



Kulturpolitische Gesellschaft e.V.

# Das Studium Kultur

Erste Projektergebnisse

Ulrike Blumenreich

Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft

2. Expertenworkshop »Studium - Arbeitsmarkt - Kultur«, 26.11.2009

# Was erwartet Sie?

- **Ziele des Projektes und Projektdesign**
- **Methodische Herausforderungen**
  - Definition der Grundgesamtheiten
  - Gestaltung des Fragebogens
- **Präsentation der Online-Datenbank**
- **Ergebnisse der aggregierten Auswertung**
  - Die Landschaft der Studienangebote
  - Profile der Studienangebote bzgl. ihrer Arbeitsmarktorientierung

# Ziele des Projektes und Projektdesign

## ■ Studium Kultur

- Ziel: qualifizierter Überblick
- Design:
  - Bestandsaufnahme, Fragebogenerhebung
  - Online-Datenbank, aggregierte Auswertung der Landschaft

## ■ Der Arbeitsmarkt

- Ziel: Recherche der Erwartungen des Arbeitsmarktes
- Design:
  - Sekundärauswertung von Absolventenbefragung
  - Befragung der Akteure des Arbeitsmarktes (Interviews, FBerhebung)

## ■ Dialog zwischen Hochschule und Arbeitsmarkt

- Ziel: Intensivierung des Dialogs
- Design: Workshops, Tagungen, Publikation der Ergebnisse

# Herausforderung: Grundgesamtheit

## ■ Formal

## ■ Inhaltlich

- Kulturwissenschaft(en)
- Kulturmanagement
- Kulturpädagogik
- Kulturarbeit
- Kulturtourismus
- Kulturjournalismus
- Kulturphilosophie
- Kultur und Technik
- Ethnologie / Völkerkunde
- Interkultur

Kulturvermittlung =

Analyse und Gestaltung  
der Beziehungen zwischen  
künstlerischer

- Produktion
- Rezeption und
- Distribution

# Herausforderung: Gestaltung d. Fragebogen

## Teil 1

- Allgemeine formale Daten – bereits eingetragen

## Teil 2

- Ziele und Inhalte
- Arbeitsmarktorientierung

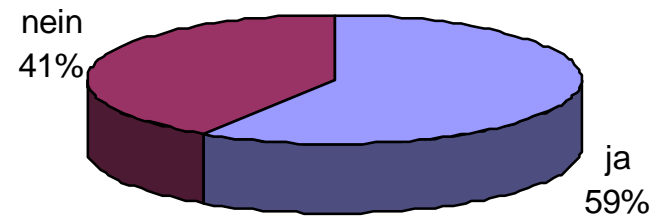
## Teil 3

- Entwicklung des Studienangebotes
- Vorbereitung auf den Arbeitsmarkt
- Bewertung der Studienangebotslandschaft

Online-Datenbank

# Rücklauf (Stand: Nov. 2009)

## Beantwortung des Fragebogens



- N=266, Rücklauf=157 (=59%)
  - Bundesländer: zwischen 46% (B) und 73% (NS)
  - Hochschultypen: zwischen 50% (HdK) u. 88% (HS)



# Die Online-Datenbank (Stand: Nov. 2009)

## ■ Umfang

- Allgemeine Daten von 266 Studienangeboten
- Profildaten von 157 Studienangeboten

## ■ Ziel

- Benutzerfreundliche Anwendung mit vielfältigen Suchoptionen

## ■ Zielgruppen

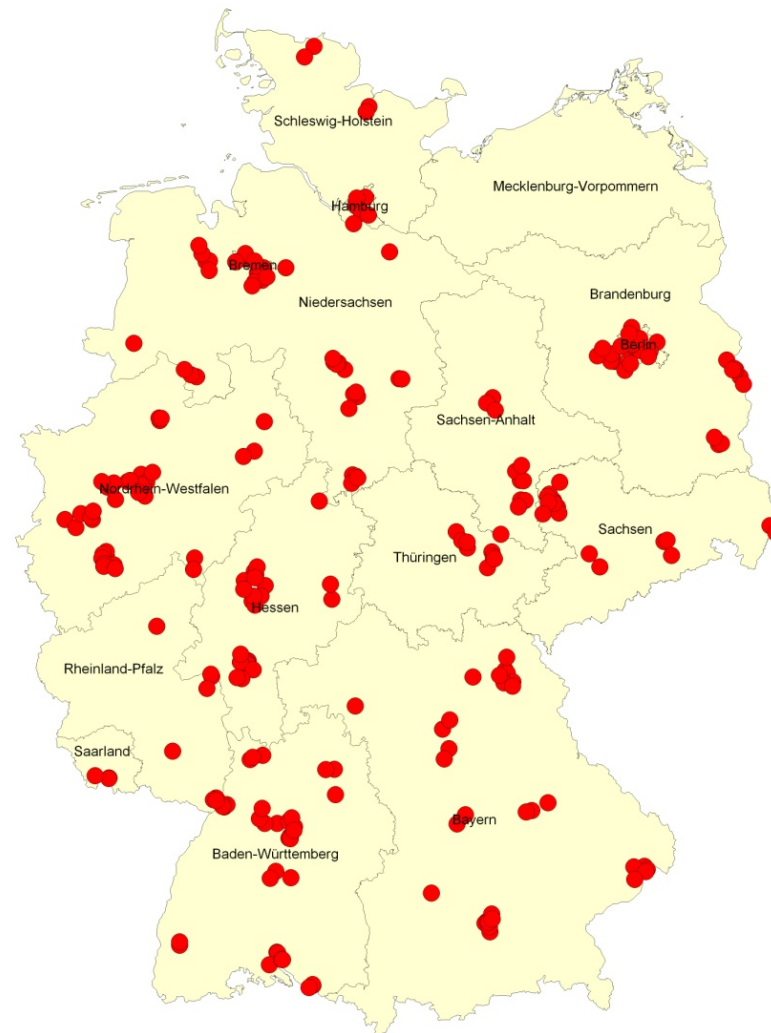
- Studieninteressierte
- Mitarbeiter der Hochschulen
- Akteure des Arbeitsmarktes

## ■ [www.kupoge.de/ifk/studium-arbeitsmarkt-kultur](http://www.kupoge.de/ifk/studium-arbeitsmarkt-kultur)



Kulturpolitische Gesellschaft e. V.

