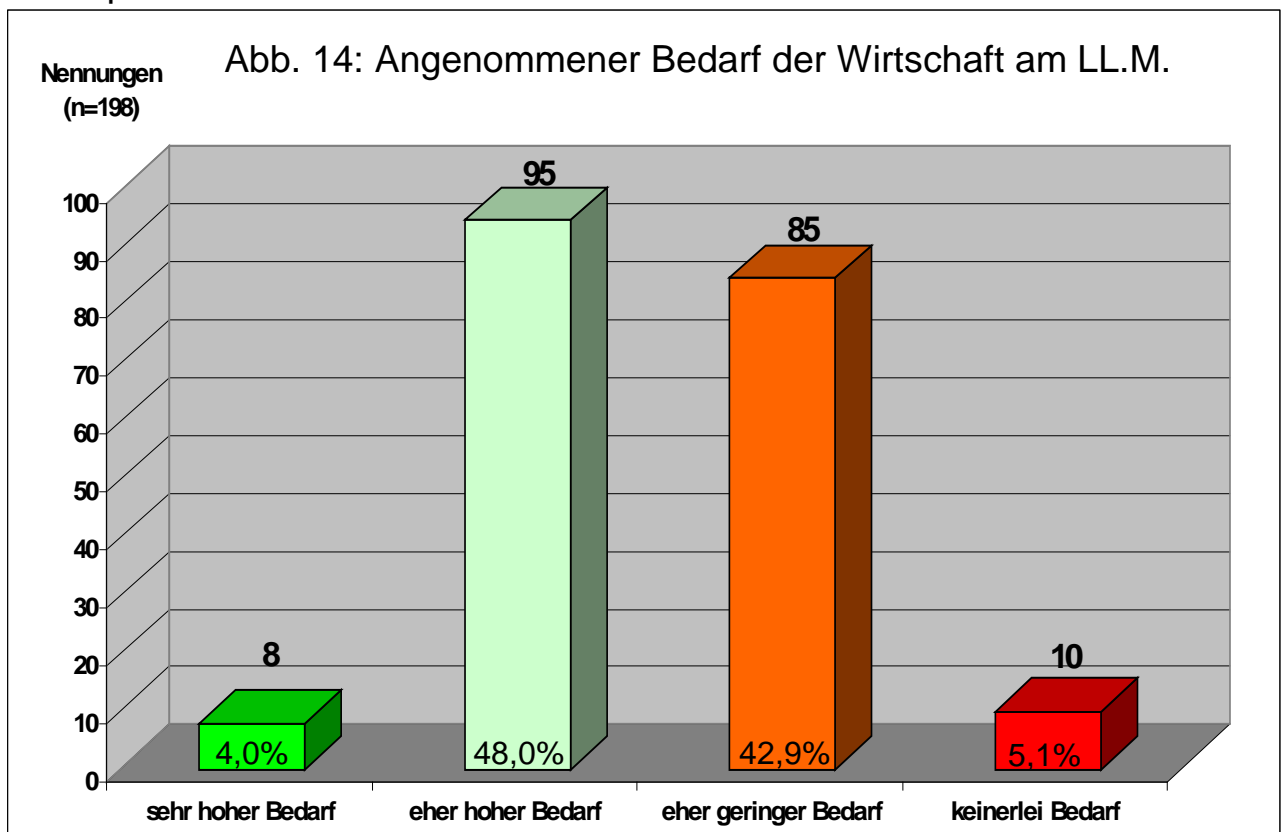
Die Auflistung der Hochschulen, von denen den Befragten ein Abschluss LL.M. bereits bekannt ist, bleibt aufgrund der geringen Fallzahlen wenig aussagekräftig (Abb. 13). Immerhin ergibt sich die Möglichkeit, im Rahmen einer weiteren Schärfung der Positionierung des Studiengangs einmal zu vergleichen, wie sich die Konzepte der aufgelisteten Hochschulen vom LL.M. Personal und Arbeit der Hochschule Hof unterscheiden.

