

Geographie in verschiedenen Berufsfeldern

Exkursionen

zu Unternehmen
geographischer Tätigkeitsfelder

&

weitere
geographische

Berufsbilder



CarSharing - eine Perspektive für Geographen?

Heidelberger Geographie-Studenten besuchen die Stadtmobil Rhein-Neckar AG

Stadtmobil Rhein-Neckar AG

„Ziel muss es sein, Mobilität zu erhalten und die Bedürfnisse der Menschen zu befriedigen, ohne dass der Verkehr langfristig Mensch und Umwelt übermäßig belastet.“

Um diesem Gedanken gerecht zu werden, wurde 1987 in der Schweiz das Konzept des CarSharing entwickelt. Das erste Unternehmen in Deutschland siedelte sich 1988 in Berlin an. Im Zuge einer großen Gründungswelle wurde im Jahr 1992 das CarSharing im Rhein-Neckar Raum vom Verein Ökostadt Rhein-Neckar e.V. ins Leben gerufen. Aus ehrenamtlichem Engagement und einer kleinen Gruppe von 20 Personen mit zwei Autos entwickelte sich 2003 eine Aktiengesellschaft mit mittlerweile über 3500 Kunden. Das Unternehmen unterhält heute über 180 Fahrzeuge in der Metropolregion mit Schwerpunkten in den Großstädten.

So funktioniert das CarSharing..



Für jeden Anlass das richtige Auto - unter diesem Motto stellt die Stadtmobil Rhein-Neckar AG seinen Privat- und Firmenkunden 180 Autos verschiedener Fahrzeugtypen zur Verfügung.

Diese werden regelmäßig gewartet und können bequem über eine Internetplattform gebucht werden. Daneben besteht auch die Möglichkeit die Fahrzeuge über die Telefonzentrale zu buchen.



Für jeden Anlass das richtige Auto - unter diesem Motto können die Kunden 24 Stunden am Tag und an 365 Tagen im Jahr aus dem großen Angebot das passende Auto wählen. Die Buchung erfolgt über eine Internetplattform, sodass das gewünschte Fahrzeug zum gewünschten Zeitpunkt an einem festen Standort abgeholt werden kann. Nach dem Buchungszeitraum muss es wieder dort abgestellt werden.

stadtmobil
carsharing

Ökologisch & Ökonomisch

- + je nach Zweck den passenden Fahrzeugtyp fahren (große Auswahl an modernen spritsparenden Fahrzeugen)
- + keine Kosten für „stehende“ Autos (Versicherung, Steuer)
- + weniger PKW in verdichteten Wohngebieten

Arbeitsfelder für Geographen

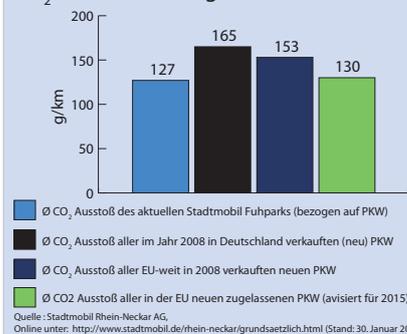
Das Geschäftsmodell des CarSharings bietet Geographen zahlreiche Beschäftigungsmöglichkeiten:

- + Standortsuche
Da der öffentliche Raum nicht als Stellplatz genutzt werden darf, muss schon während der Planungsphase für zu bebauende Flächen der Kontakt zu Stadt- und Verkehrsplanern und Politikern hergestellt werden, um den späteren Betrieb des CarSharings zu ermöglichen.
Darüber hinaus muss mit Besitzern von privaten Stellplätzen in bebauten Wohnflächen über eine mögliche Nutzung verhandelt werden.
Bei der Auswahl von Standorten muss darauf geachtet werden, dass Angstträume vermieden werden. Der

Standort sollte über mehrere Wege erreichbar sein, gut ausgeleuchtet und damit einsehbar sein. Darüber hinaus sollten die Autos mit öffentlichen Verkehrsmitteln gut erreichbar sein. Zudem muss die Wirtschaftlichkeit der einzelnen Standorte ermittelt werden, denn nur diejenigen, die häufig genutzt werden, erzielen auch Gewinne.

