



BERUFSPERSPEKTIVE HAW-PROFESSUR ATTRAKTIVITÄTSFAKTOREN und BEFRAGUNGSERGEBNISSE

Prof. Dr. Sascha Armutat
Whitepaper 1/2023

DOI: www.doi.org/10.60896/hrmw.2023.1.17

Dieses Dokument ist lizenziert gemäß [CC BY-NC-ND 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)



Die Autor*innen tragen die Verantwortung für die Einhaltung der urheberrechtlichen Bestimmungen. Zum Zeitpunkt der Drucklegung führten die Verweise auf Internetseiten zu den gewünschten Inhalten. Sollten zu einem späteren Zeitpunkt die Internetseiten verändert worden sein, distanzieren sich die Autor*innen von den inhaltlichen Aussagen der Internetseiten.

INHALTSVERZEICHNIS

Vorwort	4
Management Summary – Ergebnisse im Überblick	5
1. HAW im War for Talents	7
2. Attraktivitätsfaktoren des Berufsbildes HAW-Professur	8
3. Methodisches Vorgehen: Attraktivitätsfaktorenstudie HAW-Professur	11
3.1 Befragungskonzept	11
3.2 Durchführung	12
3.3 Realisierte Stichprobe	12
4. Gesamtmodell: Bedeutung der Attraktivitätsfaktoren für Berufswahl und Berufszufriedenheit im Überblick	15
4.1 Ausprägungen der Attraktivitätsfaktoren	15
4.2 TOP-5 Attraktivitätstreiber	16
4.3 Faktoranalytische Validierung	17
5. Zentrale Attraktivitätsfaktoren: Ausprägungen und Subgruppendifferenzierung	18
5.1 Purpose & Impact	18
5.1.1 Ausprägungen der Attraktivitätstreiber	18
5.1.2 Unterschiede zwischen den unterschiedlichen Befragtengruppen	18
5.2 Abwechslung & individuelle Schwerpunkte	20
5.2.1 Ausprägungen der Attraktivitätstreiber	20
5.2.2 Unterschiede zwischen den unterschiedlichen Befragtengruppen	20
5.3 Freiheit & Balance	21
5.3.1 Ausprägungen der Attraktivitätstreiber	21
5.3.2 Unterschiede zwischen den unterschiedlichen Befragtengruppen	21
5.4 Denken & Austausch	22
5.4.1 Ausprägungen der Attraktivitätstreiber	22
5.4.2 Unterschiede zwischen den unterschiedlichen Befragtengruppen	23
5.5 Zusammenfassung der Subgruppenunterschiede	23
6. Bedeutung der institutionellen Rahmenbedingungen	26
7. Erfahrungen mit dem Rekrutierungsprozess der aktuellen Hochschule	28
7.1 Wege in die HAW-Professur	28
7.2 Ansprachekanäle	29
7.3 Informationswege	31
7.4 Bewerbungsformen	31

7.5	Bewertung der Kontaktpunkte.....	32
8.	Erfahrungen mit dem Berufungsprozess der aktuellen Hochschule	33
8.1	Wahrgenommene Anforderungen an die HAW-Professur	33
8.2	Praktizierte Auswahlverfahren.....	34
8.3	Erlebte Eignung der Auswahlverfahren	35
9.	Personae potenzieller Kandidat*innen für HAW-Professuren und deren Nutzung	36
10.	Literatur	39

VORWORT

Hochschulen für angewandte Wissenschaften (HAW) haben zunehmend Schwierigkeiten, offene Professurstellen zeitnah mit geeigneten Kandidat*innen zu besetzen. Dies gilt für alle Fachbereiche, insbesondere jedoch für die Ingenieur- und Gesundheitswissenschaften.

Um im Wettbewerb um die besten Talente mit den regionalen und überregionalen Arbeitgeber*innen auch zukünftig auf Augenhöhe mithalten zu können, hat die Hochschule Bielefeld im Rahmen des Bund-Länder-Programms „FH Personal“ das Projekt „Career@BI“ gestartet und ein „Center for Cooperation and Career Management“ aufgebaut.

Strategisches Ziel ist es, die HAW-Professur als attraktives Arbeitsfeld zu positionieren, den Kreis exzellenter Bewerber*innen für eine Professur auszuweiten und State of the Art Rekrutierungs- und Berufungsverfahren zu etablieren. Dafür soll ein Orientierungsrahmen erarbeitet werden, der HAW dabei hilft, Strategien für ein innovatives Recruiting und ein zielgruppenspezifisches Employer Branding zu entwickeln.

Ein Schwerpunkt des Projektes ist die Entwicklung eines empirisch abgesicherten Attraktivitätsfaktoren-Modells HAW-Professur, aus dem einerseits generische Recruiting-Strategien für HAW und andererseits ein multimodales, interviewbasiertes Auswahlverfahren abgeleitet werden sollen.

Dieses Whitepaper konzentriert sich auf das Attraktivitätsfaktorenmodell sowie auf die Bedeutung dieser Attraktivitätsfaktoren für die Berufswahl und Berufszufriedenheit von Professor*innen an HAW. Um diese Faktoren zu erheben, wurde im Frühsommer 2022 eine Befragung unter den Mitgliedern des Hochschullehrerbundes (*h/b*) durchgeführt.

Die Ergebnisse dieser Untersuchung und erste Schlussfolgerungen für die Rekrutierungsstrategien von HAW werden im Folgenden beschrieben. Ein besonderer Dank gilt in dem Zusammenhang der Geschäftsstelle des Hochschullehrerbundes, insbesondere dessen Geschäftsführer Dr. Thomas Brunotte, der durch seine Initiative und sein Werben den Zugang zu den Landesverbänden und deren Mitgliedern ermöglicht und durch seine Mitarbeit im Projektbeirat wertvolle Anregungen für die Befragungskonzeption gegeben hat.

Weiterhin gilt der Dank für ihre Impulse und Anregungen zum Modell und zur Befragung allen weiteren Mitgliedern des Projektbeirats, namentlich in alphabetischer Reihung

- Prof. Dr. Natalie Bartholomäus, Hochschule Bielefeld
- Dr. Frederik Bäumer, Hochschule Bielefeld
- Prof. Gerold Frick, Hochschule Aalen
- Bastian Meerkamm, Hochschule Bielefeld
- Ute Neher, Indeed AG
- Dirk Schlautmann, Dr. August Oetker KG

Julian Klassen hat die empirische Untersuchung tatkräftig unterstützt.

Jacqueline Albers hat durch ihre koordinativen Aktivitäten und als inhaltliche Sparringspartnerin maßgeblich den Erfolg des Projektes beeinflusst.

Bielefeld, 30.09.2023

Prof. Dr. Sascha Armutat

MANAGEMENT SUMMARY – ERGEBNISSE IM ÜBERBLICK

Attraktivitätsfaktoren HAW-Professur

Unabhängig von den Bedingungen der jeweiligen Institution gibt es neun Argumente, die die Attraktivität einer HAW-Professur begründen:

- Purpose & Impact: die Chance, einen gesellschaftlich relevanten Beitrag leisten zu können
- Abwechslung & individuelle Schwerpunkte: die Chance, thematischen Inhalten nachgehen zu können, an denen man Freude und Interesse hat
- Freiheit & Balance: die Chance, die Art und Weise der Arbeitserledigung in hohem Maße selbstorganisiert, flexibel und balanciert zu gestalten
- Lehren & Entwickeln: die Möglichkeit, Wissen und Erfahrungen an die Studierenden weitergeben zu können
- Verbindung von Wissenschaft & Praxis: die Chance, anwendungsorientiert und transferbezogen forschen zu können
- Denken & Austausch: die Chance, sich in einem intellektuellen Arbeitsklima bewegen zu können
- Lernen & Karriere: die Chance, lebenslang zu lernen und alternative Karriereoptionen realisieren zu können
- Wertschätzung & Status: die Chance, gesellschaftliches Ansehen und Berufsautorität zu erlangen
- Sicherheit & Unabhängigkeit: die Chance, ein sicheres, finanziell unabhängiges Leben zu führen

Bedeutung der Attraktivitätsfaktoren für die Berufswahl und die Berufszufriedenheit

Die Befragung von HAW-Professor*innen zeigt, dass insbesondere drei dieser Attraktivitätsfaktoren die Berufswahl und die Berufszufriedenheit der Professor*innen beeinflussen:

- Abwechslung & individuelle Schwerpunkte
- Freiheit & Balance
- Denken & Austausch

Auf der Ebene der einzelnen Attraktivitätstreiber zeigt sich, dass die Berufseigenschaften, „Interessenschwerpunkte setzen zu können“, „Gestaltungsspielräume bei der Organisation des Arbeitsalltages nutzen zu können“, „Studierende bei der Entwicklung ihrer Karriere zu unterstützen“, und die Möglichkeiten, „privates Leben und berufliche Verpflichtungen integrieren zu können“, die erkennbaren Eigenschaften des erwarteten und des tatsächlichen Berufsalltags sind, die die Berufszufriedenheit und die Berufswahl entscheidend beeinflussen. Die Chance, Projekte anstoßen zu können, ist für die Berufswahl darüber hinaus wichtig, während die Möglichkeit, die Arbeitszeit flexibel einteilen zu können, für die Berufszufriedenheit eine große Rolle spielt.

Prioritäten der Fachbereiche, Altersgruppen und Herkünfte

Es gibt einige signifikante Unterschiede, die sich bei den Befragungsteilnehmenden feststellen lassen. Hinsichtlich der Fachgebiete zeigen sich einige markante Unterschiede in der Wahrnehmung der Attraktivitätsfaktoren: Während die Vertreter*innen der gesellschaftswissenschaftlichen Disziplinen davon attraktiviert werden, Beiträge zu leisten und die eigene Persönlichkeit zu entwickeln, empfinden Vertreter*innen wirtschaftswissenschaftlicher Disziplinen die Möglichkeiten der Know-how-Monetarisierung interessant; Vertreter*innen mathematischer Disziplinen dagegen werden am ehesten durch das finanziell sichere intellektuelle Arbeiten ohne wirtschaftlichen Druck angesprochen. Jüngere Professor*innen messen dem räumlich und zeitlich flexiblen Arbeiten eine größere Bedeutung sowohl für die Berufszufriedenheit als auch für die Berufswahl bei als ältere Kolleg*innen.

Wer aus einer Tätigkeit im Unternehmen heraus eine Professur aufgenommen hat, empfindet die Nebentätigkeitsoptionen als attraktiv, wer sich ausgehend von einer Professur auf die aktuelle Stelle beworben hat, sieht die Mitwirkungsmöglichkeiten bei der Hochschulgestaltung als wichtigen Auswahl- und Zufriedenheitsfaktor an.

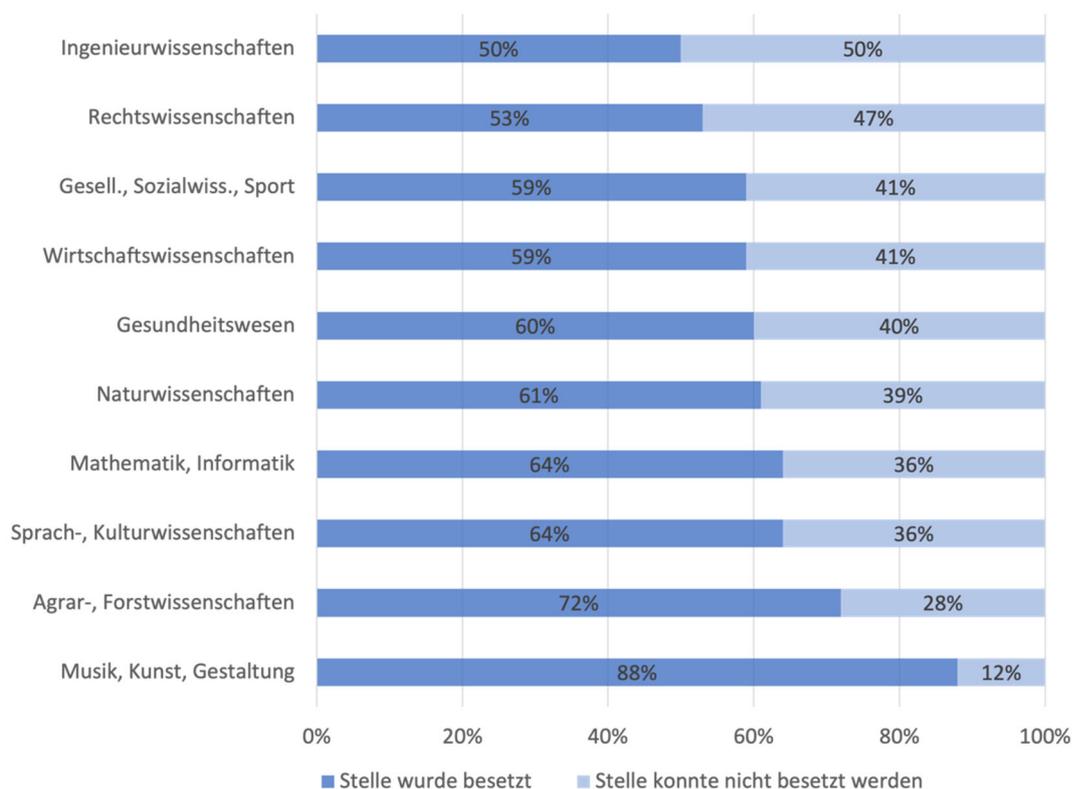
Diejenigen Professor*innen, die sich aus der Selbstständigkeit heraus auf die aktuelle Professur beworben haben, schätzen den inhaltlichen und arbeitsorganisatorischen Gestaltungsspielraum, die Chance, Wissen weiterzugeben und die Persönlichkeit zu entwickeln, sowie die Berufsautorität, die sie mit ihrer neuen Aufgabe erlangt haben.

1. HAW IM WAR FOR TALENTS

Hochschulen für angewandte Wissenschaften (HAW) sind eine etablierte Größe im Bildungssystem der Bundesrepublik Deutschland.

Steigende Studierendenzahlen und überdurchschnittlich gute Beschäftigungsquoten der Absolvent*innen sind ein deutlicher Ausweis dieser institutionellen Erfolgsgeschichte (vgl. Lackner 2019). Dennoch: In vielen HAW ist die personelle Situation bei den Professuren angespannt (vgl. In der Smitten et al. 2017), wie sinkende Bewerbungszahlen, Einer- oder Zweierlisten und Mehrfachausschreibungen vakanter Professuren verdeutlichen.

Abb.: 1 Personelle Situation der Professuren an HAW: Status der Verfahren nach der ersten Ausschreibung nach Fächergruppen (Anteile in %) (vgl. In der Smitten et al., 2017, S. 39)



Neben demografischen Gründen, der geringen Bekanntheit der Karriereoption HAW-Professur bei relevanten Bewerber*innengruppen und dem anspruchsvollen Anforderungsprofil mit der Bereitschaft zu einer mehrfachen Umorientierung im beruflichen Lebenslauf, zeigt sich aber auch ein personalwirtschaftliches Problem: Bisher haben es viele HAW versäumt, sich systematisch Gedanken über die Attraktivität einer HAW-Professur, über ihre eigene Attraktivität als Arbeitgeber, über die Rolle zielgruppenadäquater Prozesse und Strukturen und über eine systematische Ansprache und Bindung hochqualifizierter Fachkräfte zu machen – ein echter Wettbewerbsnachteil im Kampf um die besten Talente. (vgl. In der Smitten et al. 2017).

2. ATTRAKTIVITÄTSFAKTOREN DES BERUFSBILDES HAW-PROFESSUR

Zentral für passgenaue Rekrutierungs- und Bindungsprozesse an HAW ist die Kenntnis der Faktoren, die den Beruf HAW-Professor*in in den Augen potenzieller Kandidat*innen – ganz unabhängig von den Bedingungen der jeweiligen Institution – interessant machen und ein entscheidungsrelevantes Kriterium für Kandidat*innen sind, um eine berufliche Perspektive als Professor*in an einer HAW zu ergreifen (vgl. Wolf 2014).