Abb. 13: Abschluss LLM bekannt von Hochschule:	Nennungen
HS Schmalkalden	3
Verschiedene	3
Fernuni Hagen	2
Uni Bayreuth	2
Würzburg	2
Zwickau	2
Bamberg	1
Coburg	1
FH Anhalt	1
Frankfurt	1
Aus Grossbritannien	1
HFWU Nürtingen	1
HS Pforzheim	1
Salzgitter, Braunschweig	1
TU München	1
Uni Halle	1
Uni Hamburg	1
Gesamt	25

4 Bedarf an einem Studiengang LL.M.

4.1 Bedarf der Gesamtwirtschaft

Nach Vorlage der Modulübersicht wurden die Unternehmen gefragt, wie sie den Bedarf der Wirtschaft insgesamt am LL.M. in der vorliegenden Konzeptform²⁰ sehen.



- Wie Abb. 14 zeigt, sehen mehr als die Hälfte der Unternehmen einen relevanten Bedarf an einem derartigen Studiengang in der Wirtschaft. Nur 5,1 Prozent der Antwortenden sehen „keinerlei Bedarf“ an diesem Studiengang.
- Berücksichtigt man, dass nur wenige Befragte einen derartigen Abschluss überhaupt kannten, sind die hier vorliegenden Bedarfsschätzungen ein starkes Argument für das zur Beurteilung vorgelegte Studiengangskonzept und für die Einführung dieses Studiengangs.

²⁰ Beurteilungsrelevant war das Konzept anhand der vorgelegten Modulübersicht für den LL.M. Master und Arbeit vom Herbst 2010.

Abb. 15: Vermuteter Bedarf an einem Studiengang LL.M. „Personal und Arbeit“ in der Wirtschaft nach Beschäftigten				
Beschäftigte		sehr hoher / eher hoher Bedarf	eher geringer / kein Bedarf	gesamt
20 bis 99	Anzahl	43	33	76
	% von Besch.	56,6	43,4	100,0
100 bis 499	Anzahl	47	49	96
	% von Besch.	49,0	51,0	100,0
500 und mehr (max. 8000)	Anzahl	12	12	24
	% von Besch.	50,0	50,0	100,0
Gesamt	Anzahl	102	94	196
	% von Besch.	52,0	48,0	100,0

- Bei der Auswertung nach Unternehmensgröße zeigt sich, dass Unternehmen bis 99 Beschäftigte einen etwas höheren Bedarf an LL.M.-Absolventen vermuten (56,6 % Antworten mit „sehr hohem“ oder „eher hohem“ Bedarf), als größere Unternehmen. Dies könnte daran liegen, dass man für größere Unternehmen eher die Beschäftigung von „Volljuristen“ in Erwägung zieht, wohingegen gerade bei kleineren Unternehmen der „Einkauf“ von juristischem Sachverstand auf dem Niveau eines LL.M. für sinnvoll gehalten wird.
- Andererseits antwortet kein einziges der Unternehmen ab 500 Beschäftigten, dass für solche Absolventen „keinerlei Bedarf“ besteht.²¹ Dies passt zu dem Befund, dass „keinerlei Bedarf“ nur von kleineren Unternehmen geäußert wird, die für einen juristischen Absolventen zu wenig definierte Aufgaben im Unternehmen sehen (vgl. unten, Abb. 22).

²¹ Aus der Tabelle nicht ersichtlich, da die Antwortkategorien „eher geringer“ und „keinerlei“ Bedarf aufgrund geringer Zellenbesetzungen in der Tabelle zusammengefasst sind.

4.2 Bedarfsschätzung nach Branchen

Die in 4.1 dargestellten Werte für den vermuteten Bedarf in der Gesamtwirtschaft sind nachfolgend anhand der antwortenden Branchen dargestellt.²²

Abb. 16: Vermuteter Bedarf an einem Studiengang LL.M. „Personal und Arbeit“ in der Wirtschaft nach antwortender Branche				
Branche, Grobklassifikation		eher hoher / eher hoher Bedarf	eher geringer / kein Bedarf	gesamt
Industrie, alle Branchen	Anzahl	61	55	116
	% v. Branche	52,6	47,4	100,0
Dienstleistung, alle Branchen inkl. Finanz	Anzahl	17	22	39
	% v. Branche	43,6	56,4	100,0
Handel, EH, GH, und Medien	Anzahl	14	6	20
	% v. Branche	70,0	30,0	100,0
Bau, Ausbau, Handwerk und Grundstoffe	Anzahl	10	9	19
	% v. Branche	52,6	47,4	100,0
Gesamt	Anzahl	102	92	194
	% v. Branche	52,6	47,4	100,0

- Die Branchenauswertung zeigt, dass vor allem Unternehmen aus den Branchen Handel und Industrie einen hohen Bedarf an LL.M.-Absolventen in der Gesamtwirtschaft vermuten.
- Etwas geringer ist die Erwartung des Bedarfs seitens der Unternehmen aus dem Dienstleistungs- und Finanzbereich. Möglicherweise werden von Unternehmen dieser Branchen Volljuristen präferiert.