# Ergebnisse: Landschaft der Studienangebote

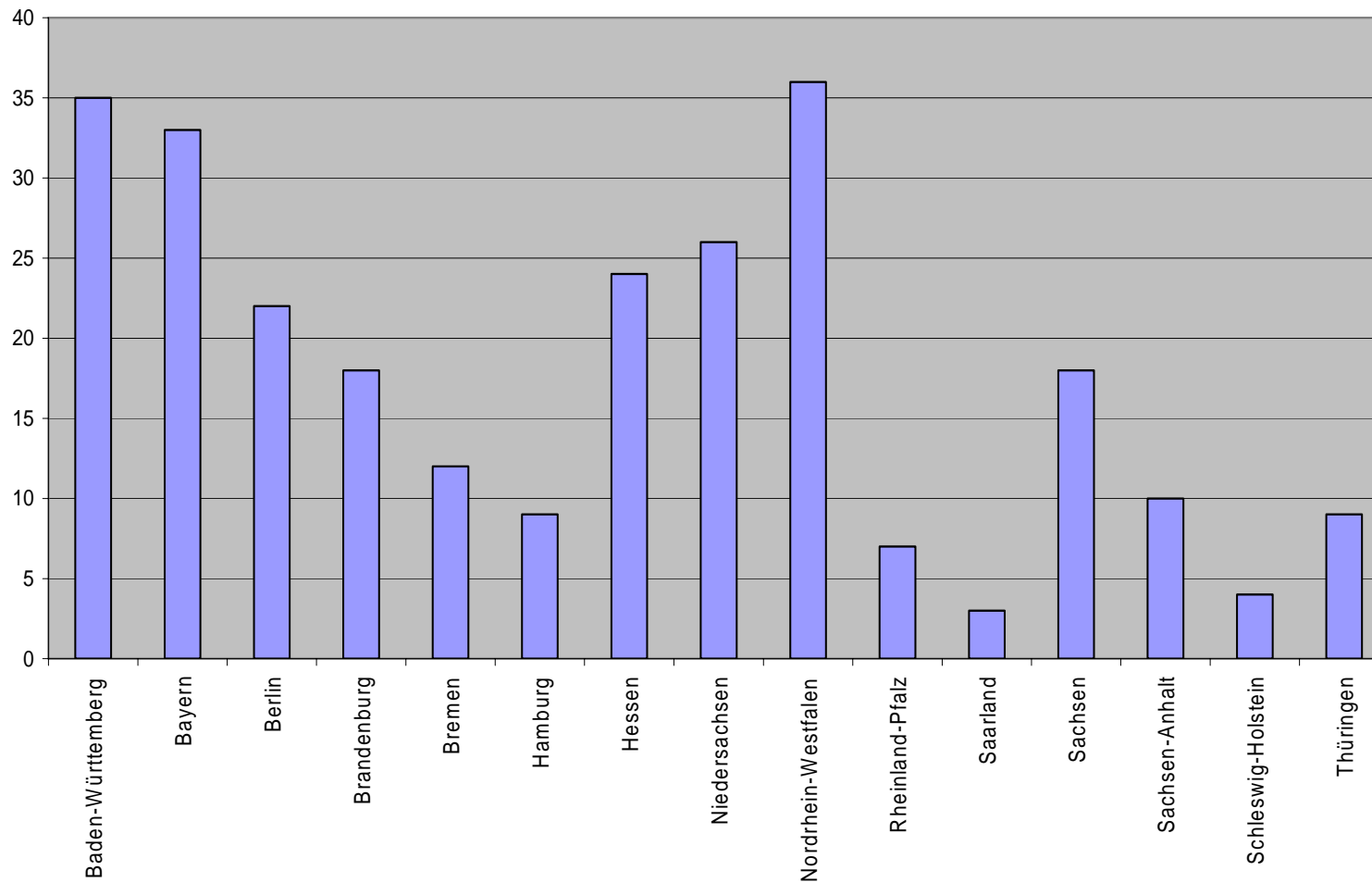




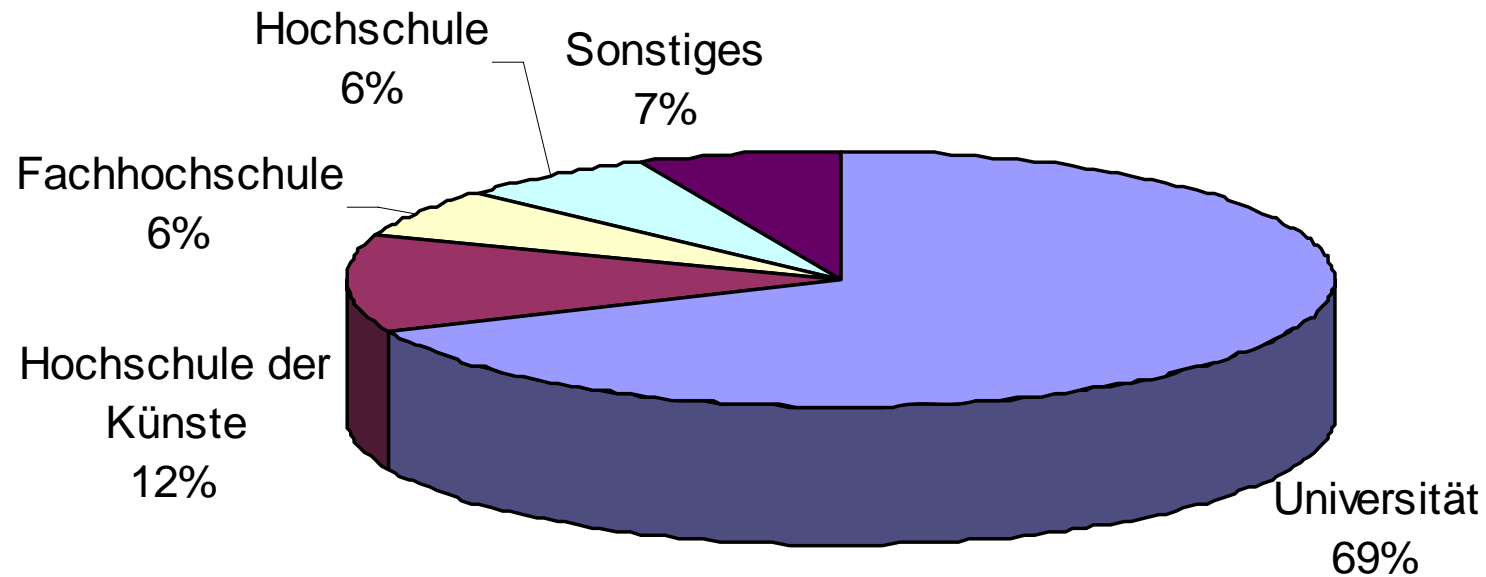


# Regionale Verteilung (Stand: Nov. 2009)

Anzahl der Kultur/Interkultur-Studienangebote in den Bundesländern

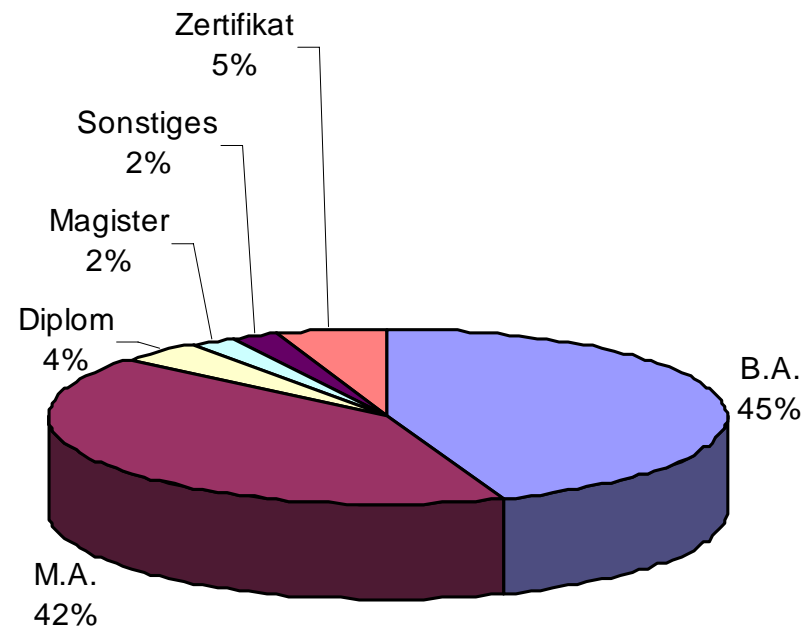


# Hochschultypen (Stand: Nov. 2009)



- Trägerschaft der HS: staatlich=90%, privat=5%, kirchlich=1%, Sonst=4%

# Abschlüsse (Stand: Nov. 2009)



- Magister -> Universitäten, Diplom – i.d.R. Hochschule der Künste
- Zertifikate (n=14) – i.d.R. Präsenz (n=13), i.d.R. berufsbegleitend (n=9)