- + Coco-System
Das Coco-System ist ein geographisches Informationssystem, das Sachdaten mit dem Raum verknüpft. Dabei werden alle Informationen zum Status eines Autos (z. B. Verfügbarkeit, Fahrzeugtyp) erfasst und mit Hilfe von Google Maps auf der Internetplattform graphisch dargestellt.

CO₂ Ausstoß im Vergleich



Kontakt

Franziska Brohmeyer
franziska.brohmeyer@stud.uni-heidelberg.de

Carsten Kropp
carsten.kropp@stud.uni-heidelberg.de

Annika Rantaiso
annika.rantaiso@stud.uni-heidelberg.de

Weiterführende Informationen

Internetseite der Stadtmobil Rhein-Neckar AG
<http://www.stadtmobil.de/rhein-neckar/>

Bundesverband CarSharing e. V.
<http://www.carsharing.de/>

Bundesverband CarSharing e. V. & Verbraucherzentrale Bundesverband e.V. (2008): CarSharing.

Wasserwirtschaft, Bodenschutz und Gewerbeaufsicht Exkursion nach Baden- Baden

Auf diesem Poster werden die Tätigkeiten eines Geographen in der Umweltverwaltung im Aufgabenbereich Wasserwirtschaft, Bodenschutz und Gewerbeaufsicht erläutert. Die Beispiele wurden im Rahmen einer Exkursion im Stadtkreis Baden-Baden am 5. Februar 2010 vom Dipl.-Geogr. Rudolf- Karl Teichmann dargestellt. Nach einer Einführung in seinem persönlichen Werdegang und sein Aufgabenfeld wurden verschiedene Exkursionspunkte (Niederterrasse, Kinzig-Murg-Rinne, Vorbergzone, Nordschwarzwald) angefahren und Arbeitsprojekte erläutert. Dabei wurden verschiedene Fallbeispiele aus den Bereichen **Wasserversorgung, Grundwasserschutz, Altlastensanierung, Kiesabbau und Umweltverträglichkeitsprüfung** behandelt. Einige Beispiele der Tätigkeiten Herr Teichmanns sowie sein Werdegang werden hier vorgestellt.

Dipl.-Geogr. Rudolf-Karl Teichmann Persönlicher Werdegang

Ausbildung

Herr Teichmann studierte in den 80er Jahren **Geographie** an der Universität Tübingen. Er gab dabei seinem Studium eine **physische Ausrichtung** und setzte den Schwerpunkt auf die Bodenkunde.

Um sich an ein späteres Berufsfeld anzunähern und den Berufseinstieg zu erleichtern, absolvierte er **Praktika** beim militärgeographischen Dienst der Bundeswehr, beim geologischen Landesamt als Bohrhelfer und bei der damaligen Umweltbehörde BNL im Sektor Landschaftspflege und Naturschutz.

Berufliche Stationen

Die ersten Stationen seiner beruflichen Laufbahn waren die **Universität Tübingen** und die **Universität Stuttgart**. Danach folgte eine Anstellung im **Amt für Wasserwirtschaft und Bodenschutz** in Baden-Baden. Hier besetzte er die Stelle eines

stellvertretenden Referatsleiters. Seine Wirkung im Altlastenbereich stellte eine Brücke zu seiner Spezialisierung auf die Bodenkunde während seines Studiums dar. Darauf folgte eine Anstellung bei der **LUBW in Karlsruhe**, bis er 1995 in der **Umweltverwaltung** des Stadtkreises Baden-Badens angelangte. Herr Teichmann leitet hier den Bereich Wasserwirtschaft und Bodenschutz. Sein Aufgabenfeld als Geograph hat sich erweitert: Zu seinen täglichen Aufgaben gehören unter anderem Haushaltsplanung und Personalverwaltung. Aus diesem Grund sind seiner Meinung nach Zusatzqualifikationen sehr wichtig. Er selbst absolvierte die Kontaktstudiengänge „Verwaltung“ und „Umweltschutz“, sowie einen Grundkurs in „Strahlenschutz“. Auch eine rechtliche Grundlage ist in seiner Anstellung sehr wichtig, da Bundes-, Landes- und EU-Recht die Basis seiner Tätigkeiten sind.