²² N.B.: Diese Auswertung gibt also wieder, welche Branchen einen größeren oder kleineren Bedarf in der Gesamtwirtschaft sehen. Sie ist nicht direkt so zu interpretieren, dass *in den jeweiligen Branchen* ein abweichender Bedarf besteht. Eine entsprechende Frage war im Fragebogen ebenfalls gestellt worden („wie beurteilen Sie den Bedarf Ihrer Branche an einem derartigen Studiengang“), jedoch kann eine Auswertung aufgrund des unvollständigen Antwortverhaltens nicht sinnvoll vorgenommen werden. Alternativ sind die Auswertungen zum Bedarf im eigenen Unternehmen heranzuziehen, die ja ebenfalls nach der Branche differenziert werden können (unten, Abb. 18)

4.3 Einsatzmöglichkeiten im eigenen Unternehmen

Abb. 17: Einsatzmöglichkeiten für Absolventen mit der Doppelqualifikation
Wirtschaft und Recht im Unternehmen

	ja	eher ja	eher nein	nein	gesamt
Nennungen	37	61	58	35	191
Gültige Prozente	19,4	31,9	30,4	18,3	100

Die Frage nach den Einsatzmöglichkeiten im eigenen Unternehmen differenziert stets stärker als die eher unverbindliche Aussage, ob man Einsatzmöglichkeiten „in der Wirtschaft“ oder „in der Branche“ sieht.

- Vor diesem Hintergrund ist es erfreulich, dass gut 50 Prozent der antwortenden Unternehmen einen Bedarf im eigenen Unternehmen konstatieren.

In der weiteren Analyse kann der Bedarf im eigenen Unternehmen nach verschiedenen Kriterien differenziert werden.

Abb. 18: Einsatzmöglichkeiten für Absolventen mit der Doppelqualifikation
Wirtschaft und Recht im eigenen Unternehmen, nach Branche

Kriterium		ja/eher ja	nein/eher nein	Gesamt
Industrie, alle Branchen	Anzahl	60	50	110
	% von Branche	54,5	45,5	100,0
Dienstleistung, alle Branchen inkl. Finanz	Anzahl	20	19	39
	% von Branche	51,3	48,7	100,0
Handel, EH, GH, und Medien	Anzahl	11	7	18
	% von Branche	61,1	38,9	100,0
Bau, Ausbau, Handwerk und Grundstoffe	Anzahl	5	14	19
	% von Branche	26,3	73,7	100,0
gesamt	Anzahl	96	90	186
	% von Branche	51,6	48,4	100,0

- In der Branchenauswertung zeigt sich ein hoher Bedarf für alle Branchengruppen, mit Ausnahme des Sektors Bau, Ausbau, Handwerk und Grundstoffe.

Weitere Splits wurden nach der Unternehmensgröße (Beschäftigtenzahl), der Ortsgröße am Standort (Einwohnerzahl)²³ und der Standortbedeutung für das Unternehmen (Hauptsitz oder Filiale bzw. Zweigbetrieb) durchgeführt.

Abb. 19: Einsatzmöglichkeiten für Absolventen mit der Doppelqualifikation Wirtschaft und Recht im eigenen Unternehmen, nach Unternehmensgröße

Kriterium		ja/eher ja	nein/eher nein	gesamt
20 bis 99	Anzahl	37	36	73
	% von MA	50,7	49,3	100,0
100 bis 499	Anzahl	48	44	92
	% von MA	52,2	47,8	100,0
500 und mehr (max. 8000)	Anzahl	11	13	24
	% von MA	45,8	54,2	100,0
gesamt	Anzahl	96	93	189
	% von MA	50,8	49,2	100,0

- Nach den Beschäftigtenzahlen wird auch hier für die kleinen und mittleren Unternehmen ein etwas höherer Bedarf angenommen als für die größeren Unternehmen.