# Formen und Lehrsprache (Stand: Nov. 2009)

## ■ Formen

- Zeit: 89% Vollzeit, 11% berufsbegleitend (n=27)
  - berufsbegleitend = 12 M.A., 9 Zertifikate
  - berufsbegleitend =
- Ort: 97% Präsenz, 3% Fern (n=9)
  - Fern = alle Abschlüsse bis auf Magister, vorherrschend M.A.
  - Fern = je 3 an Universitäten, Fachhochschulen und HS der Künste

## ■ Lehrsprache

- deutsch: 76%, deutsch/englisch: 14%, englisch: 2%, deutsch/sonstige: 8%

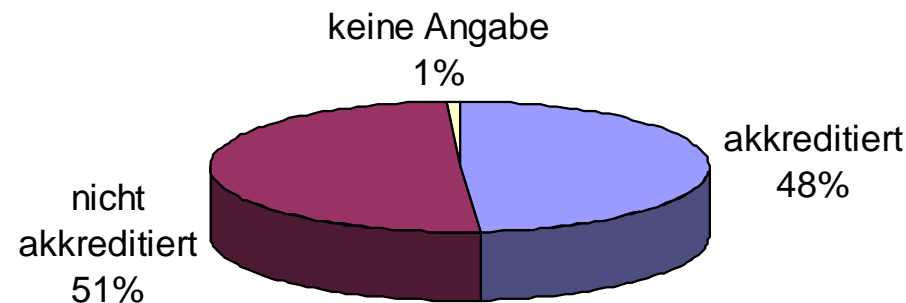
# Studiengebühren, Semesterbeiträge,

**Akkred.** (Nov. 2009)

## ■ Studiengebühren und Semesterbeiträge

	ja in %	nein in %	Minimum >0 pro Sem.	Maximum pro Sem.	Durchschnitt (>0) pro Sem.
<b>Studiengebühren</b>	59,40	40,60	150,00 €	10000,00 €	1034,45 €
<b>Semestergebühren</b>	86,09	13,91	31,00 €	697,00 €	165,4 €