Diese berufsspezifischen Attraktivitätsfaktoren bilden die Berufsattraktivität HAW-Professur und bieten Kandidat*innen und amtierenden Professor*innen einen spezifischen Nutzen, der – unabhängig von den institutionellen Arbeitsbedingungen – aus besonderen, aufeinander bezogenen Eigenschaften der berufsbezogenen Arbeitssituation resultiert. Eigenschaften, die den jeweiligen Attraktivitätsfaktor begründen, werden hier als „Attraktivitätstreiber“ bezeichnet. Attraktivitätsfaktoren und die sie operationalisierenden Attraktivitätstreiber sind eine wichtige Voraussetzung für die passgenaue Rekrutierung, aber auch für die Gestaltung von Arbeitsbedingungen und Personalauswahl- und -managementprozessen an Hochschulen.

Um diese Attraktivitätsfaktoren und die sie operationalisierenden Attraktivitätstreiber zu erarbeiten, wurden Studien und Beiträge zur Thematik mit Diskussionen zum Employer Branding ergänzt, einer strukturierenden Inhaltsanalyse unterzogen und in Diskussionsrunden mit Neuberufenen und wichtigen Stakeholdern aus Hochschulen, Verbandsvertreter*innen und Wirtschaftsunternehmen reflektiert. Das Ergebnis der konzeptionellen Auseinandersetzung ist das folgende Attraktivitätsfaktorenmodell HAW-Professur mit neun Attraktivitätsfaktoren und jeweils vier Attraktivitätstreibern:

Purpose & Impact

Ein zentraler Attraktivitätsfaktor für eine HAW-Professur ist die Verwirklichung von Sinn und einer nachhaltigen Verantwortung. Die Region mit ihren Organisationen und Unternehmen, die eigene Hochschule, die fachliche Disziplin und die Studierenden, denen man das Rüstzeug für die berufliche Zukunft gibt, sind in diesem Zusammenhang relevant.

Mit Blick auf die Arbeitsbedingungen lassen sich zwei Attraktivitätsfaktoren feststellen:

Abwechslung & individuelle Schwerpunkte

Hierzu zählt erstens die Möglichkeit, der Arbeit den eigenen Stempel aufdrücken und das machen zu können, was man gern tut. Man kann sich mit Themen beschäftigen, die einen interessieren, kann Projekte anstoßen und Ideen ausprobieren und hat die Möglichkeit, sich durch Lehre, Forschung, Transfer und Selbstverwaltung einen abwechslungsreichen Arbeitsalltag zu organisieren.

Freiheit & Balance

Zweitens geht es darum, die Art und Weise der Arbeitserledigung in hohem Maße selbst organisiert, flexibel und balanciert zu gestalten: Wann und wo man arbeitet, womit man sich beschäftigt und wie man berufliches und privates Leben integriert, ist einem*einer HAW-Professor*in in hohem Maße selbst überlassen.

Neben den Arbeitsbedingungen werden auch die Tätigkeitsinhalte durch zwei zentrale Attraktivitätsfaktoren bestimmt.

Lehren & Entwickeln

Hierbei geht es zum einen um den Reiz, Wissen und Erfahrungen an die Studierenden weiterzugeben, der sich insbesondere dadurch auszeichnet, dass man das eigene Wissen teilen kann, sich als Vorbild gegenüber den Studierenden positioniert, Freude an der lehrenden Vermittlung erlebt und den Studierenden zugleich als Lernbegleiter*in zur Seite steht.

Abb. 2: Attraktivitätsfaktorenmodell HAW-Professur (eigene Darstellung)



Verbindung von Wissenschaft & Praxis

Zum anderen macht das Berufsbild HAW-Professur attraktiv, dass man auf allen Ebenen anwendungsbezogenen Wissenschaft-Praxis-Transfer praktizieren und das Beste aus zwei Welten für sich verwirklichen kann. Anwendungsbezogen zu forschen, Transfer in die Praxis zu begleiten, Netzwerke mit Praktiker*innen zu bilden und Impulse aus der Praxis aufnehmen zu können, spielen hier eine Nutzen stiftende Rolle.

Weitere Attraktivitätsfaktoren ergeben sich in Zusammenhang mit der Arbeitskultur, die durch die Besonderheiten des Wissenschaftssystems geprägt wird.

Denken & Austausch

Da ist das intellektuelle Arbeitsklima zu nennen, in dem man sich an Hochschulen bewegt: Es besteht Zeit für die gründliche Beschäftigung mit Themen, Gelegenheit für intellektuell bereichernden Austausch mit

Kolleg*innen – auch international – und ein kreativitätsförderlich begrenzter wirtschaftlicher Leistungsdruck.

Lernen & Karriere

In einem derartigen Arbeitskontext werden das eigene Lernen und die berufliche Selbstverwirklichung zu einem weiteren prägenden Attraktivitätsfaktor. Die Chance, lebenslang zu lernen und sich kontinuierlich fachlich weiterzubilden, die Reifung der eigenen Persönlichkeit an den Aufgaben und die sich möglicherweise ergebenden differenzierten Karrierechancen in Lehre, Forschung und Selbstverwaltung unterstützen diese individuelle Entwicklung.

Schließlich lassen sich noch zwei Attraktivitätsfaktoren finden, die die Wertschätzung des Berufes zum Ausdruck bringen:

Wertschätzung & Status

Da ist zunächst der gesellschaftliche Status eines Professors oder einer Professorin. Des Weiteren geht es um Aspekte der Berufsautorität und des fachlichen Expertentums.

Sicherheit & Unabhängigkeit

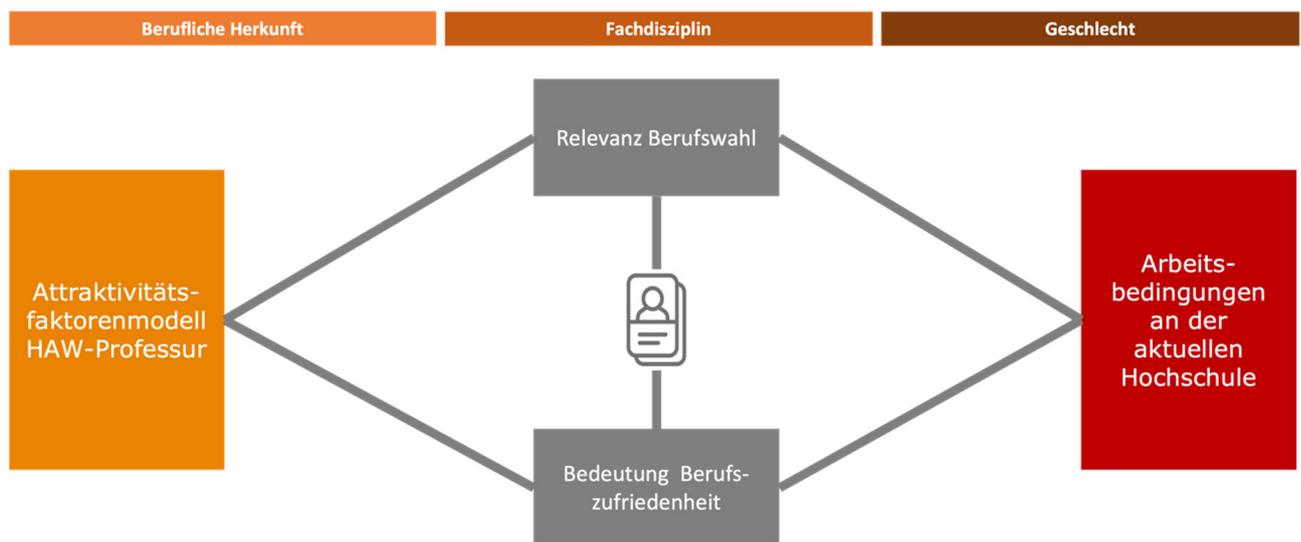
Darüber hinaus drückt sich Wertschätzung darin aus, dass HAW-Professuren mit einem soliden Entgelt entlohnt werden und sich der Arbeitsplatz – insbesondere im Fall der Verbeamtung – durch Krisenfestigkeit auszeichnet.

3. METHODISCHES VORGEHEN: ATTRAKTIVITÄTSFAKTORENSTUDIE HAW- PROFESSUR

3.1 Befragungskonzept

Das Attraktivitätsfaktorenmodell ist die erste Grundlage für das Befragungskonzept. Die Attraktivitätsfaktoren wurden mit jeweils vier Attraktivitätstreibern operationalisiert und hinsichtlich ihrer Relevanz für die Berufswahl und ihre Bedeutung für die Berufszufriedenheit abgefragt. Basis hierfür ist in beiden Fällen eine verbale Skala mit den Abstufungen 1 (sehr relevant/sehr bedeutend) bis 5 (gar nicht relevant/gar nicht bedeutend). Aufgrund der Forschung von Rohmann (1978) lässt sich begründet die Gleichabständigkeit der verbalen Skalenausprägungen und damit ein intervallskaliertes Skalenniveau annehmen.

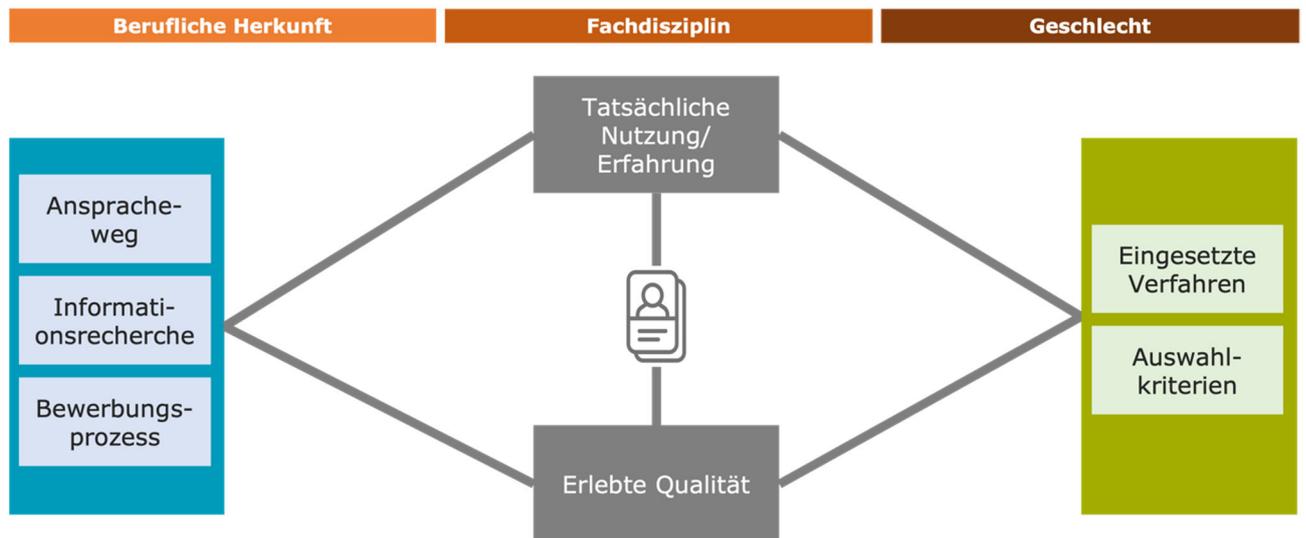
Abb. 3: Befragungskonzept: Attraktivitätsfaktoren und -treiber (eigene Darstellung)



Die ausgewählten Arbeitsbedingungen an der aktuellen Hochschule sind die zweite Basis für das Befragungskonzept. Aufgrund von Vorstudien¹ wurden die Faktoren auf eine ähnliche Art und Weise durch die Bedingungsfaktoren Arbeitszeitmodell, Architektur und Räumlichkeiten, Verkehrsanbindung und regionale Lage, didaktisches Konzept der Hochschule, Vergütungsmodell und Verhandlungsspielraum im Berufungsverfahren hinsichtlich ihrer Relevanz für die Berufswahl und ihrer Bedeutung für die aktuelle Berufszufriedenheit mit einer fünfstufigen verbalen Skala operationalisiert.

¹ Es wurde unter den Neuberufenen der Hochschule Bielefeld unter anderem zu diesem Thema eine explorative Vorbefragung durchgeführt, deren Ergebnisse in einem Fokusgruppenworkshop weiter ausdefiniert wurden.

Abb. 4: Befragungskonzept: Rekrutierungs- und Berufungsprozess (eigene Darstellung)



3.2 Durchführung

Um einen Einblick in den erlebten Rekrutierungs- und Auswahlprozess zu erhalten, wurden einerseits der Anspruchsweg, die Möglichkeiten und Wege der Informationsrecherche sowie der Bewerbungsprozess abgefragt und andererseits erörtert, wie der Informationsgehalt, die Ansprache, die Attraktivität der Gestaltung sowie die Prozesstransparenz und Geschwindigkeit erlebt wurden.

Die eingesetzten Verfahren der Personalauswahl und die ihnen zugrunde gelegten Auswahlkriterien wurden im Anschluss abgefragt und dann hinsichtlich der erlebten Eignung/Relevanz für die stellenbezogene Auswahl bewertet.

3.3 Realisierte Stichprobe

Differenziert nach den Kriterien Alter, Dienstjahre, wissenschaftliches Fachgebiet und Geschlecht lässt sich die folgende Charakterisierung der realisierten Stichprobe vornehmen:

70,2 % der Befragungsteilnehmenden sind männlich, 28,9 % weiblich und 0,9 % ordnen sich der Kategorie „divers“ zu. Weniger als 2 Jahre arbeiten 24,4 % als Professor*innen an HAW, 3–5 Jahre 21,5 %, 6–10 Jahre 26,9 %. Immerhin 27,2 % der Befragungsteilnehmenden bekleiden seit über 10 Jahren eine HAW-Professur.