Die Aufgabenbereiche in der Umweltverwaltung. Zu den fachtechnischen Aufgaben wie beispielsweise Gewässerschutz, Hochwasserschutz und Gewerbeaufsicht gehört auch Öffentlichkeitsarbeit, wie zum Beispiel Workshops in Schulen und Ausstellungen. Quelle: Eigene Darstellung.



Strukturverbesserungsmaßnahmen an der Oos. Um den sich absetzenden Schlack und Hochwasser entgegenzuwirken, wurden Störsteine eingebracht. Außerdem wurde das Bachufer bepflanzt. Der Bachlauf ähnelt nun wieder seinem natürlichen Lauf. Quelle: Valentin Gauß.

Gewässergüteverbesserung

Haueneberstein, ein Stadtteil Baden-Badens wird von einem kleinen Bach durchflossen. Dieser wurde im Stadtgebiet in ein **rechtwinkliges Betonprofil** gefasst. Als Problem erwies sich dabei, dass einerseits sich bei Niedrigwasser (besonders im Trockensommer 2003) **Schlack absetzt**, der **unangenehme Gerüche** abgibt und andererseits aufgrund der Profilverengung an manchen Stellen im Ort eine **Hochwassergefährdung** bestand. Daraufhin wurde über Verbesserungsmaßnahmen nachgedacht. Als Lösung wurde eine **Profilverengung** in einer Flussbiegung im Ortskern beschlossen. Die Umweltverwaltung um Herr Teichmann plante als ökologische Ausgleichsmaßnahme eine Strukturverbesserung des Baches. Zu diesem Zwecke wurden **Störsteine** in das Gewässer eingebracht, die neben der **Strukturverbesserung** den **Sauerstoffeintrag** und die **Fließgeschwindigkeit** erhöhen. Daneben entstanden Landflächen im Kanal, die den Bachlauf leicht verschwinden. Die Maßnahmen waren erfolgreich: Der Bach weist nun bei Niedrigwasser keine Geruchsbelastung mehr auf und wird außerdem von der Jugend im Sommer vielfach genutzt.



Mühlrad im Bach in Haueneberstein. Neben den Strukturverbesserungsmaßnahmen wurde auch versucht, den Bach in das Ortsbild einzufügen und seine Attraktivität zu erhöhen. Dazu gehört die Bepflanzung des Bachufers und ein Mühlrad, welches an die frühere Nutzung des Baches erinnern soll. Quelle: Valentin Gauß.

Hochwasserschutz und Öffentlichkeitsarbeit

Der Auslöser für eine Hochwasserschutzmaßnahme war ein Hochwasser der Oos im Stadtgebiet Baden-Badens 1988, das unter anderem eine **Kleingartensiedlung überschwemmte**. Diese befand sich zwischen Oos und dem Ooskanal. Um die Hochwassergefahr an dieser Stelle zu verringern, wurden die Kleingärtner umgesiedelt beziehungsweise entschädigt und so eine **Retentionsfläche** geschaffen. Dies hat zwei Gründe. Zum Einen wird dem Fluss bei Hochwasser eine **Ausdehnung** ermöglicht und damit zum anderen eine **Verringerung der Fließgeschwindigkeit** herbeigeführt. Die mitgeführten Sedimente können sich nun auf der neugeschaffenen Fläche absetzen. Die in diesem Zusammenhang ausgeführten Maßnahmen zur Revitalisierung der Oos (z.B. Störsteine) haben auch positive Auswirkungen auf die Gewässerökologie. Ein Nebenprojekt dieser Hochwasserschutzmaßnahmen ist der **Gewässererlebnispfad**, der auf der Retentionsfläche geschaffen wurde. Es werden an verschiedenen Stationen Schautafeln mit Themen über die Oos oder Gewässer im Allgemeinen gezeigt. Als „Maskottchen“ dient „Tropf“, ein stilisierter Wassertropfen. Für die Pflege der Fläche des Erlebnispfades konnte ein örtlicher Kindergarten gewonnen werden.



Die Revitalisierungsmaßnahmen an der Oos. Durch Störsteine und Retentionsflächen wird versucht, einem Hochwasser entgegenzuwirken. Außerdem wurde auf den Retentionsflächen ein Erlebnispfad errichtet. Stege und eine kleine Insel im Fluss laden im Sommer zum Baden und Plantschen ein und fanden großen Zuspruch in der Bevölkerung. Quelle: Valentin Gauß.



