

Strategien für Career Services

Andreas Eimer

Leiter Career Service

Universität Münster

11. April 2008

These 1: Ein Career Service
nimmt Daueraufgaben wahr –
also ganz oder gar nicht

These 2: Einen Career Service gibt es nicht kostenlos – er bietet ein neues Angebot, das von der Hochschule grundfinanziert sein muss. Einzelne Projekte können durchaus aus Drittmitteln bestritten werden.

These 3: Der Career Service ist
ein hochschulstrategischer Akteur
– insofern muss er in die
Gremienarbeit einbezogen sein.

These 4: Aufgabenbeschreibung
und Standort des Career Service
innerhalb des Beratungs- und
Informationssystems einer
Hochschule müssen im offenen
Austausch klar bestimmt werden.

These 5: Um zu verhindern, dass
der Career Service in
Revierkämpfen zerrieben wird,
braucht die Einrichtungsleitung
einen festen Status und klare
Kompetenzen innerhalb der
Hochschulstruktur.

These 6: Career Services sind keine Verwaltungseinheit – daher müssen die Mitarbeiter/innen dort andere, sehr spezifische Qualifikationen einbringen, um professionell arbeiten zu können.

These 7: Ein Career Service muss
sein Kernziel und seine
Kernzielgruppe klar definieren.
Marketing, Fundraising und
Gewinnerwirtschaftung sind nicht
seine primären Funktionen.

These 8: Career Services sind keine ausgelagerten Dienstleister für Unternehmen. Career Services werden von den Hochschulen bezahlt und sollten für deren Belange arbeiten.

These 9: Die Arbeit der Career Services mit Arbeitgebern/Unternehmen wird umso einfacher, je klarer und selbstbewusster eine Hochschule ihre Rolle und ihren Auftrag gegenüber der außerhochschulischen Welt formulieren kann.

These 10: Um Energien effizient einsetzen und erfolgreich arbeiten zu können, sollten Career-Service-Verantwortliche nur Aufgaben übernehmen, deren Bewältigung auch für machbar halten.

These 11: Prekär beschäftigte
Mitarbeiter/innen in Career
Services sind kein überzeugendes
Aushängeschild für gute
Arbeitsmarktperspektiven von
Hochschulabsolvent/en/innen.

These 12: Der Career Service muss die Fachbereiche davon überzeugen, dass beide Seiten für den beruflichen Erfolg der Studierenden arbeiten und dies am besten in gegenseitiger Unterstützung tun.

Vielen Dank für Ihre
Aufmerksamkeit.