Abb. 20: Einsatzmöglichkeiten für Absolventen mit der Doppelqualifikation Wirtschaft und Recht eigenen Unternehmen, nach Standortbedeutung

Kriterium		ja/eher ja	nein/eher nein	gesamt
Hauptsitz des Unternehmens	Anzahl	76	80	156
	% von Hauptsitz	48,7	51,3	100,0
Filiale/Zweig- betrieb	Anzahl	22	11	33
	% von Filiale	66,7	33,3	100,0
gesamt	Anzahl	98	91	189
	% von gesamt	51,9	48,1	100,0

- Nach der Standortbedeutung ergibt sich der interessante Befund, dass der Bedarf für Filialen und Zweigbetriebe deutlich höher eingeschätzt wird als der für den Hauptsitz.

²³ Auf die Darstellung wird verzichtet, da sich keine relevanten Unterschiede ergeben.

Unternehmen, die von einem Bedarf (ja / eher ja) für Absolventen der LL.M. ausgehen, wurden weiter gefragt, in welchen Abteilungen dieser Bedarf bestehen könnte.

Abb. 21: Einsatzmöglichkeiten von Absolventen mit der Doppelqualifikation Wirtschaft und Recht im eigenen Unternehmen	Nennungen
Personalwesen, Personalabteilung	58
Rechtsabteilung, Vertragsrecht	17
Management, Vorstand, Geschäftsführung, kfm. Leitung	16
Kaufmännischer Bereich, Verwaltung, Innenleitung	13
Vertrieb, Verkauf	10
Controlling, Beteiligungscontrolling, Innenrevision	7
Assistenz Geschäftsführung, Claim Management	5
Rechnungswesen, Buchhaltung	5
Einkauf	4
Marketing, PR	4
alle juristischen Aufgaben innerhalb der Firma	2
Fertigungsleitung, R&D	2
Finanzen	2
International	2
Organisation	2
Stabstellen, Projektabwicklung	2
Kreditgeschäft (speziell Sanierung, Abwicklung)	1
Legal	1
Lohn- und FiBu	1
Qualitätssicherung	1
Schaden und Versicherung	1
Strategische Planung	1
Gesamt (Mehrfachnennungen von 260 Unternehmen)	157

- Abb. 21 zeigt, dass die Befragten ein breites Einsatzspektrum für Absolventen des Studiengangs im Unternehmen sehen. Schwerpunkte liegen in der Personal- und Rechtsabteilung, in allen Bereichen der kaufmännischen Verwaltung und im Vertrieb.

Befragte, die einen Bedarf im eigenen Unternehmen verneint hatten (nein / eher nein) wurden weiter gefragt, worin die Gründe dafür liegen.

Abb. 22: Gründe für fehlenden Bedarf an Absolventen mit der Doppelqualifikation Wirtschaft und Recht im eigenen Unternehmen	Nennungen
Unternehmen ist zu klein, um Juristen zu beschäftigen	18
Grundsätzlich kein Bedarf, Einsatzgebiet zu fremd, andere Aufgabenschwerpunkte	13
Externe Beratung ist ausreichend	12
Bedarf aktuell und in den nächsten Jahren gedeckt, keine Stellen frei	11
Arbeitsaufwand würde nicht mal eine Teilzeitstelle ausfüllen, untergeordnete Rolle im Tagesgeschäft	4
Spezialaufgaben, daher Volljuristen und Spezialisten bevorzugt	4
Zu theoretisch, wenig praxistauglich, Halbwissen, schlecht ausgebildete Juristen mit wirtschaftlichem Halbwissen	3
Qualifikation im Bereich Wirtschaft, wichtiger, Überbetonung Arbeitsrecht	2
Verhältnis Kosten-Nutzen?	2
Arbeitsrecht relativ uninteressant	1
Es gibt bessere Möglichkeiten als §§§, um mit Mitarbeitern klarzukommen; für alles andere gibt es Rechtsanwälte	1
Fluktuation	1
Gesamt (Mehrfachnennungen von 260 Unternehmen)	72