Abb. 5: Stichprobenstruktur: Dienstjahre (eigene Darstellung)

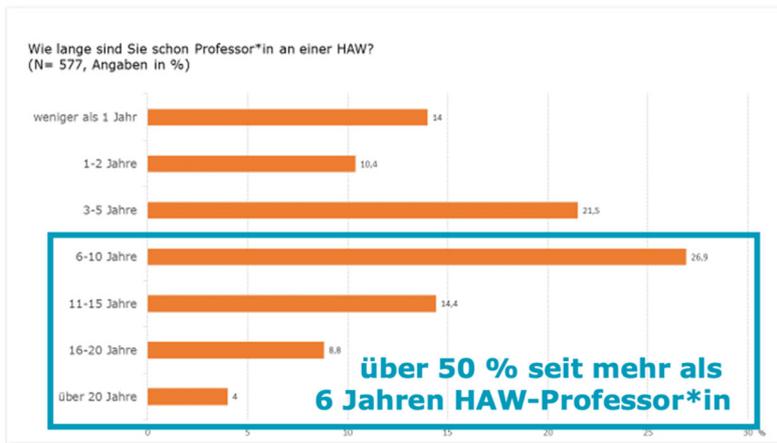


Abb. 6: Stichprobenstruktur: Wissenschaftliches Fachgebiet (eigene Darstellung)

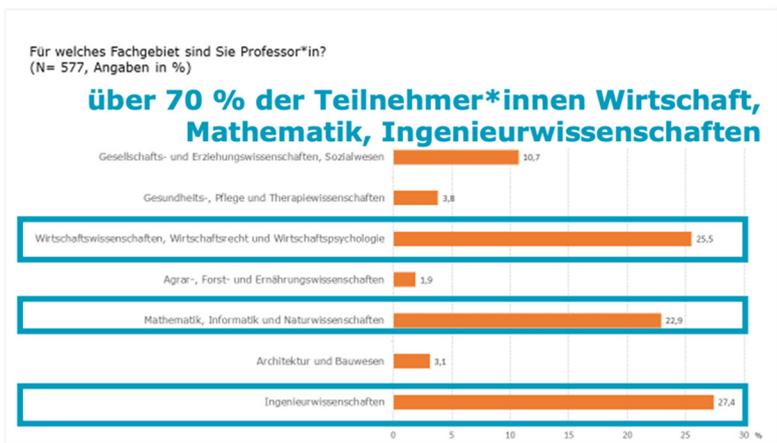


Abb. 7: Stichprobenstruktur: Alter (eigene Darstellung)

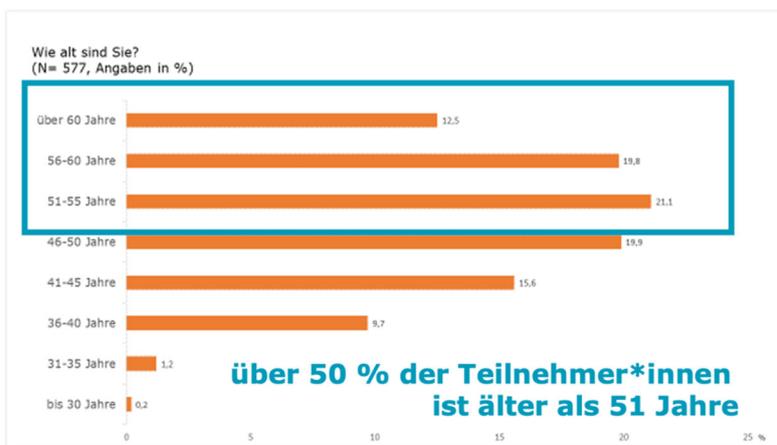
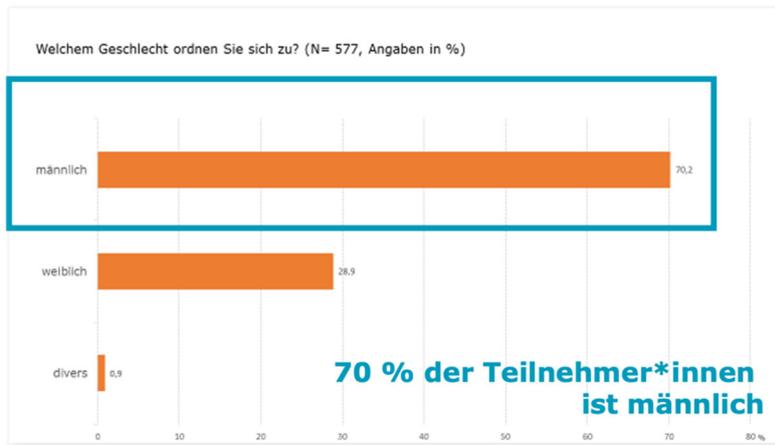


Abb. 8: Stichprobenstruktur: Geschlecht (eigene Darstellung)



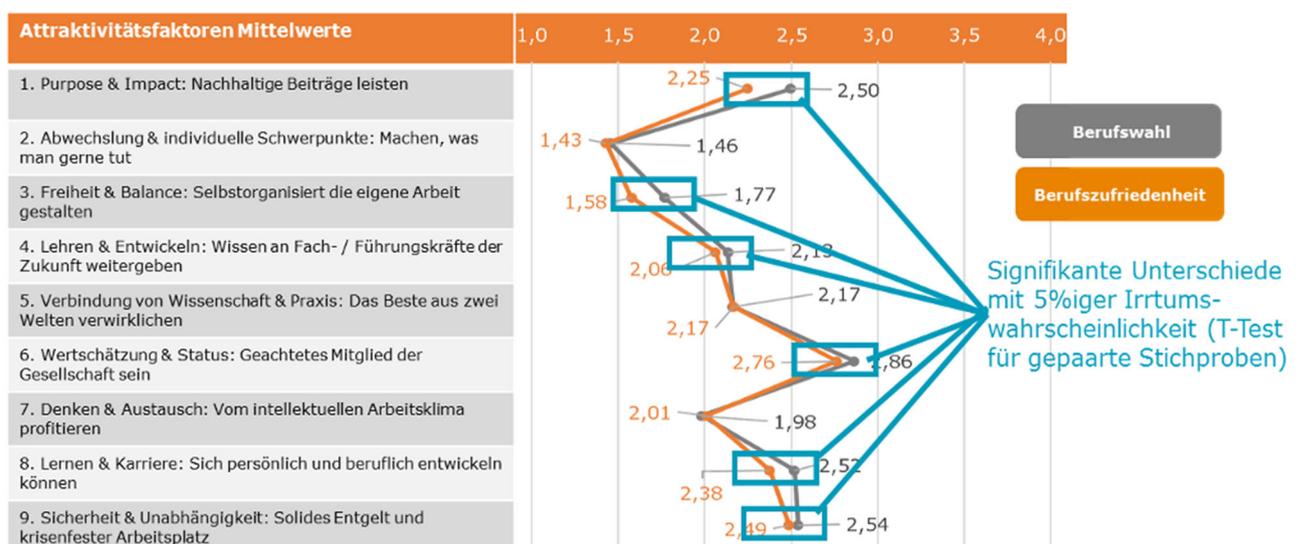
Bei den Fachbereichen zeichnet sich ein deutlicher Schwerpunkt der klassischen Studienrichtungen der HAW ab: 27,4 % der Befragungsteilnehmenden lehren und forschen im Kontext der ingenieurwissenschaftlichen Fächer, 25,5 % ordnen sich der wirtschaftswissenschaftlichen Fächergruppe und 22,9 % der mathematisch-naturwissenschaftlichen Fächergruppe zu.

4. GESAMTMODELL: BEDEUTUNG DER ATTRAKTIVITÄTSFAKTOREN FÜR BERUFSWAHL UND BERUFSZUFRIEDENHEIT IM ÜBERBLICK

4.1 Ausprägungen der Attraktivitätsfaktoren

Mit Blick auf die vorab beschriebene Bedeutung der Attraktivitätsfaktoren für die Berufswahl zeigt sich ein eindeutiges Ergebnis.

Abb. 9: Bedeutung der Attraktivitätsfaktoren für Berufswahl und Berufszufriedenheit: Wie wichtig/relevant für Ihre Berufswahl/-zufriedenheit „HAW-Professur“ waren/sind Ihnen die folgenden Faktoren? 1= sehr wichtig/sehr relevant – 5= gar nicht wichtig/gar nicht relevant, N = 577 (eigene Darstellung)



Über alle Alters-, Fachgebiets- und Herkunftsgruppen hinweg beeinflussen drei Faktoren die Bereitschaft, eine HAW-Professur als Berufsperspektive zu ergreifen.

Der Faktor „Abwechslung & individuelle Schwerpunkte“ ist mit einem Indexwert von 1,4 – wobei 1 „sehr wichtig“ und 5 „gar nicht wichtig“ bedeutet – für die meisten Befragungsteilnehmenden das schlagende Argument dafür, sich beruflich umzuorientieren und sich auf eine HAW-Professur zu bewerben. Auffällig ist, dass die 36- bis 40-Jährigen (Indexwert 1,3) diesem Faktor eine größere Wichtigkeit zusprechen als die anderen Altersgruppen. Hier zeigen sich möglicherweise generationsbezogene Unterschiede hinsichtlich der Einschätzung berufsbezogener Attraktivitätsfaktoren.

Der Faktor „Freiheit & Balance“ ist mit einem durchschnittlichen Index von 1,7 der für die Attraktivität der HAW-Professur zweitbedeutendste Faktor. Auch hier zeigt sich eine große Einigkeit über alle Gruppen hinweg, wobei erneut die Gruppe der 36- bis 40-jährigen Befragungsteilnehmenden diesem Faktor im Vergleich zu allen anderen Altersklassen eine besondere Wichtigkeit zuweist (Indexwert 1,3). Zudem lässt sich feststellen, dass dieser Attraktivitätsfaktor der selbst organisierten Arbeitsgestaltung für die früheren Selbstständigen (Indexwert 1,4) bedeutender ist als für die Vergleichsgruppen anderer beruflicher

Herkunft. Mit Blick auf die Fachrichtungen lässt sich aus den Ergebnissen ablesen, dass Professor*innen der Gebiete Wirtschaftswissenschaften, Architektur/Bauwesen, Agrar-/Forst-/Ernährungswissenschaften und Geisteswissenschaften/Soziale Arbeit die Wichtigkeit dieses Faktors für die Berufswahl höher bewerten als diejenigen der anderen Professionen.

„Denken & Austausch“ ist der dritte Attraktivitätsfaktor, der mit einem Indexwert von 1,9 die Berufswahl über alle Befragtengruppen hinweg beeinflusst. Auch wenn Einigkeit bei der Einschätzung der generellen Bedeutung für die Berufswahl besteht, so gibt es doch einige Differenzierungen in der Ausprägung dieser Bedeutung, die für zielgruppenorientierte Rekrutierungsprozesse eine große Relevanz haben. Frauen ist das intellektuelle Austauschklima wichtiger als Männern (Indexwert 1,9 vs. 2), Akteurinnen und Akteure der Fachrichtung Geisteswissenschaften/Soziale Arbeit messen dem Faktor eine größere Bedeutung zu als die Angehörigen technisch geprägter Disziplinen wie den Ingenieurwissenschaften oder den Agrarwissenschaften (Indexwert 1,7 vs. 2 bzw. 2,1).

Um die Mittelwertunterschiede der Attraktivitätsfaktorausprägungen bei der Relevanz für die Berufswahl und die Bedeutung für die aktuelle Berufszufriedenheit herauszuarbeiten, wurde ein T-Test für gepaarte Stichproben durchgeführt (vgl. Abbildung 9). Hier zeigen sich tatsächlich signifikante Unterschiede für die Faktoren „Purpose & Impact“, „Freiheit & Balance“, „Lehren & Entwickeln“, „Wertschätzung & Status“, „Lernen & Karriere“ sowie „Sicherheit & Unabhängigkeit“, die für die Befragungsteilnehmenden überzufällig bedeutender für die Berufszufriedenheit sind als relevant für die Berufswahl. Auch wenn die Unterschiede zu den absoluten Indexzahlen nicht besonders groß ausfallen, so lässt sich dennoch daraus folgern, dass es gerade diese Faktoren sind, die HAW-Professor*innen an ihrer Tätigkeit im Alltag besonders schätzen lernen.

4.2 TOP-5 Attraktivitätstreiber

Um einen Eindruck davon zu bekommen, welche Attraktivitätstreiber vor allem in die Bewertungen der Befragungsteilnehmenden eingeflossen sind, wurde eine Rangreihe der Attraktivitätstreiber über die Attraktivitätsfaktoren hinweg sowohl für die Relevanz für die Berufswahl und die Bedeutung für die Berufszufriedenheit gebildet.

Es zeigt sich, dass der Attraktivitätstreiber „Interessenschwerpunkte setzen können“ sowohl für die Berufswahl als auch für die Berufszufriedenheit den ersten Rang einnimmt: Offensichtlich zählt die Chance, nach den eigenen inhaltlichen Interessen im Arbeitsalltag Schwerpunkte setzen zu können, zu den zentralen Motivatoren für den Beruf „HAW-Professur“, und das sowohl für die Entscheidung, den Beruf zu ergreifen, als auch für die Zufriedenheit mit der eigenen Tätigkeit.

Ähnlich verhält es sich mit der Möglichkeit, Gestaltungsspielräume bei der Organisation des Arbeitsalltages nutzen zu können (Rangplatz 2), Studierende bei der Entwicklung ihrer Karriere zu unterstützen (Rang 3) und die Möglichkeiten, privates Leben und berufliche Verpflichtungen integrieren zu können (Rang 5).

Einzig die Attraktivitätstreiber auf dem vierten Rang unterscheiden sich bei der Relevanz für die Berufswahl und der Bedeutung für die Arbeitszufriedenheit: Im ersteren Fall ist es die Chance, Projekte anzustoßen, die einen Einfluss auf die Berufswahl hat; im zweiten Fall ist es die Möglichkeit, die Arbeitszeit flexibel einzuteilen, was die Berufszufriedenheit positiv beeinflusst.

Abb. 10: Rangreihen der Attraktivitätsfaktoren und -treiber für Berufswahl/-zufriedenheit (N = 577, Rangreihe auf Basis der Durchschnittswerte aller Befragengruppen) (eigene Darstellung)

Sinn	Arbeitsbedingungen		Tätigkeitsinhalte		Arbeitsinhalte		Wertschätzung	
Purpose & Impact	1 Abwechslung & inhaltlicher Schwerpunkt	2 Freiheit & Balance	Lehren & Entwickeln	Verbindung Wissenschaft & Praxis	3 Denken & Austausch	3 Lernen & Karriere	Sicherheit & Unabhängigkeit	Wertschätzung & Status
Region innovativ mitgestalten	1 Interessenschwerpunkte setzen	4 Flexibel Arbeitszeit einteilen	Wissen weitergeben	Transfer begleiten	Zeit für Gründlichkeit haben	Persönlichkeit entwickeln	Praxisbezug & Zusatzeinkommen realisieren	Berufsautorität besitzen
Hochschule mitgestalten	4 Projekte anstoßen	Hybrid arbeiten	Vorbild sein	Anwendungsbezogen forschen	Intellektuellen Austausch pflegen	Lebenslang lernen	Sicheres Einkommen beziehen	Gesellschaftliches Prestige haben
Disziplin mitgestalten	Abwechslungsreich arbeiten	2 Gestaltungsspielräume haben	Lehren	Netzwerke und Kooperationen bilden	Gelassenes Arbeitsklima leben	Karriereschancen haben	Krisenfesten Arbeitsplatz haben	Geschätzter Ratgeber sein
3 Studierenden Zukunft ermöglichen	Ideen verwirklichen	5 Leben und Arbeiten integrieren	Coach sein	Impulse aus der Praxis aufnehmen	International vernetzt sein	Weiterbildung	Sich regional verankern	Öffentlicher Experte sein

Berufswahl
Berufszufriedenheit

4.3 Faktoranalytische Validierung

Um die Güte des Attraktivitätsfaktorenmodells zu untersuchen, wurden nach positiver Prüfung der Voraussetzungen (hinreichend große Stichprobe, ausreichend große Variablenanzahl, intervallskalierte Variablen und mittels Bartlett-Test ermittelte Eignung der Variablen) je eine explorative Faktoranalyse für die Ergebnisse der Berufswahl und für die Ergebnisse der Berufszufriedenheit auf der Ebene der Attraktivitätstreiber gerechnet.

Die Hauptkomponentenanalyse mit Varimax-Rotation weist im Fall der Berufswahl auf das Vorliegen von acht Faktoren hin, welche 58,6 % der Varianz erklären.

Im Fall der Daten für die Berufszufriedenheit konnten durch die Hauptkomponentenanalyse mit Varimax-Rotation neun Faktoren identifiziert werden, die 57 % der Varianz erklären.

Die Gegenüberstellung der gefundenen Faktoren für die Berufswahl und die Berufszufriedenheit zeigt, dass bis auf den Attraktivitätsfaktor „Purpose & Impact“ alle theoretisch abgeleiteten Attraktivitätsfaktoren mit wenigen Variationen bestätigt werden konnten. Auffällig ist, dass die Aspekte des Attraktivitätsfaktors „Purpose & Impact“ unter andere Faktoren subsumiert werden. So verbindet sich z. B. die Mitgestaltung der Hochschule aus dem Attraktivitätsfaktor 1 mit den Karrieremöglichkeiten aus dem Faktor 8 zu einer eigenen variablen Hochschulkarriere. Auch ist bemerkenswert, dass das Begleiten von Studierenden und das Lehren ein Faktor ist, der die Varianz der Berufszufriedenheit erklärt, bei der Berufswahl allerdings keine Rolle spielt.

Da bis auf die beschriebenen Ausnahmen alle Faktoren durch die gefundenen Variablen bestätigt werden konnten, das Modell für die Berufswahl *und* die Berufszufriedenheit gelten soll und anschlussfähig an die aktuelle Diskussion zur Bedeutung des Purpose für die Arbeitgeberattraktivität bleiben soll, wird das Attraktivitätsfaktorenmodell unverändert beibehalten.