Öffentlichkeitsarbeit an der Oos. Durch Schautafeln wird die Öffentlichkeit über Hochwasser aufgeklärt. Privatpersonen, aber auch Schulen, Kindergärten und Vereine nutzen den Erlebnispfad und die Nachfrage nach Führungen, geleitet von der Umweltverwaltung Baden-Badens, ist groß. Quelle: Valentin Gauß.



Abreinigungsanlage für CKW's. 170.000 Liter verunreinigtes Grundwasser werden pro Stunde gereinigt, auch wenn es keine Trinkwasserentzug gibt. Mit einer Schadstoffbelastung von 25-30µg/Liter gelangt das Wasser in die Anlage. (Maximalwert in der Natur, durch die Verunreinigung bis zu 18.000µg). Gegendruckpumpen, in der Region, sorgen für einen Ausgleich des Wasserspiegels. Nach der Reinigung werden die Gase in die Atmosphäre abgegeben, der Grenzwert von 10µg wird nicht erreicht (1-2 µg). Quelle: Valentin Gauß.

Grundwasserreinigung

CKW-Schadstoffe, die das Grundwasser der Region Baden-Baden verunreinigen, werden seit 1996 in einer aufwendigen Reinigungsprozedur aus dem Grundwasser gefiltert. Für Geographen wie Herr Teichmann bedeutet dieses Projekt eine Vernetzung verschiedener Teildisziplinen der Geographie. So kommen Hydrogeographie und Bodengeographie genauso zum Einsatz wie kartographische Methoden. Ebenso fließen in die Umsetzung des Projekts Kenntnisse von Umweltschutzgesetzen und europäischen Normvorgaben ein. Konkret bedeutet dies, dass zu Beginn der Reinigungsarbeit eine **Schadstoffverbreitungskarte**, die den Verlauf der Schadstoffe nachzeichnet (s.g. Schadstofffahne), erstellt werden muss. Realisiert wird die Schadstofffahne in einem **Modell**, welches die regionale Grundwassersituation darstellt. Durch Probebohrungen im Gelände wurden die dafür benötigten Daten gesammelt. Anschließend müssen die erhobenen Daten analysiert und einem ständigen **Monitoring** unterzogen werden. Unter Berücksichtigung guter infrastruktureller Anbindung wird daraufhin ein **geeigneter Standort** zur Durchführung der Grundwasserreinigung festgelegt.

Management regionaler Cluster in der Praxis

Besuch des Umweltkompetenzzentrums Rhein-Neckar in Heidelberg

Das Umweltkompetenzzentrum Rhein-Neckar (UKOM)

Ziele

Das Ziel der UKOM ist es, die Umweltkompetenzen der Metropolregion Rhein-Neckar zu identifizieren, serviceorientiert zu bündeln und so vielversprechende Erweiterungen anzuregen. Dazu soll ein enges Netzwerk zwischen Wirtschaft, Wissenschaft und Bildung, Verwaltung und Politik etabliert werden.

Die UKOM hat die Aufgabe, den Umweltsektor der Metropolregion einheitlich nach innen und außen darzustellen, sowie national und international zu vermarkten. Der eingetragene Verein übernimmt hierbei Kommunikation und Koordination der einzelnen Mitglieder, initiiert Arbeitskreise und stellt Kontakte her. Durch gemeinsame Projekte wird die regionale Netzwerkkommunikation gefördert. Viele Projekte sind sogar erst durch die Vernetzung möglich.

Motivation

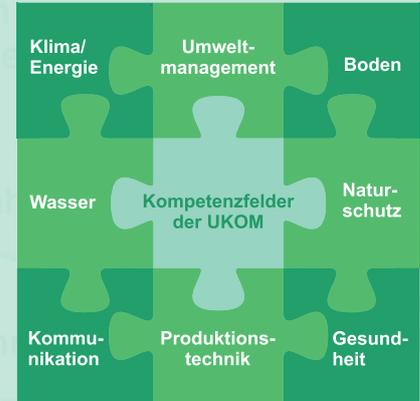
Unternehmen können durch Innovationen und neue Produkte ihre Marktposition ausbauen. Besseres Marketing stärkt das Image eines Unternehmens und verschafft ihm Aufträge und Neukunden.