- Ein häufiges Argument liegt darin, dass das Unternehmen für „zu klein“ befunden wird, um eigene Juristen zu beschäftigen. Juristische Fragen kommen zu selten vor, die Aufgabenschwerpunkte liegen woanders.
- Auch bei den „ablehnenden“ Unternehmen gibt es aber 11 von 72 Antwortenden (15,3%), die nur *aktuell* keinen Bedarf sehen, zumeist, weil vorhandene Stellen bereits besetzt sind.
- Zweifel am Tiefgang der Ausbildung eines LL.M. werden nur dreimal genannt. Hinzu kommen vier Unternehmen, die angeben, aufgrund sehr spezifischer juristischer Fragestellungen auf die Expertise von ausgewiesenen Spezialisten angewiesen zu sein.

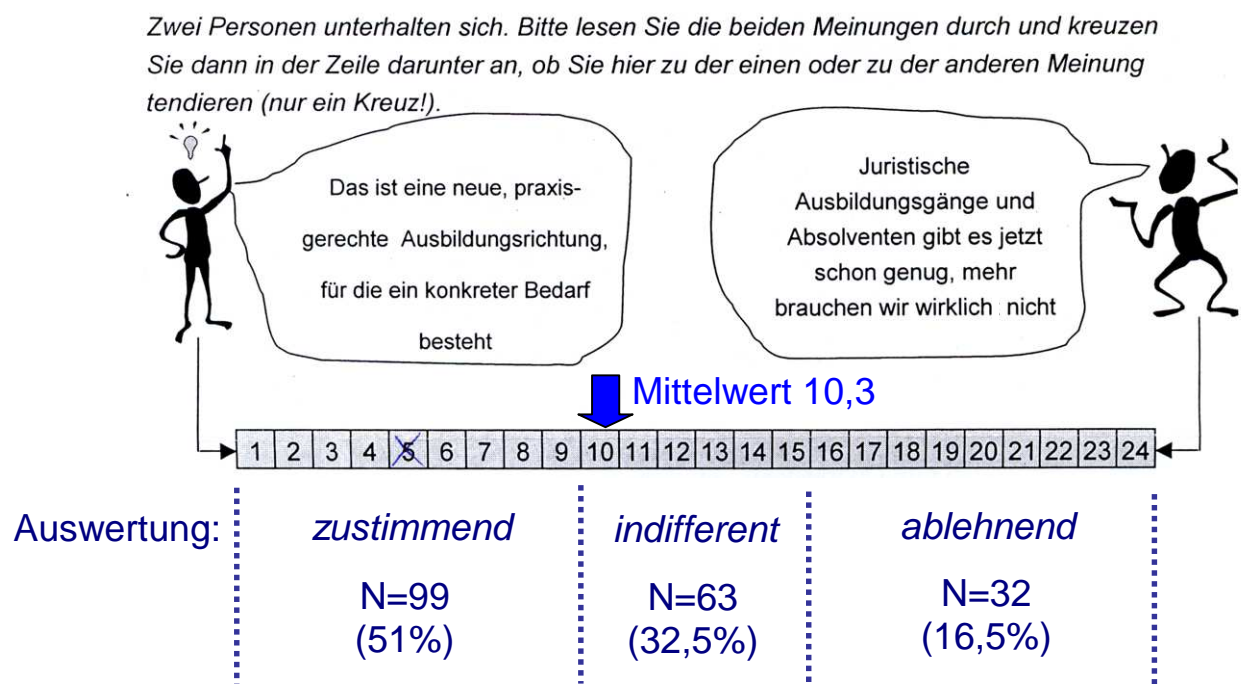
4.4 Projektiver Test

In einem projektiven Test sollten die Befragten den Studiengang in indirekter Weise zu bewerten. Mittels dieser Methodik werden gleichzeitig versteckte Vorbehalte erhoben. Die indirekte Zustimmung zu den in den abgebildeten Strichmännchen repräsentierten Meinungen erlaubt es, Vorurteile und Vorbehalte in validerer Weise zu erheben als in direkten Befragungen (vgl. Abb. unten).

Die 24-stufige Antwortskala aus dem Fragebogen wurde zur Auswertung in drei Skalenbereiche eingeteilt:

- Antworten im Wertebereich zwischen 1 und 9 repräsentieren eine grundsätzliche Zustimmung ohne größere Vorbehalte
- Antworten im Bereich zwischen 10 und 15 entsprechen einem indifferenten (ev. auch diffusen) Meinungsbild
- Antworten zwischen 16 und 24 repräsentieren eine insgesamt eher ablehnende Haltung.