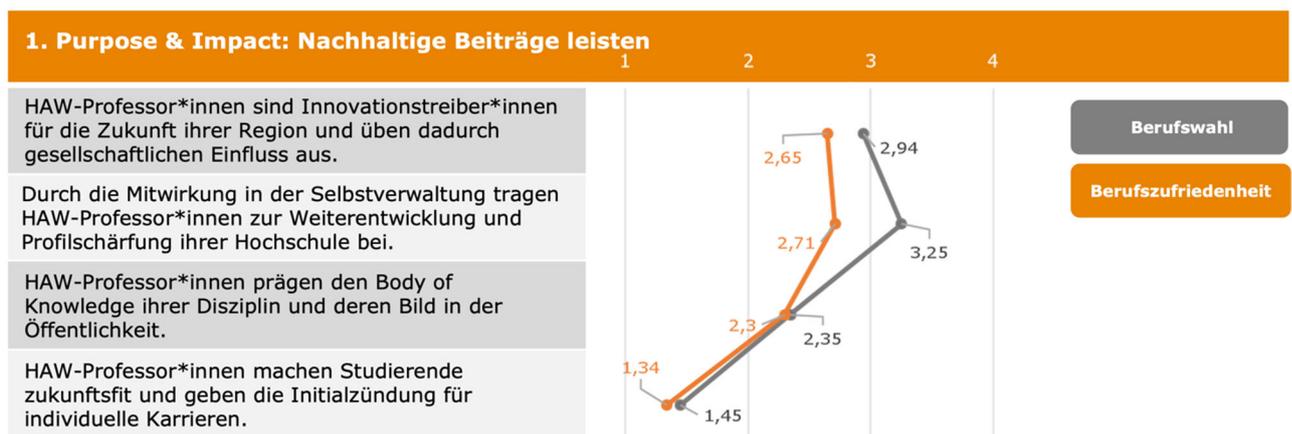
5. ZENTRALE ATTRAKTIVITÄTSFAKTOREN: AUSPRÄGUNGEN UND SUBGRUPPENDIFFERENZIERUNG

5.1 Purpose & Impact

5.1.1 Ausprägungen der Attraktivitätstreiber

Auf der Ebene der einzelnen Attraktivitätsfaktoren wird deutlich, wo im Detail Präferenzen der Befragungsteilnehmenden hinsichtlich der Berufswahl und der Berufszufriedenheit liegen. Beim Faktor „Purpose & Impact“ zeigt sich, dass insbesondere die Chance, Studierende zukunftsfit zu machen, für viele der HAW-Professor*innen ein Motiv ist, um den Beruf zu ergreifen und mit dieser Entscheidung im Berufsalltag zufrieden zu sein. Die weiteren Treiber dieses Attraktivitätsfaktors haben – ausgenommen die Mitwirkung in der Selbstverwaltung im Fall der Berufswahl – eine positive Relevanz und Bedeutung, allerdings ist diese deutlich geringer als bei dem Treiber, Karriere-Booster für die Studierenden zu sein.

Abb. 11: Purpose & Impact – Gesamtwerte: Wie wichtig/relevant für Ihre Berufswahl/-zufriedenheit „HAW-Professur“ waren/sind Ihnen die folgenden Faktoren? (1= sehr wichtig/sehr relevant – 5= gar nicht wichtig/gar nicht relevant, N = 577) (Eigene Darstellung)



5.1.2 Unterschiede zwischen den unterschiedlichen Befragtengruppen

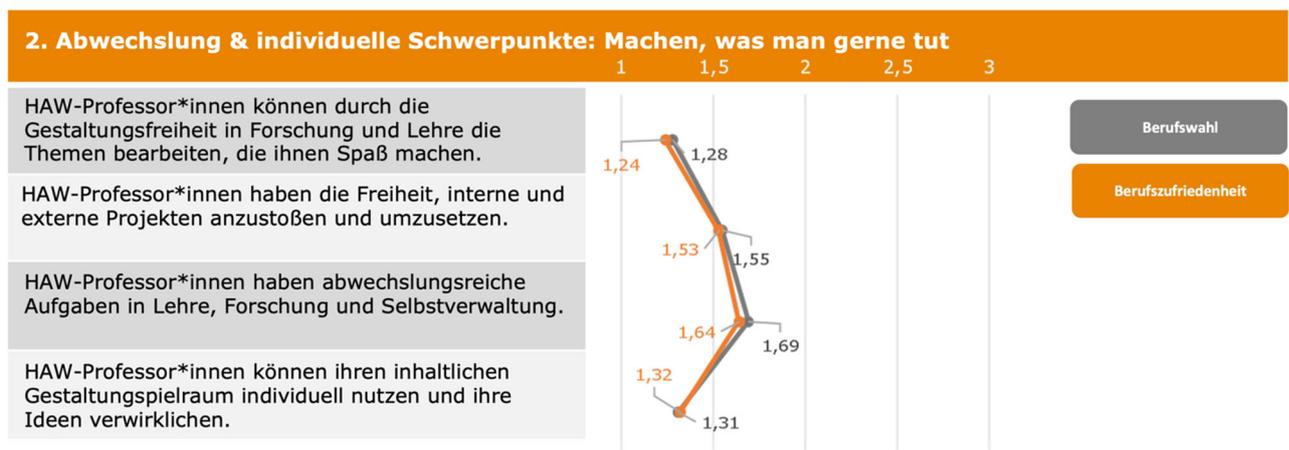
Bei diesem Attraktivitätsfaktor liegen einige bemerkenswerte Unterschiede zwischen den Befragtengruppen vor. Mittels einer einfaktorischen Welch-Anova und eines sich daran anschließenden Games-Howel-Tests, der im Rahmen einer Post-hoc-Analyse zur Qualifizierung der analytisch

gefundenen Unterschiede zwischen den Gruppen eingesetzt wurde, konnten auf einem 5-%-Niveau die folgenden signifikanten Unterschiede gefunden werden:

- Die Mitwirkung in der Selbstverwaltung ist für die älteren Professor*innen über 60 bedeutender für die Berufswahl als für die unter 40 Jahre alten Berufskolleg*innen. Für diejenigen Professor*innen, die vor ihrer aktuellen Stelle bereits eine Professur an einer HAW innehatten, ist dieser Treiber ebenfalls bedeutender als für Professor*innen, die zuvor eine Führungs- oder Fachkraftposition in einem Unternehmen bekleideten.
- Das Mitwirken am Body of Knowledge der Fachdisziplin ist dagegen für diejenigen Befragungsteilnehmenden bedeutend, die 6–10 Jahre eine HAW-Professur innehaben, insbesondere im Vergleich zu den Fachvertreter*innen, die bereits mehr als 15 Jahre Professor*innen sind. Bei diesem Attraktivitätstreiber zeigt sich auch, dass Professor*innen gesellschaftswissenschaftlicher und gestaltungsbezogener Disziplinen diese Mitarbeit am gemeinsamen Wissensbestand für relevanter für die Berufswahl erachten als die Berufskolleg*innen der Mathematik.

Für die Berufszufriedenheit ließen sich mit identischem Verfahren ebenfalls gruppenspezifische Schwerpunkte herausarbeiten.

Abb. 12: Abwechslung & individuelle Schwerpunkte - Gesamtwerte: Wie wichtig/relevant für Ihre Berufswahl/-zufriedenheit „HAW-Professur“ waren/sind Ihnen die folgenden Faktoren? (1= sehr wichtig / sehr relevant – 5= gar nicht wichtig/gar nicht relevant, N = 577) (Eigene Darstellung)



- Das Thema „Selbstverwaltung“ ist für Professor*innen der Gesellschaftswissenschaften wichtiger als für die Kolleg*innen aus der mathematischen und den wirtschaftswissenschaftlichen Disziplinen.
- Ähnliches gilt für den Treiber „Mitwirkung am Body of Knowledge“: Auch hier lässt sich feststellen, dass die Bedeutung für die Berufszufriedenheit bei den Angehörigen der gesellschaftswissenschaftlichen und der gestaltungsorientierten Disziplinen größer ist als für Wirtschaftswissenschaftler*innen, Ingenieurinnen, Ingenieure und Mathematiker*innen.
- Studierende zukunftsfit zu machen, ist für die älteren Professor*innen ab 50 wichtiger als für die jungen Kolleg*innen unter 40 Jahre.

5.2 Abwechslung & individuelle Schwerpunkte

5.2.1 Ausprägungen der Attraktivitätstreiber

Der Attraktivitätsfaktor „Abwechslung & individuelle Schwerpunkte“ hat über alle Befragtengruppen hinweg sowohl für die Berufswahl als auch für die Berufszufriedenheit die höchsten Relevanz- bzw. Bedeutungswerte bekommen. Die Ergebnisse zeigen, dass hier ein zentrales Motiv zu finden ist, das erklärt, warum Kandidat*innen eine HAW-Professur ergreifen; zugleich ist dieser Faktor ein wichtiger Gestaltungsparameter für die Berufszufriedenheit der aktiven Professor*innen. Mit einem Indexwert von 1,28 (Berufswahl) bzw. 1,24 (Berufszufriedenheit) ist die Gestaltungsfreiheit in Forschung und Lehre in Bezug auf die Themenwahl nach individuellen Vorlieben besonders wichtig. Dass der inhaltliche Gestaltungsspielraum zudem noch die Möglichkeiten impliziert, eigene Ideen aktiv verwirklichen zu können, ist für die meisten Befragungsteilnehmenden ähnlich relevant und bedeutend mit Indexwerten von 1,31 (Berufswahl) und 1,32 (Berufszufriedenheit).

5.2.2 Unterschiede zwischen den unterschiedlichen Befragtengruppen

Auch bei diesem Attraktivitätsfaktor zeigen sich einige bemerkenswerte Unterschiede zwischen den Befragtengruppen, die durch eine einfaktorielle Welch-Anova und einen sich daran anschließenden Games-Howel-Test auch statistisch auf einem 5-%-Niveau bestätigt werden konnten:

- Mit Blick auf die Berufswahl zeigen sich signifikante Unterschiede zwischen den unterschiedlichen Altersgruppen: die Freiheit, interne und externe Projekte anzustoßen, ist für die Gruppe der 41- bis 50-jährigen Professor*innen relevanter für die Berufswahl als für die 51- bis 60-jährigen Berufskolleg*innen.
- Professurinhaber*innen, die zuvor selbstständig waren, werten die Gestaltungsfreiheit in Bezug auf die Themen, die einem Spaß machen, höher hinsichtlich ihrer Berufswahlrelevanz als diejenigen, die vor der Professur in einem Unternehmen als Führungskraft oder Mitarbeiter*in arbeiteten.

Bei der Bedeutung für die Berufszufriedenheit differiert die Einschätzung zwischen den Gruppen geringfügig:

- Für die unter 40-jährigen Professor*innen ist die Möglichkeit, Themen, die einem Spaß machen, zu verwirklichen, Zufriedenheit stiftender als für die über 50-jährigen Kolleg*innen.
- Die 41- bis 50-Jährigen dagegen schätzen die Freiheit, interne und externe Projekte anzustoßen mehr als die über 51-Jährigen, wenn es um die Bewertung des Beitrags zur Berufszufriedenheit geht.
- Gleiches gilt für die Gesellschaftswissenschaftler*innen, insbesondere in Abgrenzung von den Wirtschafts- und Ingenieurwissenschaftler*innen.
- Auch die Möglichkeit, abwechslungsreiche Aufgaben in Lehre, Forschung und Selbstverwaltung wahrnehmen zu können, schätzen die Gesellschaftswissenschaftler*innen als bedeutender für die Berufszufriedenheit ein als die Vertreter*innen der Ingenieurwissenschaften.

5.3 Freiheit & Balance

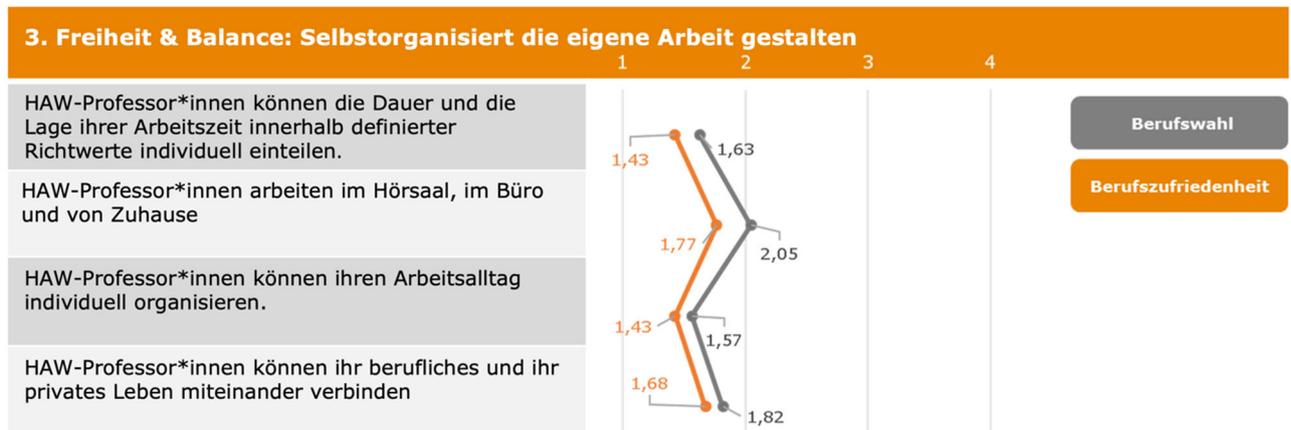
5.3.1 Ausprägungen der Attraktivitätstreiber

Dem Attraktivitätsfaktor „Freiheit & Balance: Selbstorganisiert die eigene Arbeit gestalten“ messen die Befragungsteilnehmenden die zweithöchste Relevanz und Bedeutung für die Berufswahl und die Berufszufriedenheit zu, wobei die Bedeutung für die Berufszufriedenheit geringfügig größer ist als die für die Berufswahl. Mit anderen Worten: Für angehende Professor*innen ist es wichtig, in ihrem neuen Beruf ihren Arbeitsalltag selbst gestalten zu können, und sie lernen genau diesen Faktor als zufriedenheitsrelevant im Arbeitsalltag schätzen.

Dabei spielen vor allem die Möglichkeiten einer individuellen Arbeitszeitgestaltung hinsichtlich Lage und Dauer eine besondere Rolle (Indexwerte 1,43 [Berufszufriedenheit] und 1,63 [Berufswahl]) wie auch die Chance, den Arbeitsalltag nach den eigenen Vorstellungen organisieren zu können (Indexwerte 1,43 [Berufszufriedenheit] und 1,57 [Berufswahl]).

Zudem schätzen die befragten Professor*innen es, dass sie ihr berufliches und privates Leben miteinander verbinden können (Indexwerte 1,68 [Berufszufriedenheit] und 1,82 [Berufswahl]), sicherlich auch unterstützt dadurch, dass oftmals Wahlmöglichkeiten hinsichtlich des Arbeitsortes bestehen (Indexwerte 1,77 [Berufszufriedenheit] und 2,05 [Berufswahl]).

Abb. 13: Freiheit & Balance – Gesamtwerte: Wie wichtig/relevant für Ihre Berufswahl/-zufriedenheit "HAW-Professur" waren/sind Ihnen die folgenden Faktoren? (1= sehr wichtig / sehr relevant – 5= gar nicht wichtig/gar nicht relevant, N = 577) (Eigene Darstellung)



5.3.2 Unterschiede zwischen den unterschiedlichen Befragtengruppen

Betrachtet man das Antwortverhalten der Befragtengruppen, fallen einige bedeutende Tendenzen auf, die sich ebenfalls mittels einer einfaktoriellen Welch-Anova und eines sich daran anschließenden Games-Howel-Tests auf einem 5%-Niveau statistisch ausweisen lassen:

Konform mit allen Studien zu den Erwartungen der Generation Y an ihre Arbeitgeber*innen bestätigt die Analyse auch in dieser Studie, dass alle Attraktivitätstreiber des Faktors „Freiheit & Balance“ für die unter 40-jährigen Professor*innen sowohl für die Berufswahl als auch für die Berufszufriedenheit wichtiger sind als für die über 40-jährigen Kolleg*innen.