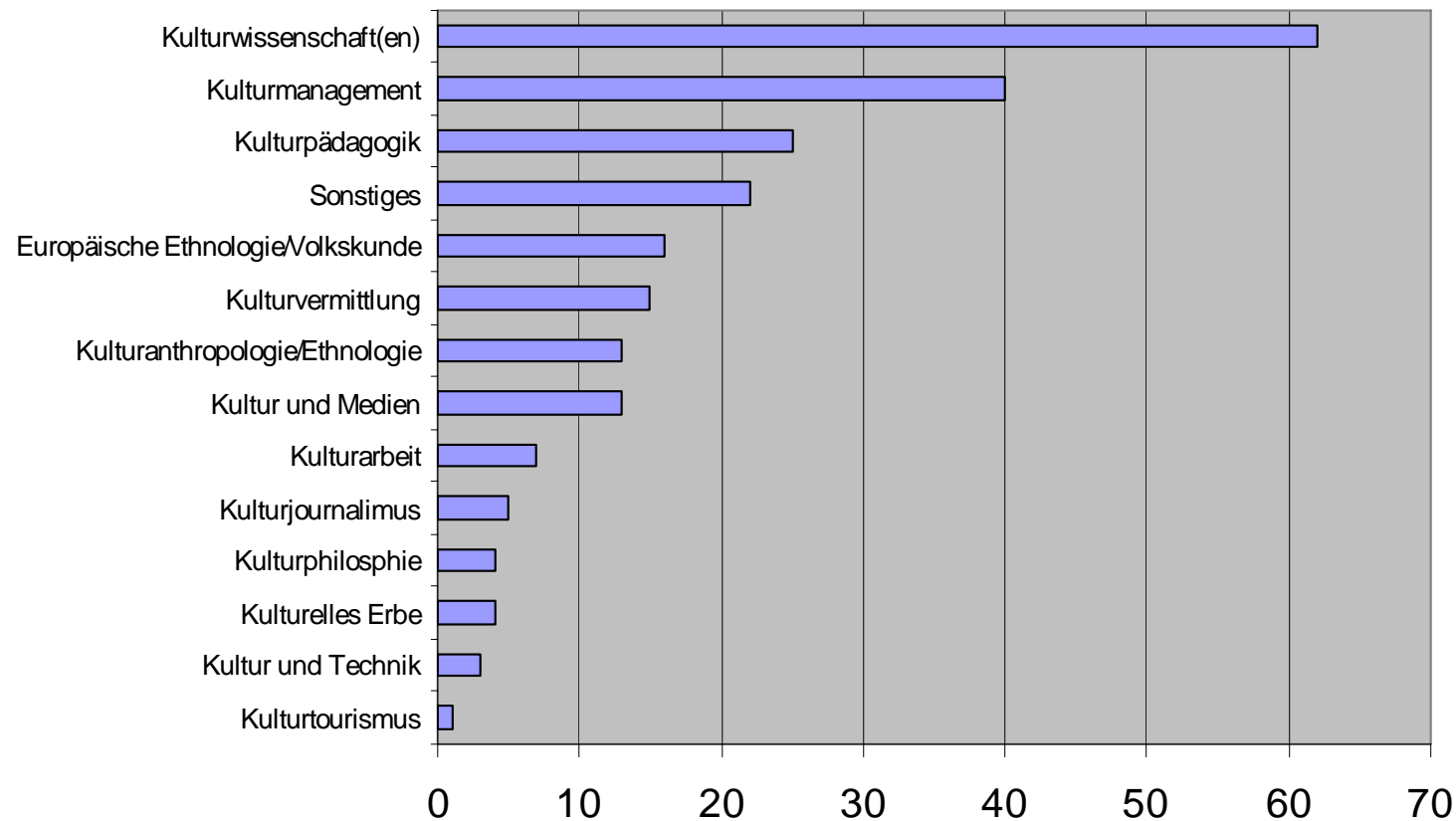
## ■ Akkreditierungen



Häufigste Agenturen: Acquin=42, ZEvA=34, AQUAS=32

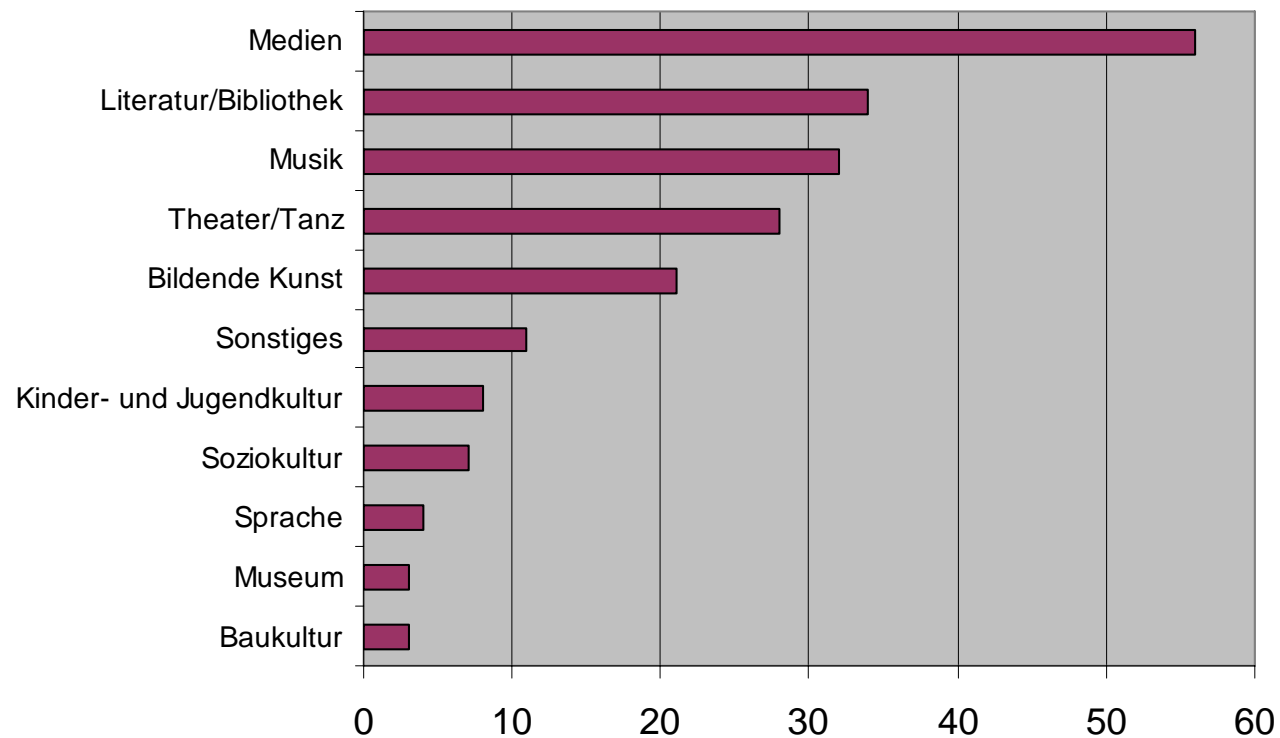
# Bereiche (Stand: Nov. 2009)

- In welchen der Bereiche ist das Studienangebot schwerpunktmäßig einzuordnen?



# Sparten (Stand: Nov. 2009)

- Hat das Studienangebot einen speziellen Spartenbezug?
  - 127 mit Spartenbezug, 139 ohne Spartenbezug



# Ergebnisse: Profile der Studienangebote

## ■ Arbeitsmarktorientierung

- Bedeutung der AMO
- Strategien der AMO
- Methoden der AMO
  - Allgemein
  - Pflichtpraktika, Auslandsaufenthalte
  - Informationsbezug
  - Vermittlung methodischer, personaler und sozialer Kompetenzen
  - Absolventenbefragungen
  - Alumnivereinigungen
- Selbsteinschätzung: AMO und Perspektiven der Studierenden

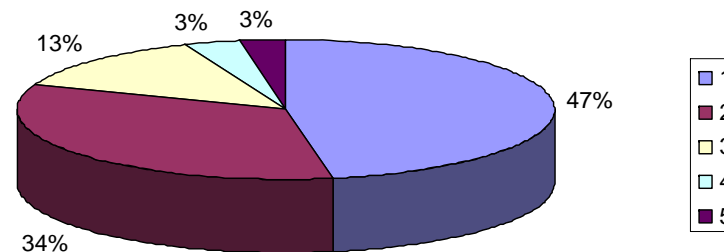
## ■ Beurteilung der Landschaft der Studienangebote



# Bedeutung des Ziels der AMvorber. (Stand: Nov. 2009)

- Bitte beurteilen Sie, wie wichtig Ihrem Studienangebot das Ziel der Arbeitsmarktvorbereitung ist.

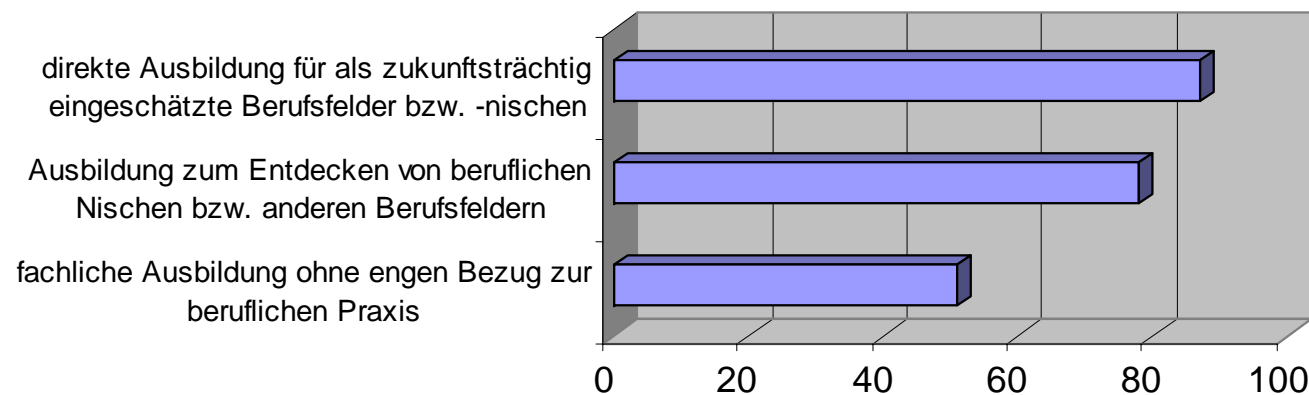
Von 1 (sehr wichtig) bis 5 (unwichtig) (n=146)



- 118 (81 %) mit Angaben 1 oder 2
  - alle Kunst- und Musikhochschulen = 1, bei FH, HS 1>2, bei Uni 2>1
- 9 (6%) Studienangebote mit Angaben 4 oder 5
  - Abschluss: 5 B.A. und 4 M.A.
  - Hochschultyp: 8 Universitäten, 1 Sonstige
  - Form: 9 Vollzeitstudienangebote, 9 Präsenzstudienangebote