Die nachfolgende Abbildung zeigt sowohl die originale Fragestellung und darunter (blau gedruckt) die Auswertung der abgegebenen Antworten.²⁴



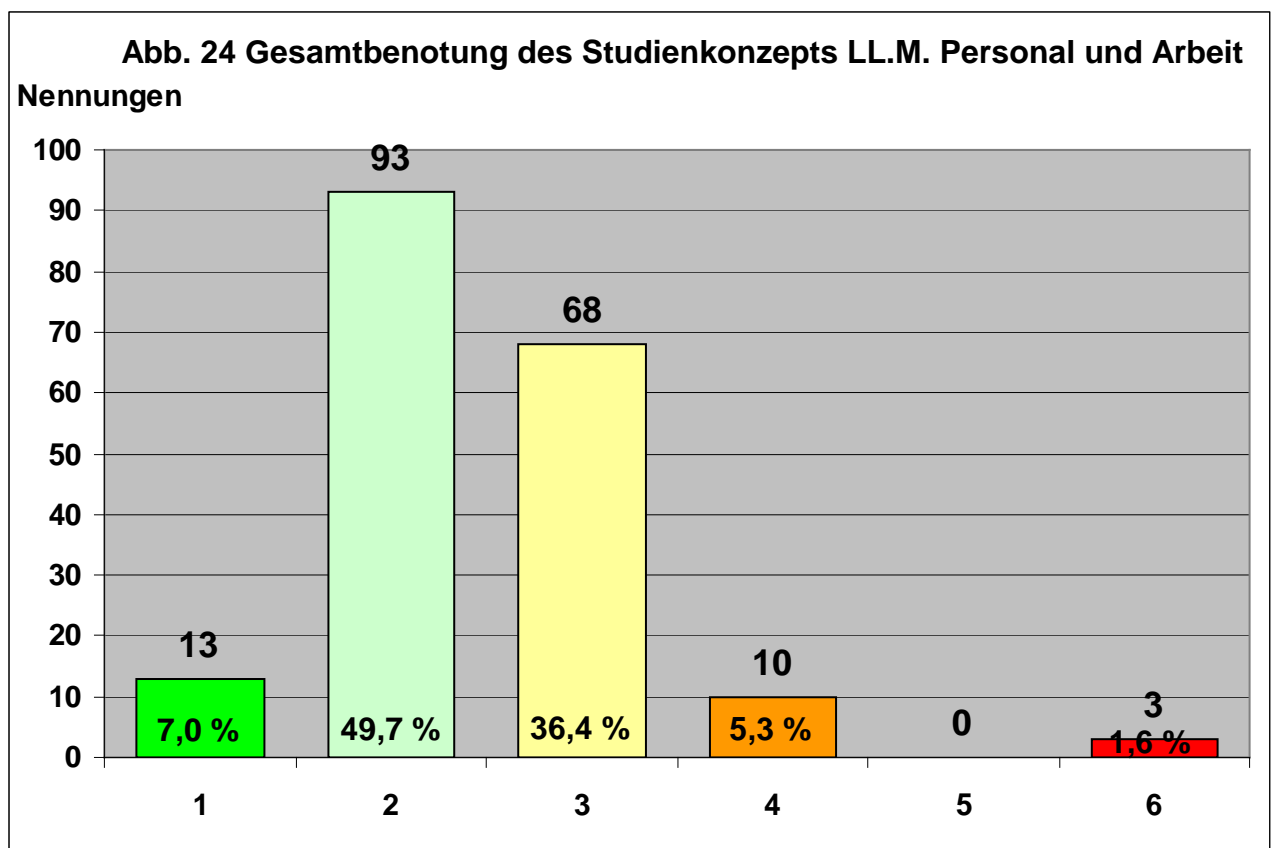
²⁴ Die Vergleichswerte für die ähnlich durchgeführte Bedarfsanalyse für den LL.B. aus dem Jahr 2007 lauten: zustimmend: 50%, indifferent: 33,7%, ablehnend: 16,3%. Dies zeigt, wie stabil solche Werte bei reliablem Forschungsansatz über verschiedene Untersuchungen hinweg sind.