Den vormals selbstständigen Professor*innen ist die Möglichkeit, ihren Arbeitsalltag individuell gestalten zu können, wichtiger als denjenigen Berufskolleg*innen, die vorher an einer anderen Hochschule beschäftigt waren.

Architektur-Wissenschaftler*innen und Gesellschaftswissenschaftler*innen sind insbesondere die Arbeitszeit- und Ortsflexibilität wichtiger als den Angehörigen mathematischer Disziplinen.

5.4 Denken & Austausch

5.4.1 Ausprägungen der Attraktivitätstreiber

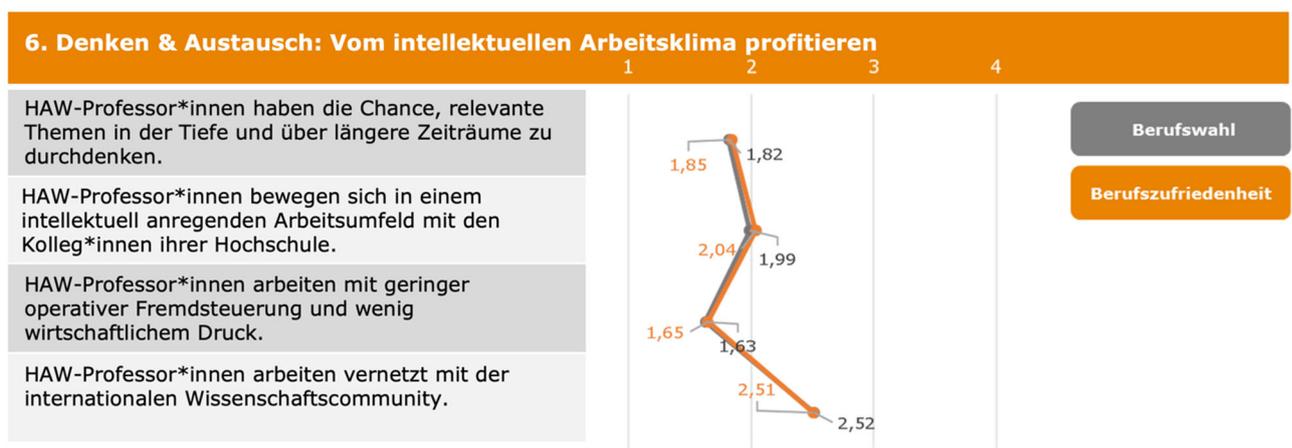
Der Attraktivitätsfaktor „Denken & Austausch: Vom intellektuellen Arbeitsklima profitieren“ ist das drittrelevanteste Argument für die Wahl des Berufes HAW-Professur und zugleich der drittbedeutendste Grund für die aktuelle Berufszufriedenheit der befragten Professor*innen.

Besonders wichtig ist dabei die Tatsache, dass HAW-Professor*innen ihrer Arbeit mit geringer operativer Fremdsteuerung und mit wenig wirtschaftlichem Druck nachgehen können: Für die meisten Professor*innen ist dieser Treiber zumindest relevant für die Berufswahl (1,63) und bedeutend für die Berufszufriedenheit (1,65).

Damit korrespondiert die Wertschätzung der Chance, relevante Themen für längere Zeiträume in der Tiefe durchdenken zu können. Im Durchschnitt bewerteten die Befragungsteilnehmenden diesen Attraktivitätstreiber ebenfalls als relevant und bedeutsam für die Berufszufriedenheit (1,85) und die Berufswahl (1,82).

Die im Vergleich geringste positive Relevanz für die Berufswahl messen die Professor*innen dem Treiber der Vernetzung mit der internationalen Wissenschaftscommunity zu (Indexwert 2,51), die fast gleich ausgeprägt ist wie dessen Bedeutung für die Berufszufriedenheit (2,52).

Abb. 14: Denken & Austausch – Gesamtwerte: Wie wichtig/relevant für Ihre Berufswahl/-zufriedenheit "HAW-Professur" waren/sind Ihnen die folgenden Faktoren? (1= sehr wichtig / sehr relevant – 5= gar nicht wichtig/gar nicht relevant, N = 577) (Eigene Darstellung)



5.4.2 Unterschiede zwischen den unterschiedlichen Befragtengruppen

Beim statistischen Nachweis überzufälliger Unterschiede zwischen den Befragtengruppen zeigt sich zum einen, dass die Vernetzung mit der internationalen Wissenschaftscommunity für Professor*innen mit 3–5 Jahren Diensterfahrung wichtiger ist als für diejenigen, die bereits mehr als 11 Jahre eine Professur bekleiden. Das gilt im Kern sowohl bei der Berufswahl als auch bei der Berufszufriedenheit. Zweitens ist den Vertreter*innen der gesellschaftswissenschaftlichen Disziplinen die Chance, Themen intensiv zu durchdenken und sich in einem intellektuellen Umfeld zu bewegen, wichtiger und bedeutender als insbesondere den Mathematiker*innen und Ingenieur*innen.

5.5 Zusammenfassung der Subgruppenunterschiede

Vergleicht man die Kernergebnisse der ausweisbaren Unterschiede zwischen den Fachgebieten, zeigt sich zugespißt Folgendes:

- Professor*innen der Ingenieurwissenschaften haben die Erwartung, anwendungsbezogen mit und für Unternehmen transferorientiert forschen zu können.
- Bei den Professor*innen mathematischer Disziplinen gibt es Hinweise darauf, dass sie ungestört und wirtschaftlich sicher intellektuell arbeiten wollen.
- Professor*innen wirtschaftswissenschaftlicher Disziplinen haben das Anliegen, mit ihrer Expertise sichtbar zu werden und ihr Know-how zu monetarisieren.
- Architekt*innen haben den Anspruch, flexibel arbeiten, ihr Wissen weitergeben und Nebeneinkünfte realisieren zu können.
- Angehörige der Agrarwissenschaften wollen anwendungsbezogen forschen und sich weiterbilden.
- Vertreter*innen der gesellschaftswissenschaftlichen Disziplinen haben das Anliegen, mit Idealismus Beiträge zur Gesellschaft zu leisten, Initiative zeigen zu können und die eigene Persönlichkeit zu entwickeln.
- Professor*innen der Disziplinen „Gestaltung und Design“ wollen ihr Können verwirklichen, Know-how weitergeben und ebenfalls die eigene Persönlichkeit im Arbeitsprozess entwickeln.
- Gesundheitswissenschaftler*innen verfolgen mit einer Professur das Anliegen, planbar zu arbeiten und neue Karrierechancen zu bekommen.

Differenziert man die Unterschiede in der Bewertung der Attraktivitätsfaktoren nach den verschiedenen beteiligten Altersgruppen, dann zeigen sich ebenfalls klare Tendenzen ab:

- Professor*innen unter 40 Jahre erwarten von der HAW-Professur Gestaltungsspielraum, hohe Flexibilität in der Selbstorganisation des Arbeitsalltages und ein schieres wirtschaftliches und soziales Ankommen am Ort ihrer Wirkungsstätte.
- Wer ein Lebensalter zwischen 41 und 50 Jahren hat, ist bei der Tätigkeit als HAW-Professor*in vor allem daran interessiert, Studierenden bei deren Karrieren zu helfen, sich mit thematisch ansprechenden Projekten zu beschäftigen und ebenfalls regional und sozial anzukommen.
- Professor*innen, die 51 Jahre und älter sind, setzen bei Berufswahl und Berufszufriedenheit Prioritäten bei der Karrierebegleitung Studierender, bei der Erfahrungsweitergabe und dem Coaching in der Lehre.

Abb. 15: Signifikante Unterschiede in der Bewertung der Wichtigkeit für die Berufsauswahl/Berufszufriedenheit (Ergebnisse Welch-ANOVA mit Games-Howel-Test, signifikante Unterschiede auf einem 5%-Niveau, Mathematik und Ingenieurwissenschaften auch ohne signifikante Ergebnisse) (Eigene Darstellung)

Fachgebiet	Purpose/ Impact	Abwechslung	Freiheit/ Balance	Lehren/ Entwickeln	Wissenschaft/ Praxis	Denken/ Austausch	Lernen/ Karriere	Sicherheit/ Unabhängigkeit	Wertschätzung/ Status
Ingenieurwissenschaften	Hochschule/ Disziplin gestalten				Anwendungsbezogen forschen	Intellekt. Austausch	Weiterbildung	Zusatz Einkommen	Ratgeber*in für Unternehmen/ Expert*in sein
Mathematik			Hybrid arbeiten			Gründlichkeit/ Austausch/ Gelassenheit	Lernen	Sicheres Einkommen/ Verbeamtung	
Wirtschaftswissenschaften								Zusatz Einkommen	Ratgeber*in für Unternehmen/ Expert*in sein
Architektur	Studierende fit machen		Flexible Arbeitszeiten/ Hybrid arbeiten	Wissen weitergeben/ Coach sein				Zusatz Einkommen	
Agrarwissenschaften					Anwendungsbezogen forschen		Weiterbildung		
Gesellschaftswissenschaften	Hochschule/ Disziplin gestalten	Projekte anstoßen/ Abwechslungsreich arbeiten	Flexible Arbeitszeiten/ Hybrid arbeiten	Vorbild sein	Impulse aus Praxis	Zeit für Gründlichkeit/ Intellekt. Austausch	Persönlichkeit/ Karriere machen/ Lernen	Regionverankerung	Ratgeber*in für Unternehmen/ Expert*in sein
Gestaltung/ Design	Disziplin gestalten			Wissen weitergeben/ Lehren	Transfer		Persönlichkeit entwickeln		
Gesundheitswissenschaften							Karriereschancen		

Abb. 16: Signifikante Unterschiede in der Bewertung der Bedeutung für die Berufswahl/-zufriedenheit (Ergebnisse Welch-ANOVA mit Games-Howel-Test, signifikante Unterschiede auf einem 5%-Niveau) (Eigene Darstellung)

Berufliche Herkunft	Purpose/ Impact	Abwechslung	Freiheit/ Balance	Lehren/ Entwickeln	Wissenschaft/ Praxis	Denken/ Austausch	Lernen/ Karriere	Sicherheit/ Unabhängigkeit	Wertschätzung/ Status
Professur	Hochschule gestalten								
WiM an einer Universität/ Hochschule							Persönlichkeit entwickeln		
Mitarbeiter*in in einem Institut									
Mitarbeiter*in/ Führungskraft in einem Unternehmen								Zusatz Einkommen	
Selbstständigkeit		Individuelle Schwerpunkte setzen	Gestaltungsspielräume haben	Lehren			Persönlichkeit entwickeln/ Lernen	Zusatz Einkommen	Autorität besitzen

Interessant sind auch die unterschiedlichen Präferenzen der Professor*innen je nach der letzten beruflichen Station vor der aktuellen Professur:

- Wer vorher eine Professur an einer anderen HAW innehatte, hat den Anspruch, das Mitgestalten der neuen HAW zu verwirklichen.
- Professor*innen, die aus Stellen als wissenschaftliche Mitarbeiter*innen an Hochschulen oder wissenschaftlichen Instituten an die HAW gekommen sind, verfolgen tendenziell stärker das Motiv, ihre Persönlichkeiten zu entwickeln, sichtbar am Body of Knowledge der Disziplin mitzuarbeiten, selbstgesteuert zu lehren und privat anzukommen.

Abb. 17: Signifikante Unterschiede in der Bewertung der Wichtigkeit für die Berufszufriedenheit (Ergebnisse Welch-ANOVA mit Games-Howel-Test, signifikante Unterschiede auf einem 5%-Niveau) (Eigene Darstellung)

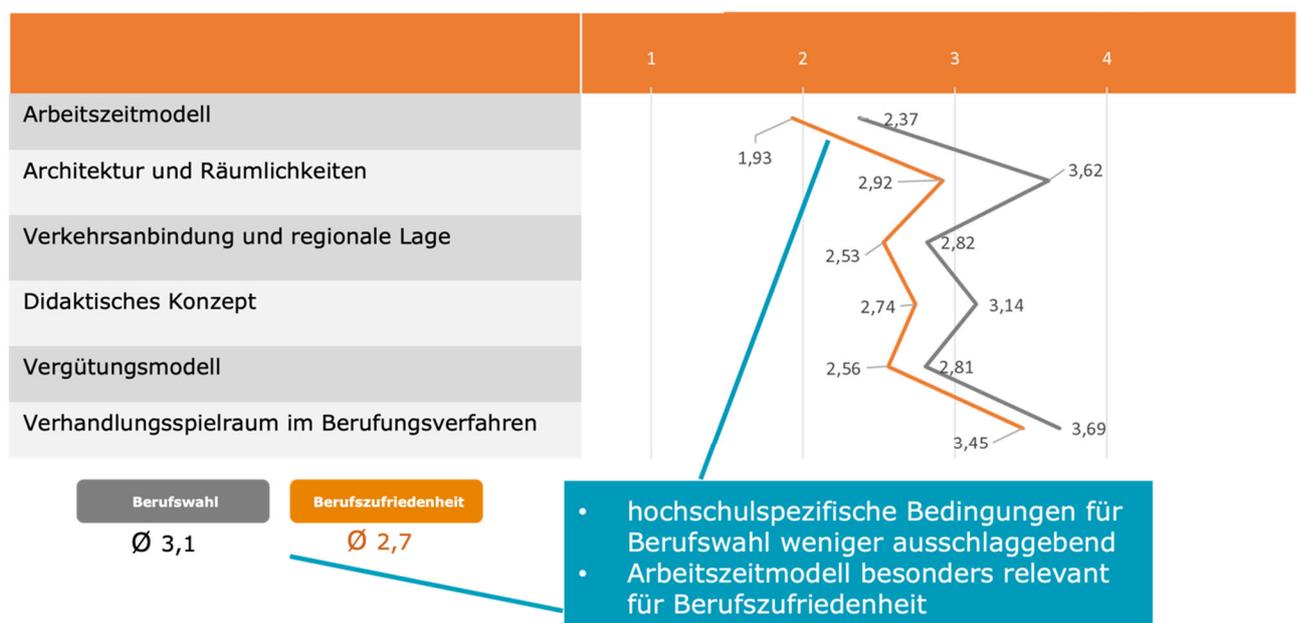
Alter	Purpose/ Impact	Abwechslung	Freiheit/ Balance	Lehren/ Entwickeln	Wissenschaft/ Praxis	Denken/ Austausch	Lernen/ Karriere	Sicherheit/ Unabhängigkeit	Wertschätzung/ Status
bis 40 Jahre		Individuelle Schwerpunkte setzen Spielraum	Flex. Arbeitszeiten/ Hybrid arbeiten Work-Life-Balance				Karriere machen	Sicheres Einkommen/ Regionverankerung	
41-50 Jahre	Studierende fit machen	Projekte anstoßen						Sicheres Einkommen/ Regionverankerung	
51-60 Jahre	Studierende fit machen			Lehren					
über 60 Jahre	Hochschule gestalten			Coach sein					

6. BEDEUTUNG DER INSTITUTIONELLEN RAHMENBEDINGUNGEN

Die Attraktivitätsfaktoren beziehen sich auf die allgemeinen, institutionsunabhängigen Eigenschaften des Berufes HAW-Professor*in. Um den Einfluss tatsächlicher institutionsbezogener Faktoren bei der Berufswahl und der Berufszufriedenheit zu untersuchen, wurden die Befragungsteilnehmenden wiederum um ihre Einschätzung gebeten, welche Bedeutung sie dem Arbeitszeitmodell, der Architektur der HAW sowie der innenarchitektonischen Ausgestaltung ihrer Räumlichkeiten, des Weiteren dem von der HAW verfolgten didaktischen Konzept, dem praktizierten Vergütungsmodell sowie den Verhandlungsmöglichkeiten im Berufungsverfahren für die Berufswahl und die Berufszufriedenheit zumessen.