Netzwerkmittglieder haben die Möglichkeit, Kontakte zu knüpfen und Partnerschaften einzugehen. So findet ein Transfer von Erfahrungen, Informationen und Wissen statt.

Verbraucher erhalten neben einer kompetenten Beratung auch innovative und nachhaltige Dienstleistungen und Produkte aus dem Umweltbereich.

Die Bildung eines Kompetenzpools trägt zur Zukunftsfähigkeit der Metropolregion Rhein-Neckar bei und stärkt die Bereiche Forschung und Entwicklung.

Die Profilierung des Umweltsektors und der Aufbau eines Umweltparks schaffen Arbeitsplätze und stärken die Wirtschaft der Region.



Dipl.-Geograph Stefan Zöllner

Stefan Zöllner ist der **Geschäftsstellenleiter** des Umweltkompetenzzentrums Rhein-Neckar in Heidelberg. Sein Tätigkeitsfeld als Netzwerkmanager ist weit gefasst. Neben seiner Halbtagsstelle bei der UKOM arbeitet er als wissenschaftlicher Angestellter im Amt für Stadtentwicklung und Statistik der Stadt Heidelberg. Außerdem gibt er am Geographischen Institut der Universität Heidelberg Seminare für die Statistikprogramme SAS und SPSS. Er muss seine Arbeitszeit flexibel gestalten können, da viele Termine mit Unternehmen abends oder am Wochenende stattfinden und die Arbeitszeit sich im Allgemeinen nicht gleichmäßig verteilt.

Herr Zöllner hat an den Universitäten Frankfurt und Heidelberg Geographie mit den Nebenfächern Politik und Öffentliches Recht studiert. Während seiner Studienzeit war er Werkstudent bei seinen jetzigen Arbeitgebern, der Stadt Heidelberg und der UKOM. Seine Diplomarbeit schrieb er 2007 bei der BASF SE in Kooperation mit der Stadt Ludwigshafen.

Nach Beendigung seines Studiums kamen ihm seine Kontakte zu gute. Die Einstellung bei der UKOM geschah nicht über eine öffentliche Ausschreibung, sondern über seine vorhandenen Verbindungen in das Unternehmen.



Nachhaltiges Wirtschaften

Die UKOM ist Partner des vom Amt für Umweltschutz, Gewerbeaufsicht und Energie koordinierten Projekts **Nachhaltiges Wirtschaften**. Dieses Projekt unterstützt kleine und mittelständische Unternehmen bei der Einführung eines Umweltmanagementsystems.

Zuerst werden die Betriebsabläufe durch externe Sachverständige in Betriebsbegehungen untersucht, vor allem Abfallentsorgung und Stromverbrauch. Dann werden Optimierungspotentiale aufgezeigt mit dem Ziel, effizientere Arbeitsweisen einzuführen. Neue Formen der Personalführung oder Möglichkeiten der Beteiligung an Nord-Süd-Kooperationen gehören ebenfalls dazu.

In Workshops werden theoretische Grundlagen behandelt und Erfahrungen der Betriebe ausgetauscht. So zählt sich der Umweltschutz für die Betriebe finanziell aus. Zudem werden sie bei erfolgreicher Umsetzung prämiert und dürfen mit dem Logo des Nachhaltigen Wirtschaftens werben.

Die UKOM ist auch an internationalen Projekten beteiligt, so an **RECAST Urumqi**. Ziel ist es, Konzepte, Strategien und Instrumente zur Förderung nachhaltiger Entwicklung der rasant wachsenden Trockengebietsmetropole in Zentralasien zu schaffen. In dem vom Bundesministerium für Bildung und Forschung geförderten transdisziplinären Projekt arbeitet u.a. auch das Geographische Institut mit.



Urumqi ist Hauptstadt der Provinz Xinjiang im Nordwesten Chinas. Quelle: Geographisches Institut

Intelligentes Flächenmanagement und qualitative Lebensraumgestaltung

Die UKOM betreut mehrere Projekte, die sich hauptsächlich mit Flächenmanagement, Altlasten, nachhaltigem Wirtschaften und Umweltmanagement beschäftigen.