# Strategien der Arbeitsmarktorientierung (Nov. 2009)

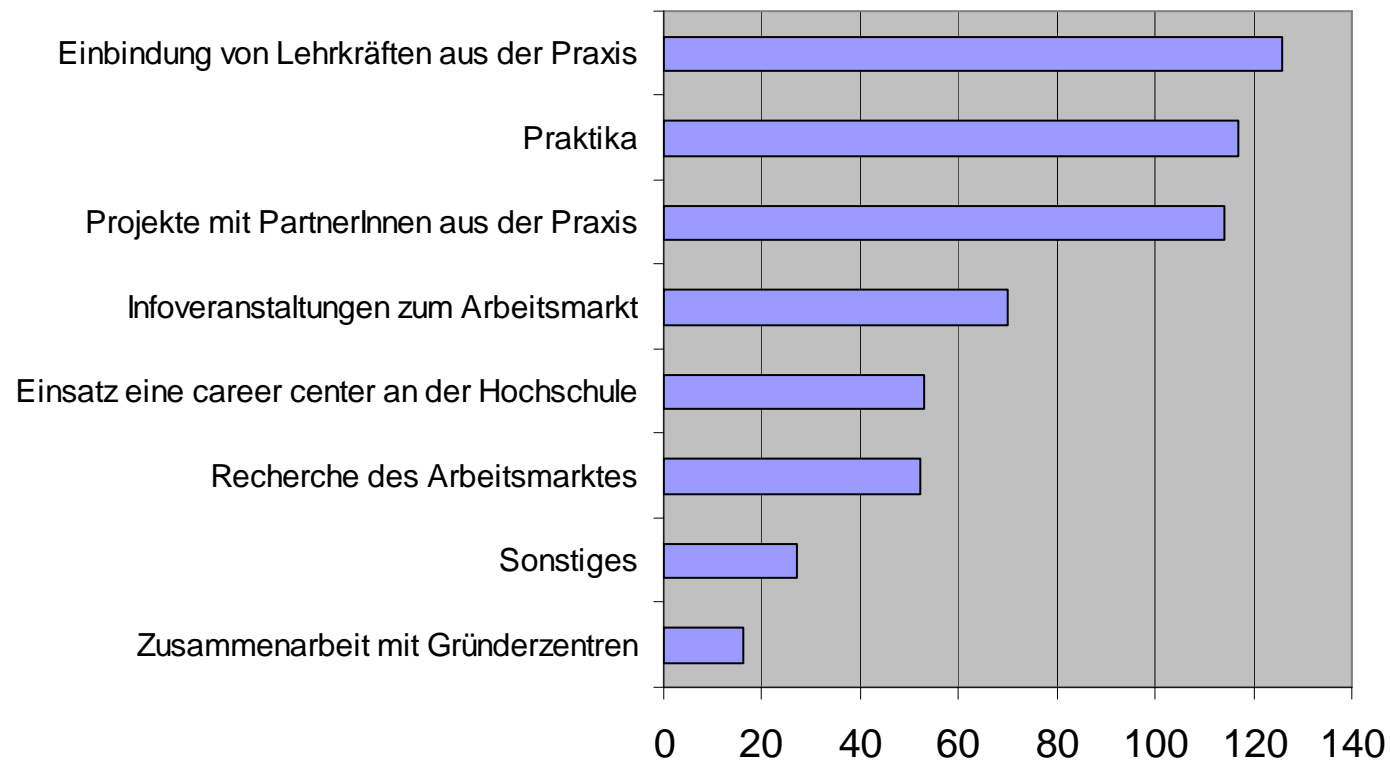
- Welche Strategien der Arbeitsmarktvorbereitung verfolgen Sie in Ihrem Studienangebot?  
 (n=134, Mehrfachnennungen möglich)



- direkte Ausbildung für als zukunftssträftig eingeschätzte Berufsfelder = 87
  - als alleinige Strategie = 38
  - gemeinsam mit Ausbildung zum Entdecken von beruf. Nischen = 32

# Methoden der Arbeitsmarktorientierung (Nov. 2009)

- Welche Methoden nutzen Sie in Ihrem Studienangebot zur Arbeitsmarktorientierung?  
(n=148, Mehrfachnennung möglich)

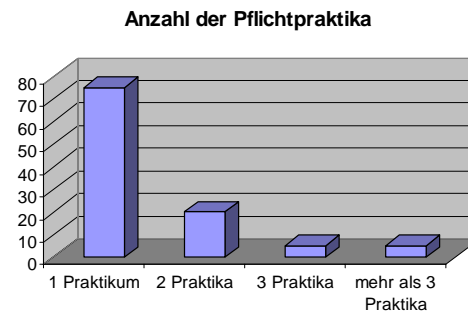


# Pflichtpraktika und - auslandsaufenthalte (Nov. 2009)

## ■ z.B. Pflichtpraktika

(n=151)

- Anzahl der Studienangebote mit Pflichtpraktika: 105 (70%)  
 Verhältnis an allen HS-Typen ja:nein= 2:1. Ausnahme HdK=4:1



- Dauer der Pflichtpraktika: min. 2 Wochen, max. 34 Wochen, durchschnittlich 11 Wochen

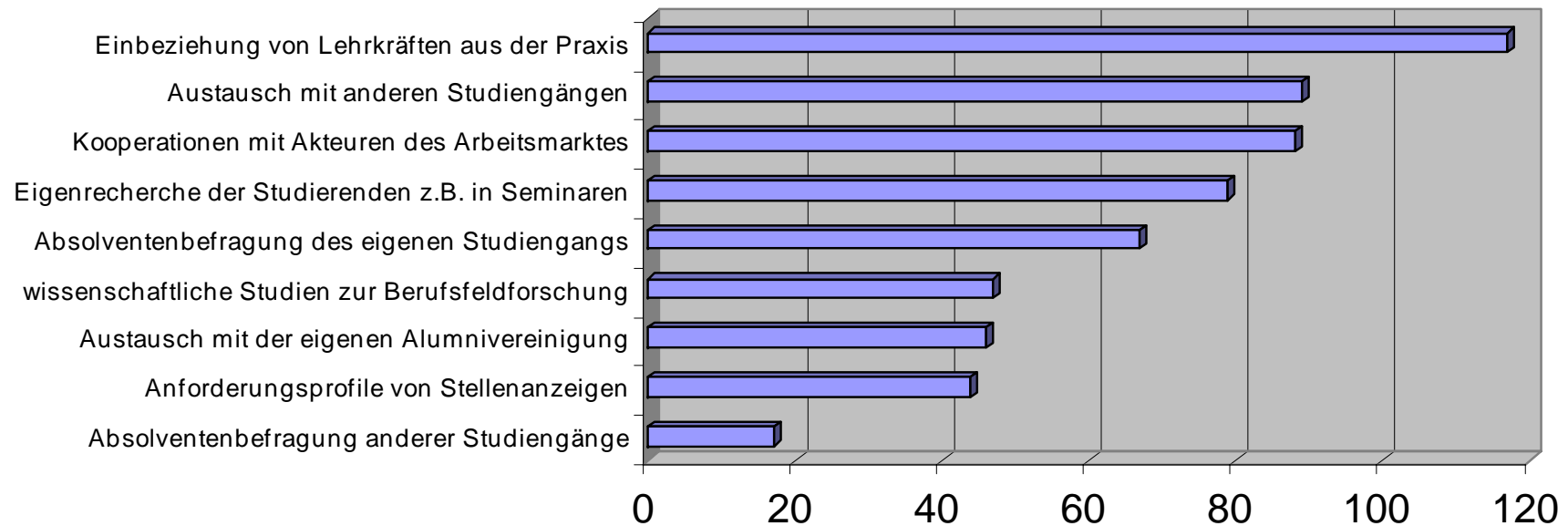
## ■ z.B. Pflichtauslandsaufenthalte

(n=159)