Die mittleren Bewertungen zeigen, dass das Arbeitszeitmodell der Hochschule, deren Verkehrsanbindung und regionale Lage sowie das praktizierte Vergütungsmodell relevante Argumente für die Berufswahl und -zufriedenheit sind.

Abb. 18: Hochschulspezifische Rahmenbedingungen: Welche Rolle spielten die folgenden Rahmenbedingungen Ihrer Hochschule für Ihre Berufswahl und welche spielen Sie für Ihre Berufszufriedenheit? (1= sehr wichtig/relevant – 5= gar nicht wichtig/relevant, N = 577) (Eigene Darstellung)



Gerade für die Berufswahl sind die Architektur der HAW, das didaktische Konzept und der Verhandlungsspielraum weniger relevant.

Insgesamt zeigt sich zudem, dass die hochschulspezifischen Bedingungen für die Berufswahl weniger ausschlaggebend sind als für die Berufszufriedenheit. Mit einem T-Test für gepaarte Stichproben konnte mit 5-prozentiger Irrtumswahrscheinlichkeit gezeigt werden, dass sich alle

institutionsbedingungsbezogenen Werte für die Berufswahl signifikant von den Werten der Berufszufriedenheit unterscheiden.

Mit anderen Worten: Die Besonderheiten der Hochschule wirken insbesondere auf die Berufszufriedenheit der Professor*innen aus.

7. ERFAHRUNGEN MIT DEM REKRUTIERUNGSPROZESS DER AKTUELLEN HOCHSCHULE

7.1 Wege in die HAW-Professur

Um verallgemeinerbare Aussagen zu präferierten Rekrutierungs- und Auswahlmaßnahmen zu erhalten, ist es notwendig, mehr über die Entwicklungswege der HAW-Professor*innen zu erfahren, insbesondere zu dem Zeitpunkt, an dem sie sich entschlossen haben, eine Professur zu ergreifen, und dem beruflichen Kontext, aus dem heraus sie sich für eine HAW-Professur beworben haben.

Für 7,1 % der Befragungsteilnehmenden stand während des Studiums bereits fest, dass sie HAW-Professor*in werden wollen. Während der Promotion fassten 18,5 % der befragten Professor*innen diesen Entschluss, während der Post-Doc-Phase 15,7 %. Das Gros der befragten HAW-Professor*innen fasste erst im Laufe der Berufstätigkeit den Gedanken, als Professor*in an einer HAW tätig zu werden.

Mit Blick auf die berufliche Herkunft zeigt sich, dass sich mehr als jede*r zweite HAW-Professor*in aus einer Führungs- oder Mitarbeiterposition in einem Unternehmen für die HAW-Professur entschieden hat (55,3 %). 17,3 % der Befragungsteilnehmenden bewarben sich aus einer wissenschaftlichen Mitarbeitendenposition an einer Universität, HAW oder einem wissenschaftlichen Institut heraus für ihre aktuelle Professur. 13,7 % der Professor*innen hatten vor ihrer aktuellen Stelle bereits eine Professur inne. Aus der Selbstständigkeit kamen 7,3 %.

Hier zeigt sich, dass der praxisbezogene Erfahrungsschatz tatsächlich ein prägendes Merkmal der Professorenschaft und damit ein profilbildendes Merkmal der HAW ist.

Abb. 19: Wege in die HAW-Professur: Wann haben Sie den Entschluss gefasst, eine HAW-Professur als Berufsperspektive anzustreben? (N=577, Angaben in %) (Eigene Darstellung)

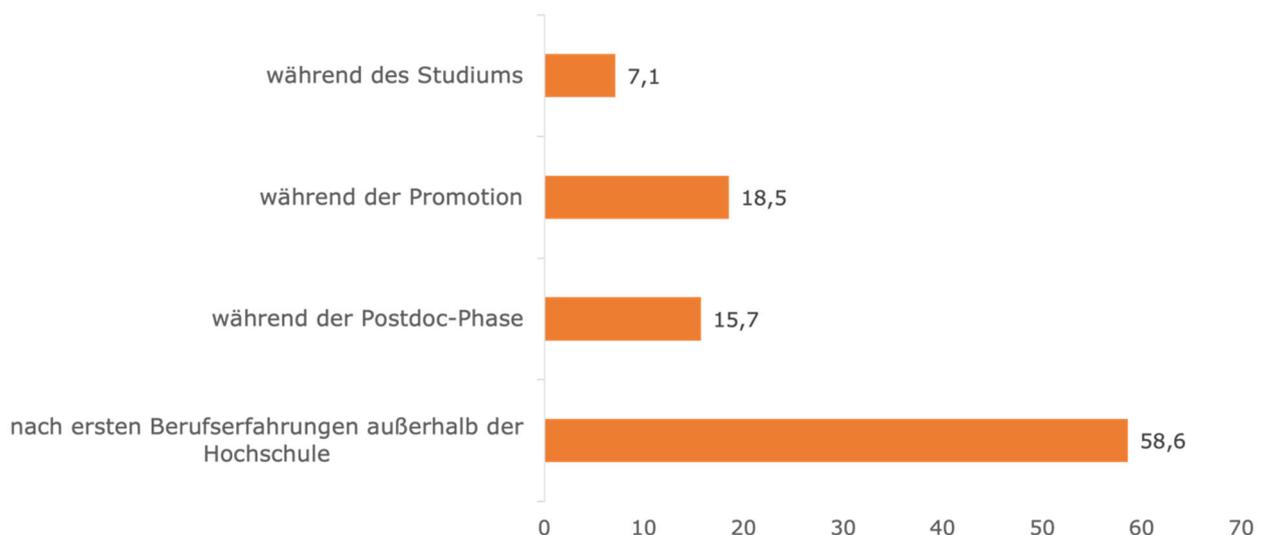
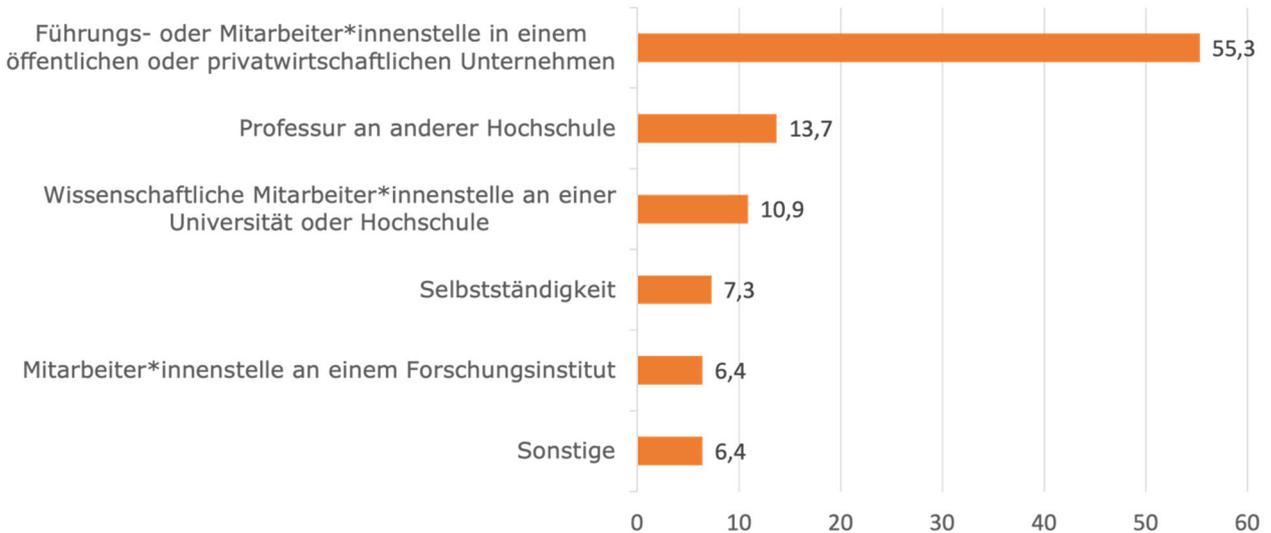


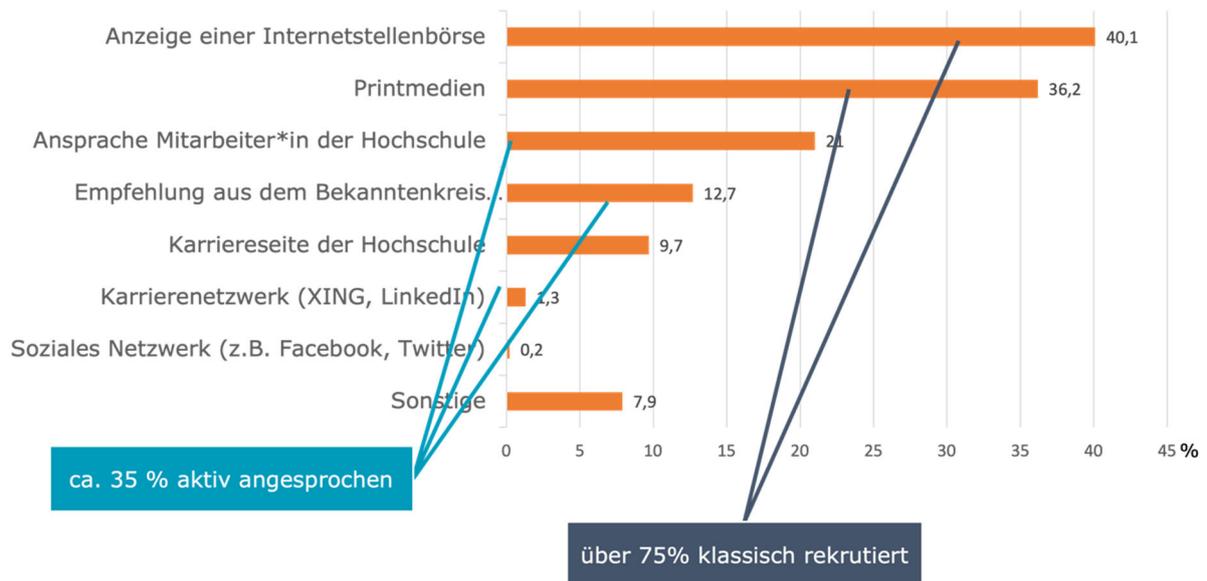
Abb. 20: Wege in die HAW-Professur: Aus welcher Stelle heraus haben Sie sich für Ihre aktuelle Professur beworben? (N=577, Angaben in %) (Eigene Darstellung)



7.2 Ansprachekanäle

Um den praktizierten Rekrutierungsprozess genauer zu analysieren, wurden zuerst die Kanäle hinterfragt, auf denen die Professor*innen auf ihre aktuelle Stelle aufmerksam geworden sind. Es zeigt sich zum einen, dass die Anzeigen in Internetstellenbörsen der Kanal sind, über den 40,1 % von ihrer aktuellen Stelle erfuhren. Immerhin 36,2 % wurden über Anzeigen in Printmedien auf ihre aktuelle Stelle aufmerksam. Ähnlich wie bei anderen Recruiting-Untersuchungen (z. B. Weitzel et al. 2020) spielen Karrierenetzwerke und soziale Netzwerke eine geringe Bedeutung. Die Karriereseite der Hochschule wird von nur 9,7 % der Befragten als zentraler Stelleninformationskanal angegeben.

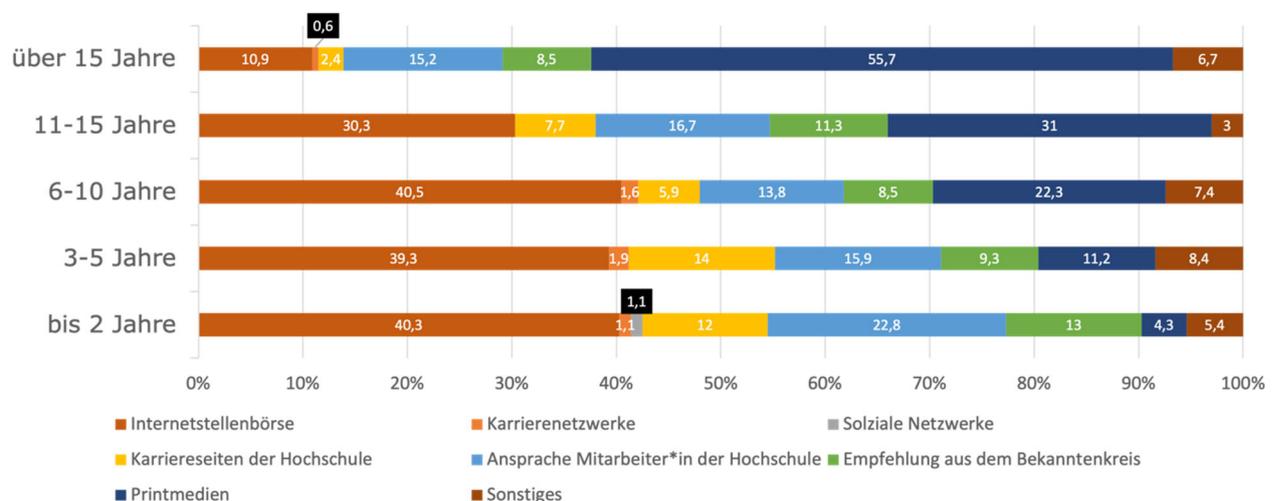
Abb. 21: Kanal der Stellenausschreibung: Wie sind Sie auf Ihre derzeitige Stelle an Ihrer aktuellen Hochschule aufmerksam geworden? (N = 577, Angaben in %) (Eigene Darstellung)



Interessant ist, dass immerhin fast 35 % der Befragungsteilnehmenden durch Ansprache von Hochschulmitarbeitenden oder durch Empfehlung aus dem Bekanntenkreis auf die Ausschreibung ihrer aktuellen Stelle aufmerksam geworden ist. Das ist ein bemerkenswert hoher Anteil von Professor*innen an den HAW, die durch eine Direktansprache rekrutiert wurden.

Unterscheidet man bei diesen Bewerbungskanälen nach Dienstalter, dann zeigt sich eine Dominanz der Internetstellenbörsen bei den jüngst berufenen Professor*innen, während die Printmedien das Medium waren, auf das sich die schon länger im Dienst befindlichen Professor*innen beworben haben.

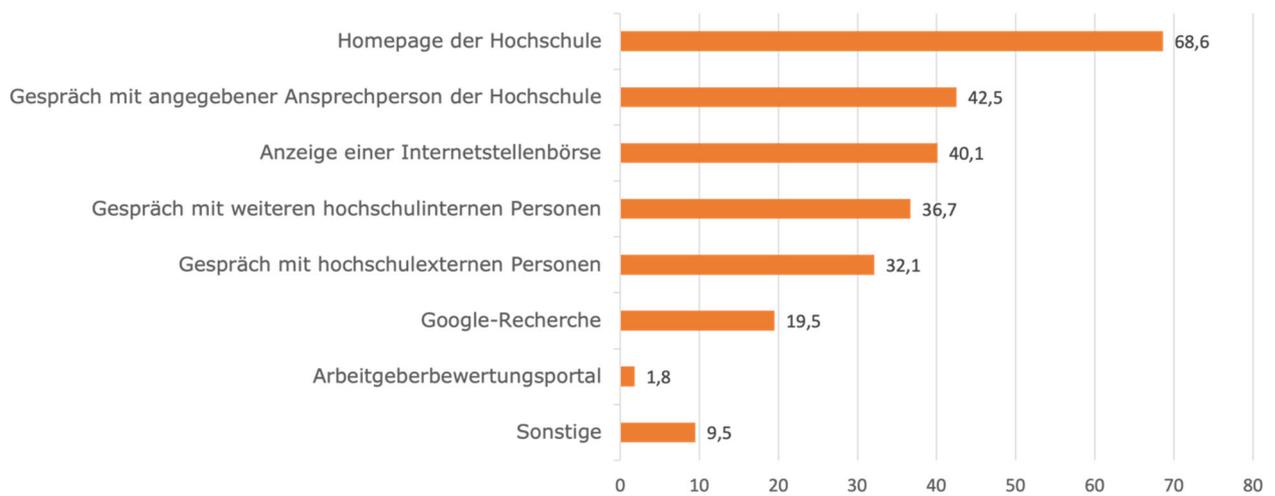
Abb. 22: Bewerbung nach Dienstjahren: Wie haben Sie Ihre Bewerbung an Ihrer aktuellen Hochschule eingereicht? (N = 577, Angaben in %) (Eigene Darstellung)



7.3 Informationswege

Neben dem Bewerbungskanal wurde hinterfragt, wie sich die Befragten als Bewerber*innen über ihre Hochschule informiert haben.