- Der Gesamtmittelwert liegt auf der Skala von 1 bis 24 bei 10,3 und damit im positiven Bereich.
- Zusammenfassend kann hier eine breite Zustimmung, bei nur geringen generellen Vorbehalten gegenüber dem Studiengangskonzept konstatiert werden.

5 Gesamturteil und Verbesserungsvorschläge

5.1 Gesamtnote

Die Gesamtnote für das Studiengangskonzept wurde auf einer sechsstufigen Schulnotenskala (1=sehr gut ... 6=sehr schlecht) abgefragt.



- Wie Abb. 24 zeigt, stellen die Beurteilungen im Bereich von „gut“ und „sehr gut“ zusammen knapp 57 Prozent der Antworten.
- Der Notendurchschnitt von 2,4 zeigt, dass seitens der Unternehmen noch gewisse Möglichkeiten zur Optimierung des Konzepts gesehen werden. Damit beschäftigt sich die abschließende Auswertung.

5.2 Verbesserungsvorschläge

Anregungen und Verbesserungsvorschläge der Unternehmen wurden als offene Frage formuliert, um eine freie Beantwortung ohne Vorgaben zu gewährleisten.

Abb. 25: Verbesserungsvorschläge für den LL.M. Arbeit und Personal		Nennungen
Mehr Betriebswirtschaftslehre und BWL-Themen n=44 (45,4%)	Mitarbeiterführung erhöhen, und zwar praxisrelevant!	10
	Personalentwicklung ist unterrepräsentiert	7
	Organisationspsychologie, Motivation	4
	Betriebliche Altersversorgung, Demographischer Wandel!!!	3
	Unternehmensethik	3
	Personalcontrolling	2
	Personalplanung	2
	Arbeits- und Gesundheitsschutz	1
	Ausbildungseignungsqualifikation	1
	Bereich Wirtschaft fehlt komplett: alle Arten von Verträgen zwischen Kaufleuten, auch international; kunden-/lieferantenseitig; Absicherungen/Insolvenz/Eigentumsvorbehaltsrechte etc.	1
	Entgeltabrechnung	1
	Fallstudie Personal statt Recht	1
	Kostencontrolling	1
	Nachfolgeplanung	1
	Personalmarketing erhöhen	1
	Projektmanagement	1
	Soziologie (Grundlagen)	1
	Steuerrecht	1
Thema Ausbildung, Arbeiten mit Jugendlichen allg.	1	
Wo bleiben betriebswirtschaftliche Aspekte?	1	
Mehr sonstige Kompetenzen n=19 (19,6%)	Kommunikation, Gesprächsführung ausdehnen	7
	Konfliktmanagement, Coaching, Mediation werden immer wichtiger.	6
	Wäre es nicht sinnvoller, eher den Mittelstand im Fokus zu haben? Großunternehmen haben doch Rechtsabteilungen voller Juristen	3
	Fremdsprache Englisch, z.B. Vorstellungsgespräche in einer Fremdsprache	2
	Schlüsselqualifikationen vertiefen	1

(Fortsetzung Folgeseite)

(Fortsetzung Abb. 25)

Mehr Recht und Rechtsthemen n=18 (18,6%)	Vertragsrecht Kaufvertrag/Werkvertrag/ Werkliefervertrag, Vertragsgestaltung	6
	Allgemeines Recht, BGB, Grundzüge HGB	5
	Sozialversicherungsrecht, Sozialrecht vertiefen	3
	Baurecht	1
	Im Sozialrecht müßte der gesamte Komplex Auswirkungen der Gesetzgebung der Agentur für Arbeit ein Schwerpunkt sein. Hier besteht praktischer Bedarf, den auch Volljuristen selten abdecken.	1
	Lohnsteuerrecht	1
	Patentrecht	1
weniger Recht n=7 (7,2%)	weniger Arbeitsrecht, das ist aus Bac bestens bekannt	5
	weniger Individualarbeitsrecht	1
	weniger Recht	1
Mehr Praxis n=6 (6,2%)	Wie sieht es (mal wieder) mit den Praxisanteilen aus? Erfahrungen im Betrieb? Praxissemester integrieren!	5
	Wichtig ist nicht nur der Titel eines Faches, sondern die inhaltliche Gestaltung, vor allem die Anwendbarkeit des Gelernten	1
Weniger BWL etc. n=3 (3,1%)	Weglassen Ethik und CSR	2
	Mitarbeiterführung streichen	1
Gesamt (Mehrfachnennungen von 260 Unternehmen)		97