- Anzahl der Studienangebote mit Pflichtauslandsaufenthalten: 21 (14%), davon 17 Universitäten, 3 Hochschulen und 1 Fachhochschule

# Informationsbeschaffung (Nov. 2009)

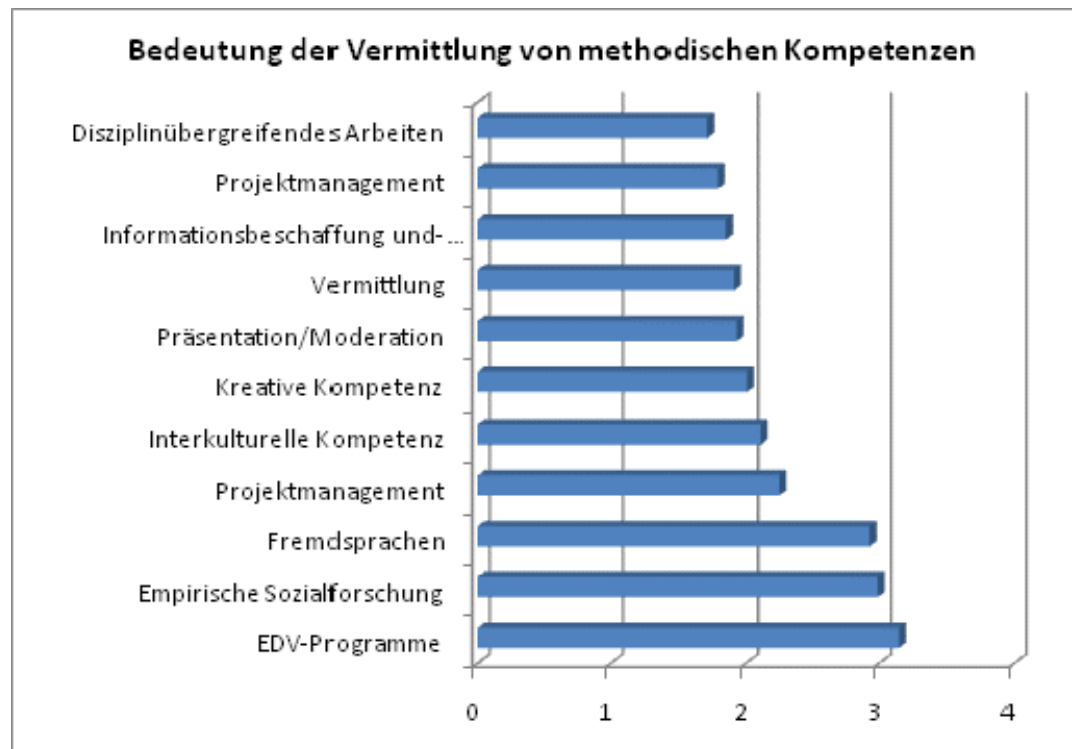
- Woher beziehen Sie die Informationen, welche Kompetenzen auf dem Arbeitsmarkt gefragt sind?  
(n=130, Mehrfachnennungen mgl.)



# Vermittlung methodischer Kompetenzen (Nov. 2009)

- Bitte beurteilen Sie die Bedeutung der Vermittlung methodischer Kompetenzen in Ihrem Studienangebot.

auf einer Skala von 1 (sehr ausgeprägt) bis 5 (gar nicht ausgeprägt) (n=147)

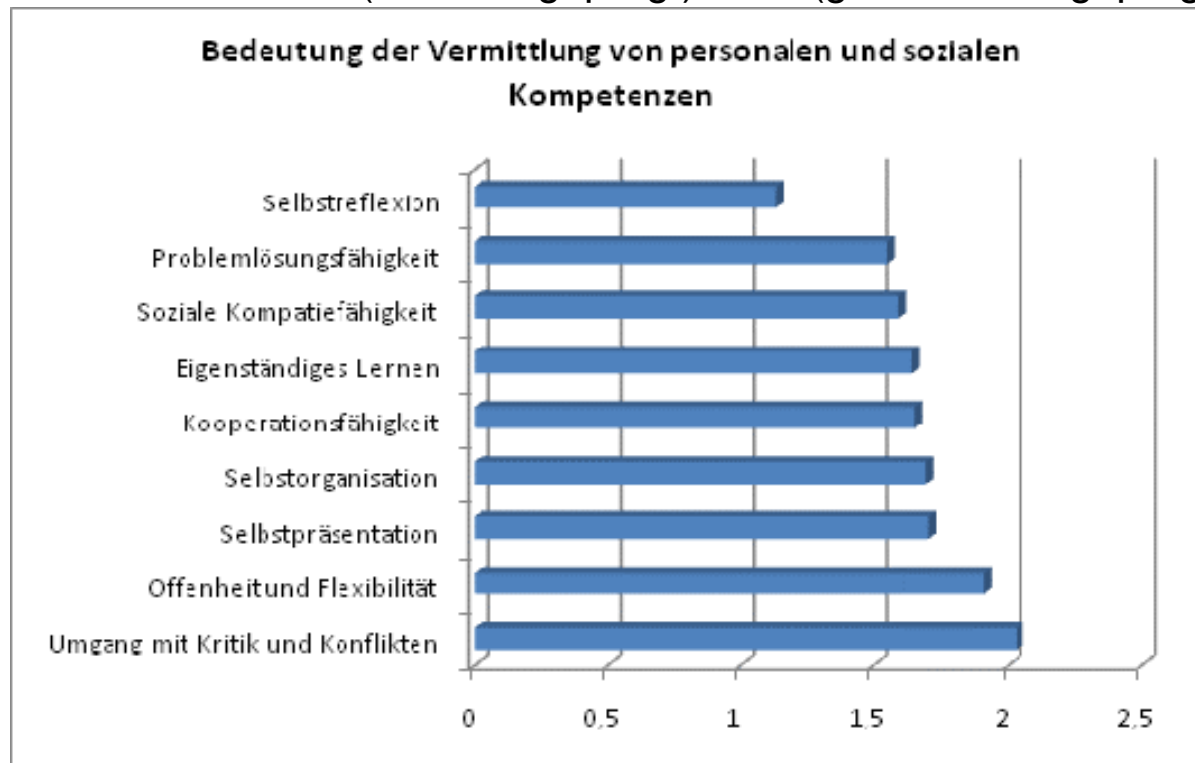


# Vermittlg. personaler+sozialer Kompetenzen

(Nov. 2009)

- Bitte beurteilen Sie die Bedeutung der Vermittlung personaler und sozialer Kompetenzen in Ihrem Studienangebot.