Abb. 23: Informationsverhalten: Wie haben Sie sich über Ihre aktuelle Stelle und die Arbeitsbedingungen an Ihrer Hochschule informiert? (N=577, Angaben in %) (Eigene Darstellung)



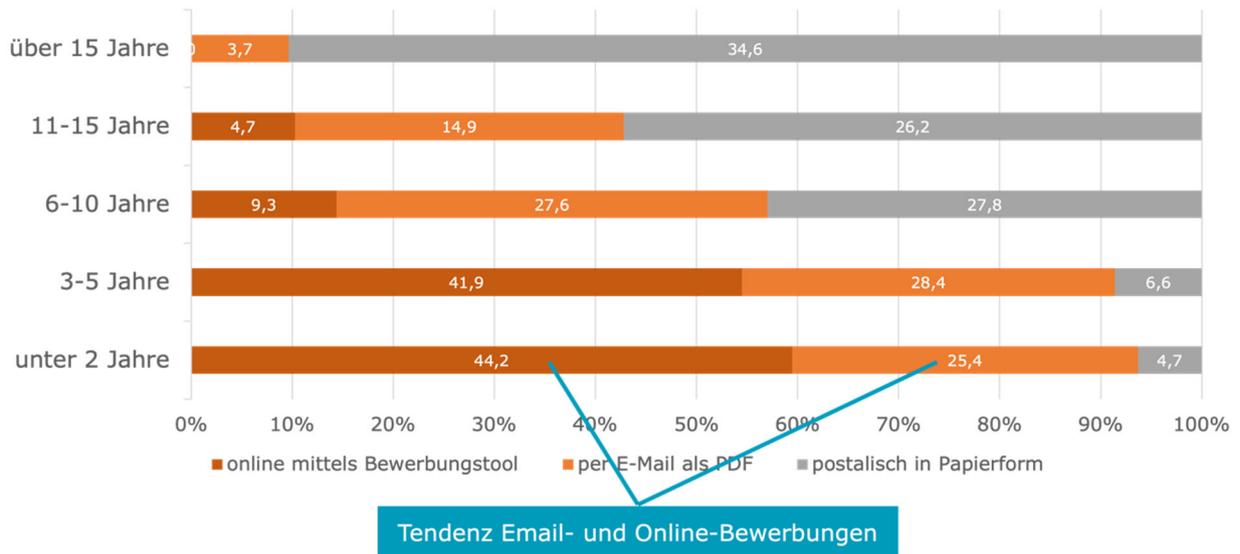
Die Homepage der Hochschule wurde von 68,6 % der Befragungsteilnehmenden als Informationsquelle genutzt, die Ansprechpersonen, die in der Stellenanzeige ausgewiesen waren, von immerhin 42,5 %. Bemerkenswert ist, dass das Einholen mündlicher Referenzen bei den befragten Professor*innen einen besonders hohen Stellenwert besitzt, da weitere 36,7 % das Gespräch mit hochschulinternen und 32,1 % das Gespräch mit hochschulexternen Personen gesucht haben.

Die Google-Recherche war für 19,5 % ein Weg, um Informationen über die HAW einzuholen, wobei auch hier Alterseffekte zu beobachten sind: Professor*innen, die vor Kurzem berufen wurden, haben tendenziell häufiger davon Gebrauch gemacht als diejenigen, deren Berufung mehr als zehn Jahre zurückliegt.

7.4 Bewerbungsformen

Beim Bewerbungsverfahren zeigt sich die deutliche Tendenz, dass Online-Bewerbungstools die postalischen Bewerbungen in Papierform abgelöst haben. Dominierten bei den Professor*innen, deren Bewerbungsphase mehr als 15 Jahre her ist, noch die klassischen Papierbewerbungen, zeigt sich bei den Professor*innen, die vor weniger als zwei Jahren ihre Bewerbung eingereicht haben, dass die mittels Bewerbungstool online eingereichten Bewerbungen selbst die E-Mail-Bewerbung überholt haben. State of the Art sind an den meisten HAW in Deutschland offensichtlich onlinebasierte Bewerbungsmanagementtools.

Abb. 24: Bewerbung nach Dienstjahren: Wie haben Sie Ihre Bewerbung an Ihrer aktuellen Hochschule eingereicht? (N = 577, Angaben in %) (Eigene Darstellung)



7.5 Bewertung der Kontaktpunkte

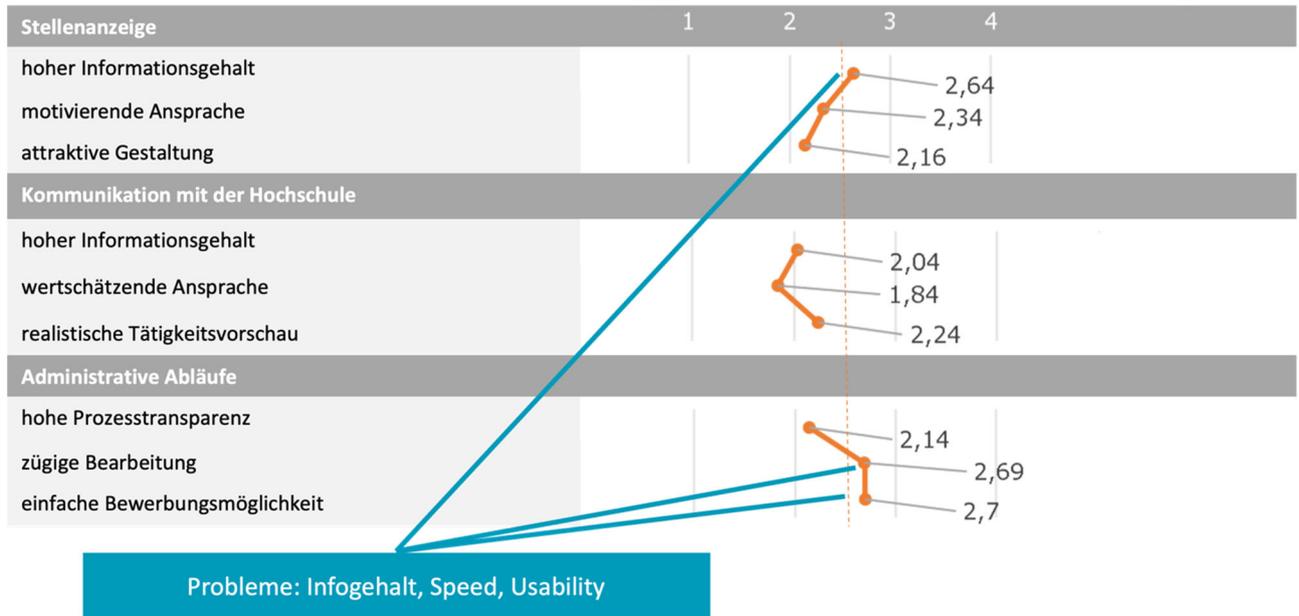
Rekrutierungsprozesse bestehen aus nachhaltig relevanten Kontaktpunkten zwischen der HAW und den zukünftigen Professor*innen. Ihnen kommt beim Employer Branding und bei der Gestaltung einer bindungsorientierten Candidate Journey, also der Summe der Kontaktpunkte zum Unternehmen, die Kandidat*innen während des Rekrutierungsprozesses durchlaufen, eine wichtige Rolle zu (vgl. Morgan 2017). Im Rahmen dieser Studie wurden drei recruitingbezogene Kontaktpunkte genauer analysiert: die Stellenanzeige, die bewerbungsbegleitende Kommunikation zwischen Bewerber*in und HAW sowie die erlebten administrativen Prozesse.

Jeder Kontaktpunkt sollte nach Kriterien der Motivation und Gestaltung einer Bewertung unterzogen werden. Den Befragungsteilnehmenden wurde dazu eine Maximalausprägung des jeweiligen Items vorgegeben und sie wurden auf einer verbalen 4er-Skala um die Einschätzung gebeten, mit welcher Intensität diese Ausprägung in ihrem Bewerbungsverfahren zutrif.

Bei der Stellenanzeige wurden der hohe Informationsgehalt, die motivierende Ansprache und die attraktive Gestaltung abgefragt. Das Befragungsergebnis zeigt, dass die attraktive Gestaltung (Durchschnittswert 2,16) und die motivierende Ansprache (2,34) tendenziell positiv bewertet wurden, der Informationsgehalt mit einem Wert von 2,64 allerdings als optimierbar eingeschätzt wird.

Die Kommunikation mit der Hochschule wurde mit dem Informationsgehalt, der wertschätzenden Ansprache und der realistischen Tätigkeitsvorschau operationalisiert. Es zeigt sich, dass die Befragungsteilnehmenden diese drei Kriterien in ihrem letzten Bewerbungsverfahren als positiv zutreffend erlebten, wobei insbesondere die wertschätzende Ansprache als besonders positiv bewertet wurde (1,84).

Abb. 25: Bewertung der Kontaktpunkte: Wie haben Sie die folgenden Kontaktpunkte in Ihrem letzten Bewerbungsverfahren erlebt (1= trifft völlig zu – 4= trifft gar nicht zu, Durchschnittswerte der Bewertungen) (Eigene Darstellung)



Die administrativen Abläufe wurden anhand dreier Kriterien hinterfragt: Prozesstransparenz, Bearbeitungsgeschwindigkeit und Einfachheit des Bewerbungsprozederes. Hier verdeutlichen die Befragungsergebnisse die größten Defizite: Wenn auch der Prozess der Bewerbung als hinreichend transparent erlebt wurde (2,14) – die Bearbeitungsgeschwindigkeit wurde im Durchschnitt als wenig zügig (2,69) und die Bewerbungsmöglichkeit als eher beschwerlich (2,7) wahrgenommen.

Es zeigt sich: Bezogen auf die Inhalte der Stellenanzeige und die administrative Ausgestaltung des Bewerbungsprozesses attestieren die befragten Professor*innen ihren HAW deutlichen Optimierungsbedarf.

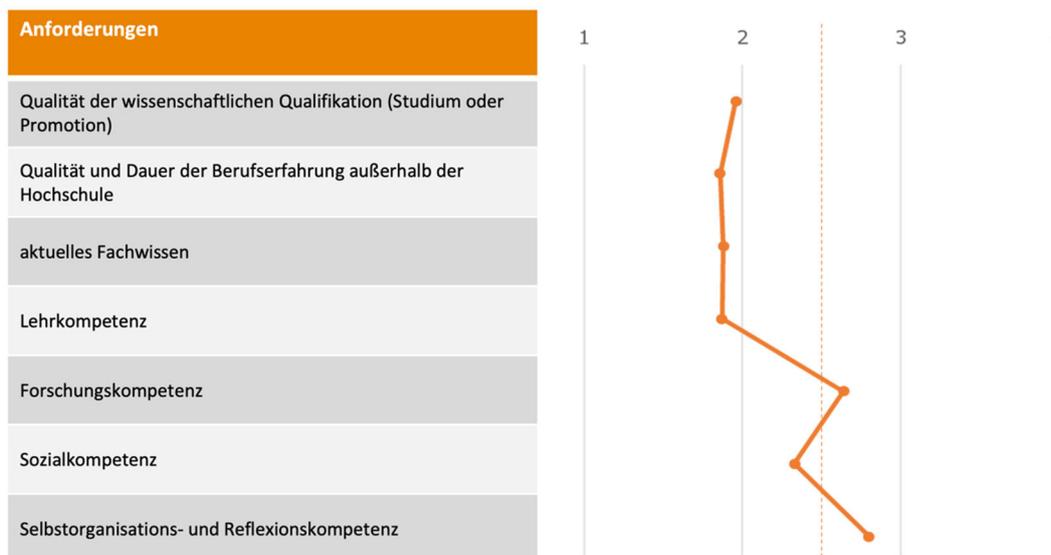
8. ERFAHRUNGEN MIT DEM BERUFUNGSPROZESS DER AKTUELLEN HOCHSCHULE

8.1 Wahrgenommene Anforderungen an die HAW-Professur

Das Berufungsverfahren ist der zentrale Auswahlprozess, der sich an die Anwerbung der Kandidat*innen anschließt. Um die Erfahrungen damit zu erheben, wurden die der Selektion zugrunde liegenden Anforderungen erfragt und die eingesetzten Auswahlverfahren erhoben. Im Anschluss daran wurde die

erlebte Qualität der eingesetzten Auswahlverfahren erhoben, indem die Befragungsteilnehmenden um die Einschätzung von deren Eignung für die Anforderungsüberprüfung gebeten wurden. Bei den Anforderungen zeigt sich, dass in den meisten Berufungsverfahren die Qualität der wissenschaftlichen Qualifikation, die Qualität und die Dauer der Berufserfahrung, das aktuelle Fachwissen, die Lehrkompetenz und mit weniger starker Bedeutung die Sozialkompetenz eine bedeutende Rolle spielten. Die Forschungskompetenz wurde als weniger bedeutsam eingeschätzt.

Abb. 26: Relevante Anforderungen: Welche Anforderungen spielten in Ihrem Berufungsverfahren eine entscheidende Rolle? (1= sehr wichtig – 4= gar nicht wichtig, N = 577) (Eigene Darstellung)



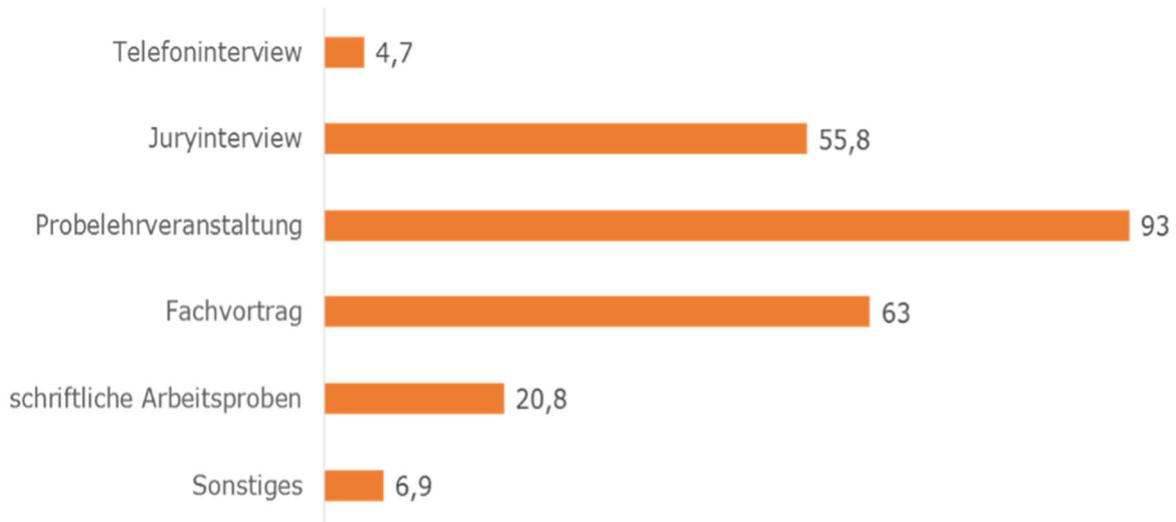
Differenziert man diese Daten nach Fachbereichen und Dienstalter, so zeigen sich allerdings einige geringfügige Relevanzverschiebungen.