Das Projekt **Intelligentes Flächenmanagement und qualitative Lebensraumgestaltung** soll dabei helfen, durch ein zukunftsweisendes Flächenmanagement einen Wechsel von quantitativem zu qualitativem Wachstum und zu einer intelligenten, zukunfts-fähigen Siedlungsentwicklung zu schaffen.

Dabei werden etwa ehemalige Industrie- oder militärisch genutzte Gebiete saniert und einer neuen Nutzung zugeführt. Hochwasser- und Lärmschutz, die Gestaltung attraktiver Büros und Wohnungen, sowie die Schaffung neuer Erholungs- und Spielmöglichkeiten sind von großer Bedeutung. Die Schirmherrschaft der drei Umweltministerien Baden-Württembergs, Hessens und Rheinland-Pfalz unterstreicht, dass die Maßnahmen auf regionaler Ebene als wichtig angesehen werden.



Die Geschäftsstelle der UKOM im Heinsteinwerk. Quelle: skyBILD



Logo der UKOM

Der Geograph im Verlagswesen

Exkursion zur Wissenschaftlichen Buchgesellschaft nach Darmstadt

Der Geograph im Verlagswesen

Bei der Betrachtung des Jobprofils eines Lektors scheinen vor allem Studenten mit einem Abschluss in Germanistik, Journalismus, Medien- und Kommunikationswissenschaft oder ähnlichem besonders geeignet zu sein. Doch was macht dann ein Geograph im Verlag und was genau zeichnet ihn aus?

Auch Geographen erlernen während ihres breit angelegten Studiums verschiedene Kompetenzen durch die sie für die Arbeit als Lektor in einem Verlag gut geeignet sind. Die überaus große Bandbreite an Themen, die das Geographiestudium beinhaltet, ermöglicht dem Geograph viele Informationen schnell zu erfassen und zu bündeln. Zudem ist er in der Lage auch einmal „über den Tellerrand“ hinaus zu schauen. Hinzu kommen die speziell im Geographiestudium erlernten länderkundlichen und interkulturellen Kompetenzen. Nicht zuletzt sprechen für den Geographen der gekonnte Umgang mit Landkarten, Luft- und Satellitenbildern. Folglich ist auch ein Geograph durchaus geeignet in einem Verlag zu arbeiten.

Jobprofil eines Lektors

Akquise

- von Autoren, Übersetzern und Verlagsdienstleistern (plus Honorar- & Terminverhandlungen)
- von Lizenzgeschäften

Arbeit am Text

- Bearbeiten von unaufgefordert eingesandten Manuskriptsendungen
- Sachliche und fachliche Prüfung der Textinhalte
- Rechtschreibprüfung
- Bearbeiten von Leserbriefsendungen

Vermarktung

- Entwicklung von marktfähigen Buchkonzepten inkl. Konkurrenzanalysen
- „Verteidigung“ der neuen Buchvorschläge bei der verlagsinternen Programmrunde
- Präsentation des Buchprogramms bei Vertreterkonferenzen
- Repräsentation (Buchmessen, Fachtagungen)

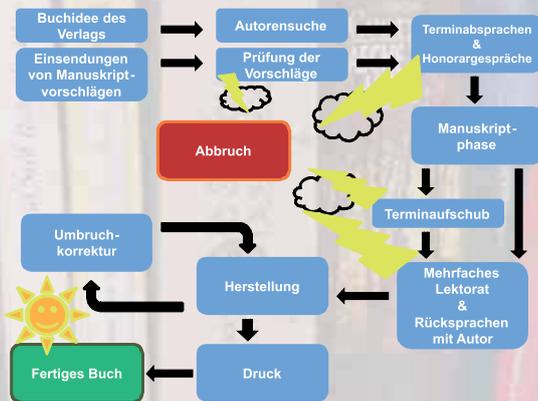
Quelle: eigene Darstellung nach Dr. R. Aschemeier.

Die Entstehung eines Buches

Der Erste Schritt bei der Entstehung eines Buches ist die gegenseitige Suche von Verlag und Autor, wobei die Buchidee dabei nicht zwingend vom Autor ausgehen muss. Erst danach beginnt die eigentliche Arbeit:

Der Autor schreibt ein Manuskript und der Lektor des Verlags korrigiert das Geschriebene nach Inhalt, Stil und Rechtschreibung. Nachdem sowohl Lektor als auch Autor mit dem Erstellten zufrieden sind, wird schließlich das Layout erstellt, das Buch gedruckt und verkauft.