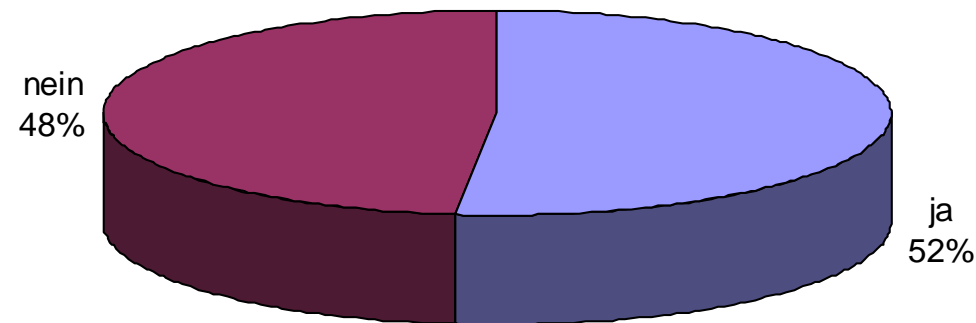
auf einer Skala von 1 (sehr ausgeprägt) bis 5 (gar nicht ausgeprägt) (n=147)



# Absolventenbefragungen (Nov. 2009)

## ■ Absolventenbefragungen des eigenen Studienangebotes

(n=130)



## ■ Absolventenbefragung ja=67

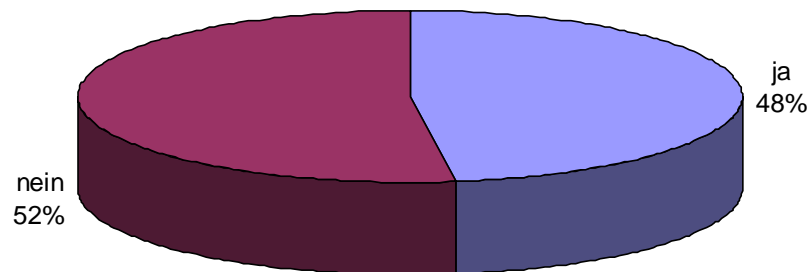
- bezogen auf HS-Typ: bei allen HS-Typen mit Ausnahme der Unis ja>nein
- Status der Veröffentlichung: öffentlich=12, intern=17



# Alumnivereinigungen (Nov. 2009)

- Gibt es für Ihr Studienangebot eine Alumnivereinigung?

(n=151)

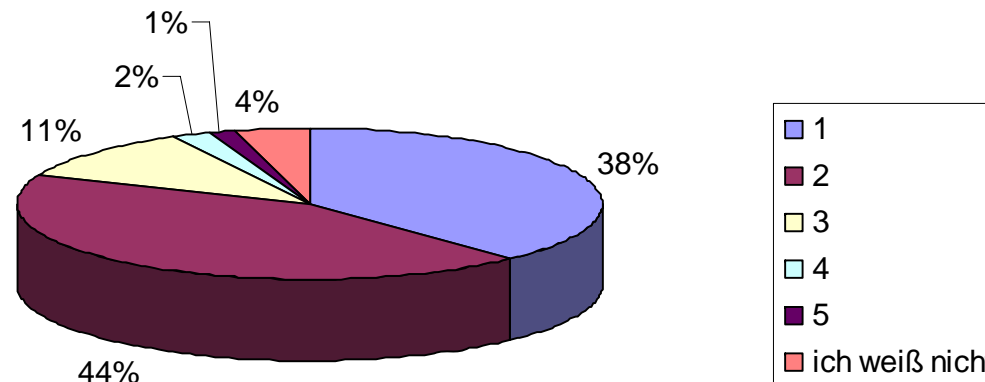


- mit Namen wie: Kulturnetz, Karrierewerk, HIBFidelity, Reich und Gerühmt
- Gründungsjahr (n=52):
  - 2000-2009=36 (davon 25 in den letzten 3 Jahren),
  - 1990-1999=11, vor 1990=5
- bezogen auf HS-Typ: HS: j>n, Sons: j>n, HdK: j=n, Uni j<n, FH j<n
- bezogen auf Bereich: ja% besonders bei: Kulturmanagement, Europäische Ethnologie und Kulturwissenschaften, nein% besonders bei: Kulturanthropologie

# Selbsteinschätzung: Arbeitsmarktvorbereitung (Nov. 2009)

- Wie schätzen Sie die Arbeitsmarktvorbereitung Ihres Studienganges ein?

Bitte nutzen Sie die Skala von 1 (sehr gut) bis 5 (sehr schlecht). (n=142)



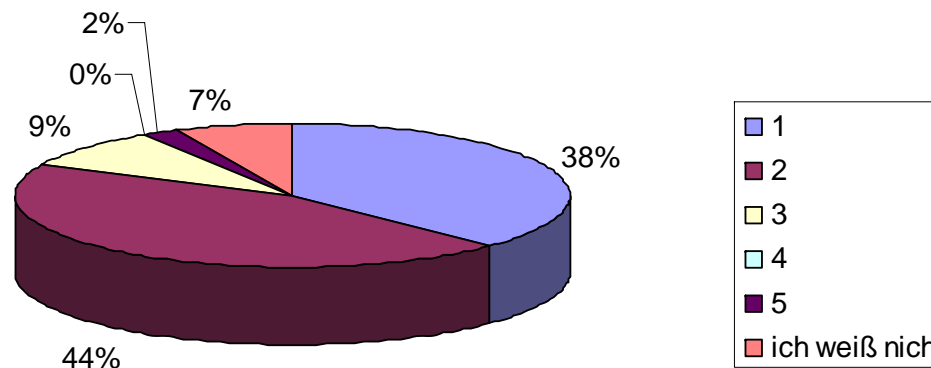
- Durchschnittliche Selbsteinschätzung: 1,81
- bezogen auf den HS-Typ: HdK=1,31 ; Sons=1,33 ; FH=1,44 ; HS=1,69 ; Uni=2,02
- ausschließlich Unis mit Selbsteinschätzung 4 oder 5 oder ich weiß nicht
- bezogen auf Abschluss: B.A.=1,84 ; M.A.=1,86