Die Forschungskompetenz wird von allen Dienstaltersgruppen gleichermaßen als mittelmäßig bis weniger bedeutend in den Berufungsverfahren erlebt. Bei den Fachbereichen werden geringfügige Unterschiede in der Bewertung der Forschungskompetenz deutlich. Diese ist für Vertreter*innen der agrarwissenschaftlichen und der gesellschaftswissenschaftlichen Disziplinen wichtiger als für diejenigen anderer Disziplinen.

8.2 Praktizierte Auswahlverfahren

Bei den eingesetzten Auswahlverfahren berichten 93 % der Teilnehmenden, dass sie um die Durchführung einer Probelehrveranstaltung gebeten wurden. In 63 % der Fälle kam ein Fachvortrag zum Einsatz. 55,8 % der Befragungsteilnehmenden berichten von ihrer Beteiligung an einem Juryinterview. Schriftliche Arbeitsproben mussten 20,8 % der befragten Professor*innen abgeben, ein Telefoninterview fand in 4,7 % der Fälle statt.

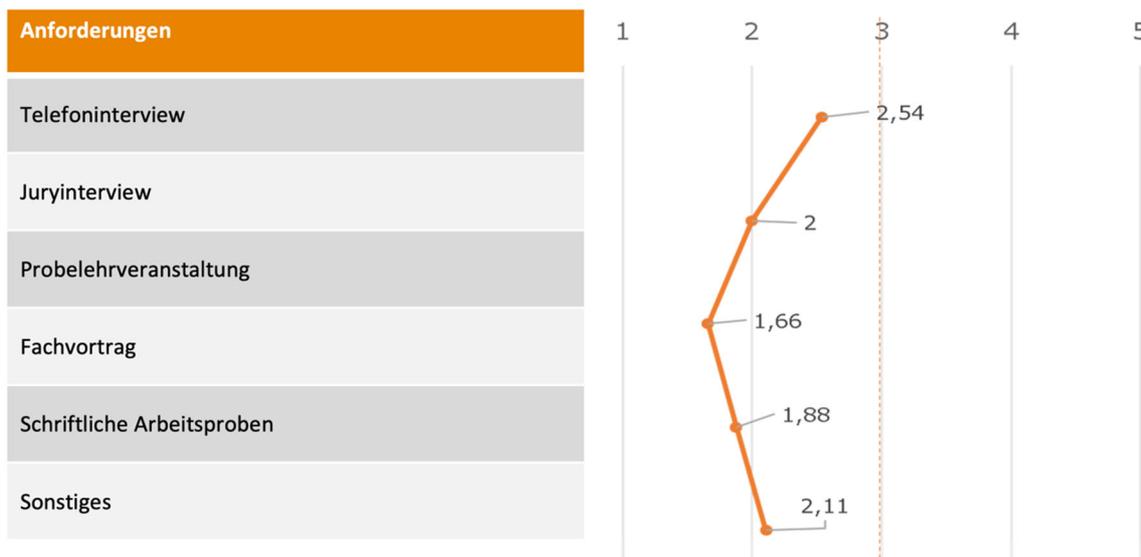
Abb. 27: Eingesetzte Auswahlverfahren: Welche Auswahlverfahren kamen in Ihrem letzten Berufungsprozess zum Einsatz? (N= 577, Mehrfachnennungen möglich, Angaben in %) (Eigene Darstellung)



8.3 Erlebte Eignung der Auswahlverfahren

Allen Verfahren bescheinigten die Befragungsteilnehmenden eine positive Eignung zur Überprüfung der Anforderungen, die an die jeweilige Professur gestellt wurden. Besonders positiv wurden die Probelehrveranstaltungen und die Fachvorträge (1,66 und 1,88) bewertet.

Abb. 28: Bewertung der Auswahlverfahren in der Nachbetrachtung: Wie gut waren die eingesetzten Verfahren geeignet, um die Anforderungen der Professur zu überprüfen? (1= sehr gut – 5= mangelhaft, Durchschnittswerte der Bewertungen N = 577, Angaben in %) (Eigene Darstellung)



9. PERSONAE POTENZIELLER KANDIDAT*INNEN FÜR HAW-PROFESSUREN UND DEREN NUTZUNG

Die Befragungsergebnisse zeigen Präferenzen und Erwartungen auf, die potenzielle Kandidat*innen mit einer HAW-Professur verbinden und die entscheidend für die Berufswahl und die spätere Berufszufriedenheit sind. Als Orientierungsrahmen genutzt, stiften sie einen Mehrwert für das berufsgruppenbezogene Employer Branding, für die Rekrutierungsaktivitäten und für die Gestaltung der Arbeitsbedingungen an HAW.

Hilfreich dafür kann es sein, die Erwartungen und Präferenzen zielgruppenbezogen zu Personae zusammenzufassen. Personae sind Vorstellungen fiktiver, realitätsgetreuer Profile bestimmter Zielgruppen. So gibt man der Zielgruppe ein Gesicht, verdeutlicht u.a. deren demografische und psychografische Merkmale, beschreibt deren Lebenssituation, Bedürfnisse, beruflichen Ziele und Erwartungen an Arbeitgeber*innen und macht sie dadurch zu fiktiven Dialogpartner*innen bei der Konzeption von Rekrutierungskampagnen oder Personalmanagementsystemen (vgl. Kirchem/Waack 2021).

Mithilfe der durch die Befragung generierten Informationen und der mittels der Varianzanalysen aufgezeigten Unterschiede lassen sich z. B. Personae nach dem Kriterium der beruflichen Herkunft, des Lebensalters oder der Fachdisziplin gestalten, möglicherweise auch mit Kriterienkombinationen. Im ersten Fall würde man Kandidat*innen für HAW-Professuren aus Führungs- und Fachkraftpositionen in Unternehmen, wissenschaftliche Mitarbeiter*innen an Hochschulen oder Instituten, Selbstständige und wechselwillige Professor*innen aus anderen HAW differenzieren, im zweiten Fall kämen generationsbezogene Differenzierungen (z. B. Generation X, Y und Z oder klassische Altersklassen) zum Tragen, im dritten Fall ginge es um eine Unterscheidung nach der fachbereichsbezogenen Disziplinzugehörigkeit (Ingenieurwesen, Mathematik, Wirtschaftswissenschaften, Soziale Arbeit etc.). Denkbar sind auch Kriterienkombinationen, die dann zu Personae aggregiert werden.

Da der Besetzung von HAW-Professuren immer häufiger eine qualitative strategische Personalbedarfsplanung vorausgeht und Überlegungen zum erwarteten Stellenprofil (Forschungsorientierung – Praxisorientierung – Lehrorientierung) angestrengt werden, spricht vieles dafür, die berufliche Herkunft der Kandidat*innen zum Fokus der Persona-Konstruktion zu machen. Da die berufliche Herkunft implizit immer auch Aussagen zur tatsächlichen Berufserfahrung beinhaltet, lassen sich ohne Weiteres auch generationsspezifische Eigenschaften und Präferenzen mit dieser Perspektive verbinden.

Pointiert man die unterschiedlichen Präferenzen der Attraktivitätsmerkmale und -treiber in diesem Sinne, so lassen sich vier exemplarische Personae von Kandidat*innen bilden:

- Führungskräfte / Mitarbeitende in Unternehmen
- wissenschaftliche Mitarbeiter*innen in Hochschulen oder Instituten
- Professor*innen an anderen HAW
- Selbstständige

Abb. 29: Beispiel Persona: Bewerber*in Führungskraft/Mitarbeiter*in aus einem Unternehmen (eigene Darstellung)

Persona Bewerber*in Professur HAW: Führungskraft/Mitarbeiter*in aus einem Unternehmen



ZUR PERSON

Name: Dr. Lukas oder Dr. Julia Schmidt
Alter: 35 - 45 Jahre
Privat: Partnerschaft, ggf. verheiratet, ggf. 1-2 Grundschul Kinder
Beruf: Teamleitung/Fachkraft in KMU/Konzern
Wohnort: städtisch/arbeitsortnah

WERDEGANG

Ausbildung/Qualifikation: Studium und Promotion

Karriereweg:

- WiMi-Phase
- Schritt 1: Einstieg als Trainee im Unternehmen
- Schritt 2: Fachverantwortung oder GF-Assistenz
- Schritt 3: Teamleitung, ggf. in anderem Unternehmen

MOTIVE FÜR EINE PROFESSUR

- Innovationsbeiträge für die Region leisten
- Studierende durch Teilen der eigenen Erfahrungen zukunftsfit machen
- Wissenschaftlich arbeiten, nah an der Praxis bleiben und Ideen mit Organisationen umsetzen
- Inhaltliche und organisatorische Selbstbestimmung
- Langfristige Sicherheit – finanziell und regional
- Individuelle Entwicklungsmöglichkeiten

ERWARTUNGEN AN DEN ARBEITGEBER

- Flexible Rahmenbedingungen bei Arbeitsort und –zeit haben
- Selbstorganisiert arbeiten können
- Leben und Arbeiten integrieren
- Modernes technisches Equipment einsetzen
- Sicheres Einkommen mit Zuverdienstoptionen

PRÄFERIERTE REKRUTIERUNGSKANÄLE

<p>Recherche und Ansprache</p> <ul style="list-style-type: none"> • Google-Recherchen • Persönliche Kontakte • Karrierenetzwerke: LinkedIn, XING 	<p>Bewerbung</p> <ul style="list-style-type: none"> • E-Mail • Bewerbungsportal
--	--

„Signature“ Product



Kommunikation



Karrieremodell



Arbeitsmodell



Je nach Nutzungsinteresse können diese Personae von Kandidat*innen mit den folgenden fachbereichsspezifischen Präzisierungen erweitert werden.

Abb. 30: Persona: Zusätzliches Differenzierungskriterium Fachgebiet (eigene Darstellung)

Fachgebiet	Purpose/ Impact	Abwechslung	Freiheit/ Balance	Lehren/ Entwickeln	Wissenschaft/ Praxis	Denken/ Austausch	Lernen/ Karriere	Sicherheit/ Unabhängigkeit	Wertschätzung/ Status
Ingenieurwissenschaften	Region/ Hochschule/ Disziplin	Inhaltlicher Spielraum			Ideen umsetzen/ Anwendungs. forschen	Zeit für Gründlichkeit/ Austausch	Weiterbildung	Zusatzekommen	Ratgeber*in für Unternehmen
Mathematik			Hybrid arbeiten			Gründlichkeit/ Austausch/ Gelassenheit	Lernen	Sicheres Einkommen/ Verbeamtung	
Wirtschaftswissenschaften			Flexible Arbeitszeiten/ Hybrid arbeiten	Wissen teilen	Anwendungsbezogen forschen	Zeit für Gründlichkeit/ Gelassenheit		Zusatzekommen	Ratgeber*in für Unternehmen/ Experte sein/ Ansehen
Architektur	Hochschule/ Studierende	Inhaltlicher Spielraum/ Abwechslung	Flexible Arbeitszeiten/ Hybrid arbeiten	Wissen teilen/ Coach sein	Netzwerke aufbauen			Zusatzekommen	
Agrarwissenschaften	Hochschule/ Studierende	Inhaltlicher Spielraum/ Abwechslung	Hybrid arbeiten	Coach sein	Anwendungs. Forschen/ Netzwerke aufbauen	Internat. Austausch	Weiterbildung/ Lernen	Verbeamtung	Ratgeber*in für Unternehmen/ Experte sein
Gesellschaftswissenschaften	Disziplin/ Hochschule	Projekte anstoßen/ Abwechslung	Flexible Arbeitszeiten/ Hybrid arbeiten	Vorbild sein	Impulse aus Praxis	Zeit für Gründlichkeit/ Austausch	Persönlichkeit/ Karriere/ Lernen/	Regionverankerung	Expert*in sein
Gestaltung/ Design	Disziplin/ Region/ Hochschule	Projekte anstoßen/ Inhaltlicher Spielraum	Flexible Arbeitszeiten	Wissen teilen/ Lehren	Impulse aus Praxis/ Transfer	Gründlichkeit/ Int. Community	Persönlichkeit/ Lernen		Expert*in sein
Gesundheitswissenschaften	Region/ Disziplin	Projekte anstoßen			Netzwerke aufbauen	Int. Community	Karriereschancen		Expert*in sein

Derartige Personae von Kandidat*innen bieten Verantwortlichen für Berufsverfahren, Personal- und Kommunikationsbereiche von HAW einige Vorteile:

Sie helfen dabei, einen Überblick über das ganzheitliche Anreizsystem der HAW zu gewinnen und zielgruppenspezifische Defizite und Besonderheiten der jeweiligen Hochschule aufzudecken. Ist das Work-Life-Balance-Konzept der Hochschule attraktiv? Sind Gehaltssystem, Zuverdienst-Optionen oder Forschungsunterstützung interessant für die jeweiligen Kandidat*innen? Eine derartige systematische Betrachtung bringt wichtige Impulse für die Gestaltung der Personal- und der administrativen Unterstützungssysteme der Hochschule.

Sie unterstützen die Schärfung der Argumente, die die HAW in den Augen der jeweiligen Zielgruppe einzigartig macht. Dadurch wird das passgenaue Employer Branding erleichtert.

Sie ermöglichen die richtige Ansprache potenzieller Bewerber*innen mit den für sie relevanten berufsbezogenen Argumenten und unterstützen damit die Konzeption von Stellenanzeigen und die Planung der Ansprache der Kandidat*innen. Dadurch lassen sich zielgruppenorientierte, professionelle Rekrutierungsaktivitaten planen und umsetzen.

Sie helfen bei der Konzeption und Durchführung zielgruppenadaquater Personalauswahlverfahren, indem sie ermöglichen, die Akzeptabilität des Verfahrens vor dem Hintergrund der Zielgruppenprferenzen abzuschätzen.

10. LITERATUR

Armutat, S. (2022): Berufsperspektive HAW-Professur – Attraktivitätsfaktoren für die Berufswahl. In: Die Neue Hochschule 05/2022. Hrsg.: Hochschullehrerbund – Bundesvereinigung e. V. **hib**. Bonn.

In der Smitten, S.; Thiele, L. und Sembritzki, T. (2017): Bewerberlage bei Fachhochschulprofessuren (BeFHPro). In: Deutsches Zentrum für Hochschul- und Wissenschaftsforum. Hrsg: Forum Hochschule Band 03/2017. Hannover.

Kirchem, S. und Waack, J. (2021): Personas entwickeln für Marketing, Vertrieb und Kommunikation. Grundlagen, Konzept und praktische Umsetzung. Springer Gabler.

Lackner, H. (2019): Ist die Fachhochschulprofessur noch hinreichend attraktiv? In: Cai, J. et al. (Hrsg.): Jahrbuch Angewandte Hochschulbildung 2017. Wiesbaden, S. 127–141.

Morgan, J.P. (2017). Why the Millions We Spend on Employee Engagement Buy Us So Little. In: Harvard Business Review <https://hbr.org/2017/03/why-the-millions-we-spend-on-employee-engagement-buy-us-so-little> (Zugriff: 30.09.2022).

Rohrmann, B. (1978): Empirische Studien zur Entwicklung von Antwortskalen für die sozialwissenschaftliche Forschung. In: Zeitschrift für Sozialwissenschaftliche Forschung, (9) 1978, S. 222-245.

Weitzel, T., Maier, C., Oehlhorn, C.; Weinert, C.; Wirth, J.; Laumer, S. (2020). Employer Branding. Ausgewählte Ergebnisse der Recruiting Trends 2020, Research Report, Otto-Friedrich-Universität Bamberg.

Wolf, G. (2014): Employer Branding – In 4 Schritten zur erfolgreichen Arbeitgebermarke. Hamburg.