Heutzutage übernehmen jedoch die Lektoren meist nur noch die Koordination dieses relativ langwierigen Prozesses. Die eigentliche Korrektur wird von freien Mitarbeitern durchgeführt. Die folgende Grafik soll nun noch mal verdeutlichen, dass der Prozess zur Entstehung eines Buches aus mehreren Variablen besteht und keinesfalls immer von Erfolg gekrönt ist:



Quelle: eigene Darstellung nach Dr. R. Aschemeier.

Welche Verlage sind für Geographen aktuell interessant?



Quelle: eigene Darstellung nach Dr. R. Aschemeier.

Die Wissenschaftliche Buchgesellschaft

Die Wissenschaftliche Buchgesellschaft (WBG) existiert nunmehr seit 61 Jahren. Als 1949 einige Professoren sie als eingetragenen Verein gründeten stand die Idee im Vordergrund, durch den Krieg zerstörte Literatur einem breiten Leserkreis wieder zugänglich zu machen. Schon innerhalb weniger Jahre wurde aus dieser Idee ein international agierender Verlag zur Förderung von Wissenschaft, Bildung und Kultur, der heute rund 140.000 Mitglieder zählt.

Ein wichtiger Aspekt der Darmstädter Gesellschaft ist auch, dass sie nicht kommerziell ausgerichtet ist. Die erwirtschafteten Gewinne fließen wieder in die Förderung von Bildung und Wissenschaft, so werden damit beispielsweise Stipendien und wissenschaftliche Projekte finanziert.

Einstieg Praktikum

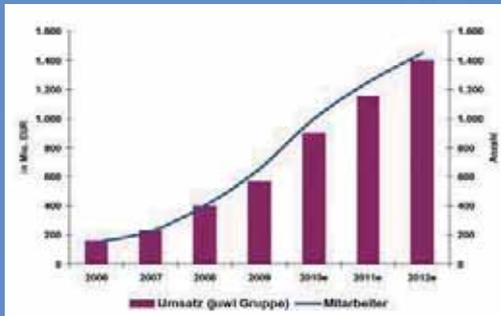
Das Jobprofil mag für einen Studenten auf den ersten Blick etwas abschreckend wirken. Mit einem Praktikum kann der Einstieg in das Verlagswesen jedoch erleichtert werden. Hierfür reichen einige wenige Voraussetzungen, wie ein breites und sicheres Fach- und Allgemeinwissen, das Beherrschen der neuen Rechtschreibung sowie das Grundwissen über die einzelnen Schritte der Buchentstehung. Die Freude am Lesen und eine gewisse Belastbarkeit sollten ebenfalls vorhanden sein.

Wer sich für ein Praktikum bei der WBG interessiert kann sich jederzeit bewerben bei:

Dr. R. Aschemeier
Hindenburgstraße 40
64295 Darmstadt
Telefon: 06151 - 3308156
E-Mail: aschemeier@wbg-wissenverbindet.de

Erneuerbare Energien - ein Berufsfeld für Geographen

Exkursion zur juwi Holding AG Wörrstadt



Entwicklung der Umsatz- und Mitarbeiterzahlen der Firma (Quelle: juwi.de)

Das Unternehmen

juwi ist ein deutsches mittelständisches Dienstleistungsunternehmen und einer der weltweit führenden Anbieter im Bereich der erneuerbaren Energien. Seit 1996 plant, projiziert, finanziert und betreibt juwi Anlagen zur Nutzung der regenerativen Energien von Wind, Sonne und Biomasse. Als neue Arbeitsbereiche sollen Geothermie und Wasserkraft zukünftig das Angebot der Firma erweitern. Die erfolgreiche Entwicklung des jungen Unternehmens spiegelt sich in dem überdurchschnittlichen Anstieg der Mitarbeiterzahlen und der enormen Steigerung der Jahresumsätze wider.

Windenergie

juwi hat weltweit bereits an mehr als 70 Standorten Windräder projiziert, und das Wachstumspotenzial in der Windbranche ist vor allem mit Blick auf attraktive Standorte im Ausland ungebrochen. Neben der Standort-suche sowie der Planung und Realisierung von Projekten kümmern sich das Unternehmen auch um die komplette Finanzierung und die technische und kaufmännische Betriebsführung.