# Selbsteinschätzung: Perspektiven der

## Absolv. (Nov. 2009)

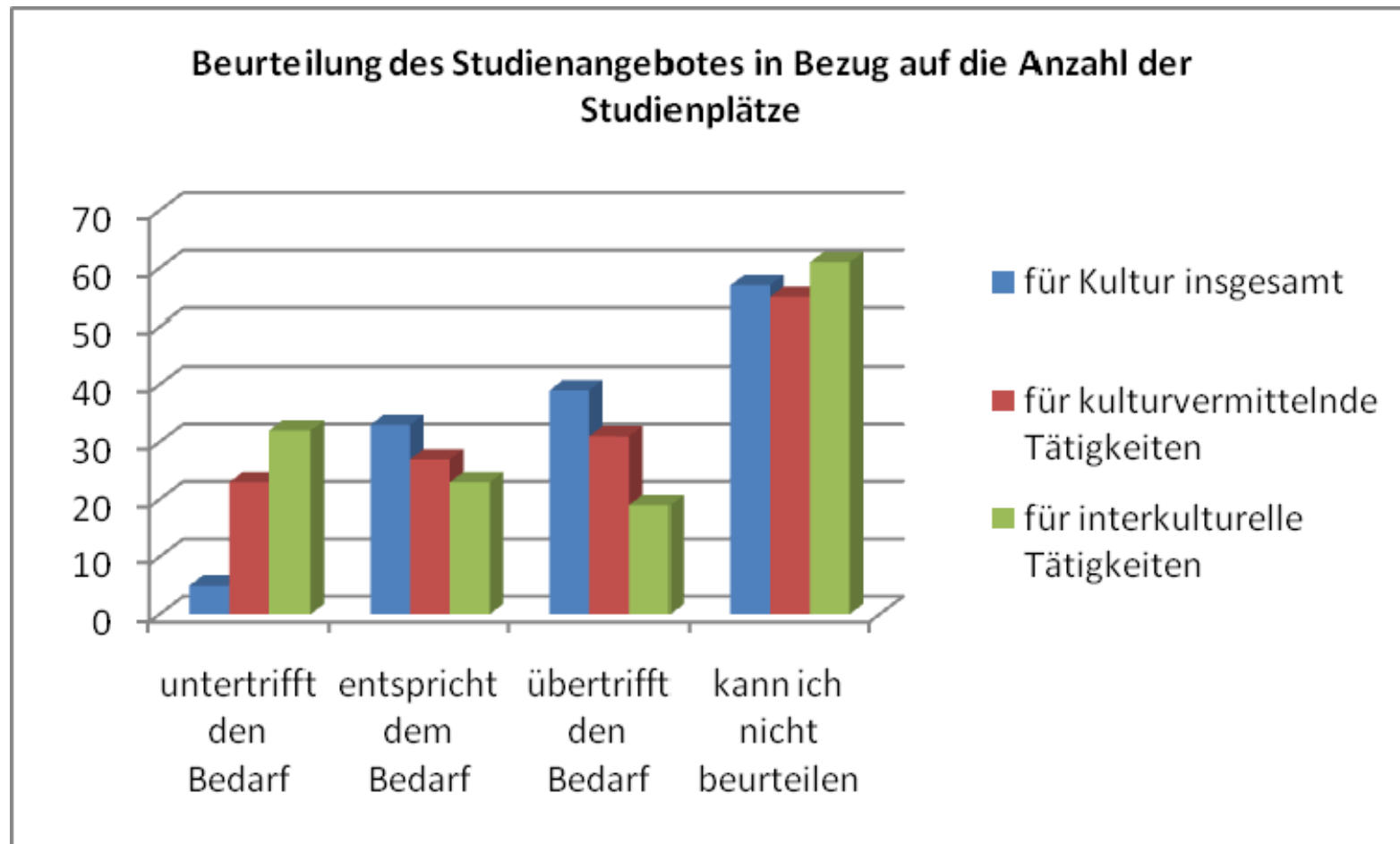
- Wie schätzen Sie die Perspektiven der AbsolventInnen Ihres Studienangebotes ein?

Bitte nutzen Sie die Skala von 1 (sehr gut) bis 5 (sehr schlecht). (n=144)



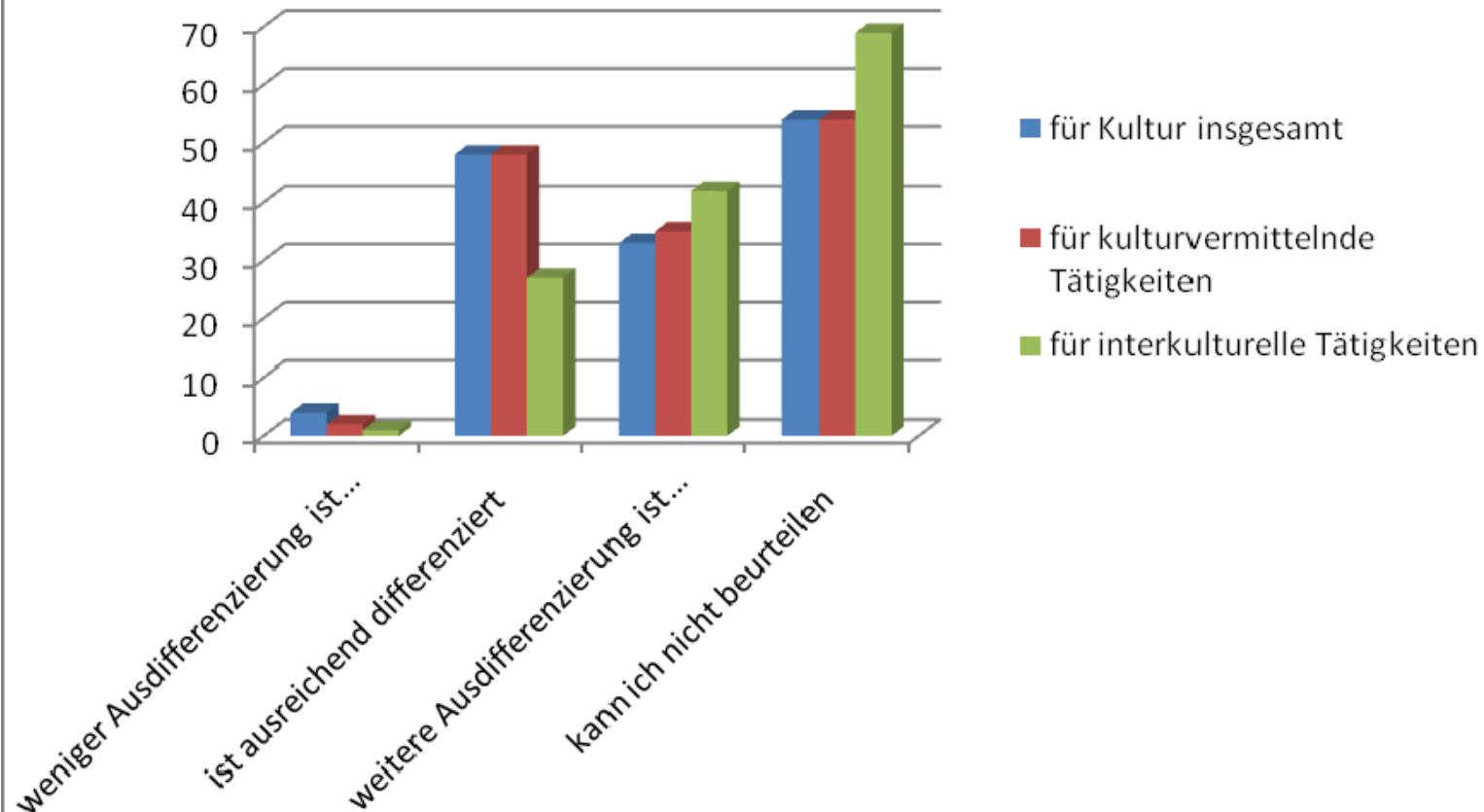
- Durchschnitt: 1,76
- bezogen auf den HS-Typ: HdK=1,56 ; FH= 1,60 ; HS=1,67 ; Sons=1,69 ; Uni=1,84
- bezogen auf den Abschluss: B.A.=1,82 ; M.A.=1,74

# Bewertung der Landschaft der Studienangebote (Nov. 2009)



# Bewertung der Landschaft der Studienangebote (Nov. 2009)

Beurteilung des Studienangebotes in Bezug auf die Ausdifferenzierung





Kulturpolitische Gesellschaft e.V.

## Kontakt

- Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!
- Kontakt:

Ulrike Blumenreich

Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft

Weberstraße 59a

53113 Bonn

Tel.: ++49 (0) 228 – 201 67 22

Mail: [blumenreich@kupoge.de](mailto:blumenreich@kupoge.de)

[www.studium-kultur.de](http://www.studium-kultur.de)