- Die Mehrzahl der Verbesserungsvorschläge geht in Richtung auf eine Verstärkung der betriebswirtschaftlichen Lehrinhalte gegenüber den rechtswissenschaftlichen. Mitarbeiterführung, Personalentwicklung und Organisationspsychologie stellen die Hauptforderungen dar. Im Einzelfall wird auch darauf hingewiesen, dass diese Inhalte in anderen Studiengängen unterbelichtet sind und von der Hochschule unbedingt insgesamt stärker berücksichtigt werden müssen.
- Auch sonstige Kompetenzen, vor allem zur Kommunikation und Gesprächsführung, zum Konfliktmanagement und zur Mediation werden von den Unternehmen gefordert und sollen im Lehrplan noch deutlicher werden.
- Innerhalb der rechtswissenschaftlichen Vorschläge fällt vor allem der Wunsch nach Verstärkung aller Themen um das Vertragsrecht auf,

während das Arbeitsrecht von einigen Befragten als übergewichtet empfunden wird.

- Auch Praxisanteile, Praktika, die Zusammenarbeit mit Unternehmen etc. werden – zum Teil mit drastischen Worten – eingefordert.

6 Zusammenfassung

In einer Befragung von 2000 Unternehmen im Einzugsbereich der Hochschule Hof wurden 260 Urteile zum Studiengangskonzept eines Master Personal und Arbeit (LL.M.) erhoben.

Solch ein Abschluss ist der großen Mehrheit der Unternehmen bis dato unbekannt, so dass es im Interesse der Hochschule liegen muss, hier aufklärend tätig zu werden, ehe die ersten Absolventen in die Praxis entlassen werden.

Trotz der relativen Unbekanntheit dieses Abschlusses reicht bereits die bloße Vorlage des Studiengangskonzeptes, damit mehr als der Hälfte der Unternehmen einen solchen Studiengang für wünschenswert hält, da ein Bedarf in der Wirtschaft allgemein, in der eigenen Branche und/ oder im eigenen Unternehmen gesehen wird. Es ist vor diesem Hintergrund als wünschenswert und gerechtfertigt zu bezeichnen, hochschulseitig einen derartigen Studiengang anzubieten.

Diverse Unterscheidungen nach Unternehmensgruppen bringen teilweise interessante Detailergebnisse, so beispielsweise, dass für Filialen und Zweigbetriebe ein noch höherer Bedarf an Absolventen mit dieser Ausbildung gesehen wird als für Unternehmenshauptsitze. Dies könnte dadurch zu erklären sein, dass an Hauptsitzen ohnehin eine höhere Wahrscheinlichkeit für die Beschäftigung von Volljuristen besteht. Der LL.M. erscheint vor diesem Hintergrund als Möglichkeit, auch für diesbezüglich bislang unterversorgte Filialstandorte juristischen Sachverstand einzuwerben.

Innerhalb der Unternehmen sehen die Befragten ein breites Einsatzspektrum für Absolventen mit der Doppelqualifikation Wirtschaft und

Recht in verschiedenen Abteilungen und Bereichen. Schwerpunkte liegen in der Personal- und Rechtsabteilung, in allen Bereichen der kaufmännischen Verwaltung und im Vertrieb.

Insgesamt wird das Konzept bereits in der hier beurteilten Entwurfsform als „gut“ bewertet (2,4 auf einer Skala von 1 bis 6). Viele Befragten können sich allerdings noch eine Profilschärfung vorstellen, wobei die Verbesserungsvorschläge in Richtung auf eine Verstärkung der betriebswirtschaftlichen Lehrinhalte gegenüber den rechtswissenschaftlichen gehen, und zwar mit Themen wie Mitarbeiterführung, Personalentwicklung und Organisationspsychologie.

Innerhalb der rechtswissenschaftlichen Vorschläge wird eine Vertiefung aller Themen um das Vertragsrecht gewünscht. Des weiteren plädieren die Befragten für eine explizite Ausdehnung praktischer Studienanteile.