Windpark Wörrstadt (Quelle: eigene Aufnahme)

Zahlen & Fakten

- Anzahl Windräder: > 400
- installierte Leistung: > 650 MW
- Investitionsvolumen: ca. 950 Mio. Euro
- Jahresenergieertrag: ca. 1,6 Mrd. kWh
- jährliche CO₂-Einsparung: > 1,3 Mio. Tonnen

Solarenergie

juwi plant, baut, finanziert und betreibt weltweit Solarstromanlagen jeder Größenordnung – von der Kleinanlage auf dem Dach bis zur großen Freiflächenanlage im Kraftwerksmaßstab. Weiter ausbauen wird juwi künftig Angebote für Inselssysteme, die unabhängig vom Netz solaren Strom produzieren. Netzferne Abnehmer wie Hotels und Schulen – beispielsweise in Entwicklungsländern – sind für derartige Anlagen (off-grid) prädestiniert.



Solarpark Waldpolenz (Quelle: juwi.de)

Zahlen & Fakten

- Anzahl Anlagen: > 1.400
- installierte Leistung: > 600 MW
- Investitionsvolumen: ca. 1,8 Mrd. Euro
- Jahresenergieertrag: ca. 600 Mio. kWh
- jährliche CO₂-Einsparung: ca. 360.000 Tonnen

Bioenergie

juwi plant, errichtet, finanziert und betreibt Biogasanlagen, Heizwerke und Heizkraftwerke. Dabei wird besonders auf eine lückenlose Prozesskette geachtet. Das betrifft die Versorgung mit dem optimalen Rohstoff ebenso wie die bedarfsgerechte Lieferung von Wärme und Strom zum Abnehmer vor Ort. juwi bietet außerdem Produktionsstätten zur Herstellung naturbelassener, CO₂-neutraler Brennstoffe wie Pellets und Briketts.



Biogasanlage Bischheim (Quelle: juwi.de)

Zahlen & Fakten

- Anzahl Anlagen: 4 Biogasanlagen | 1 Pelletieranlage | 1 Energiekabine
- installierte Leistung: 1.570 kW
- Investitionsvolumen: ca. 20 Mio. Euro
- Jahresenergieertrag: ca. 12 Mio. kWh
- jährliche CO₂-Einsparung: > 7.800 Tonnen

Arbeitsfelder für Geographen

Das Unternehmen bietet einige Beschäftigungsmöglichkeiten für Geographen. Die klassischen geographischen Schwerpunkte liegen in der Durchführung von Standortanalysen, Machbarkeitsstudien und Umweltverträglichkeitsprüfungen (UVP), Gutachten und Flächennutzungsplänen, sowie in der Akquise von geeigneten Flächen, insbesondere für die Wind- und Solarenergienutzung. Praktikantenstellen werden, oft auch in Verbindung mit Abschlussarbeiten, ganzjährig flexibel und ohne feste Bewerbungsfristen vergeben. Die Praktikumsdauer beträgt mindestens drei Monate. Die Praktikumsvergütung richtet sich gestaffelt nach dem Qualifikationsgrad des Praktikanten. Praktikantenstellen werden auch an den Standorten im Ausland vergeben.

Ein Praktikum bei der juwi bietet:

- Einblicke in die Zukunftsbranche der erneuerbaren Energien
- Teilhabe an der Vision einer rein regenerativen Energieversorgung
- Teamarbeit in aktuellen Projektgeschäften
- Eigenständige Bearbeitung kleinerer Projekte und Unterstützung einzelner Projektschritte
- Übernahme Verantwortungs- und anspruchsvolle Aufgaben
- Betreuung durch einen Paten im Team und die juwi Academy
- Eine Angemessene Vergütung
- Möglichkeiten, das vielfältige Sport-, Freizeit- und Mobilitätsangebot von juwi zu nutzen

Das Unternehmen wurde durch den Wettbewerb „Great Place to work“ im Jahr 2010 unter die Top 50 der besten Arbeitgeber in Deutschland gewählt



Der Weg zu einer nachhaltigen Energieversorgung

- Erkenntnisse eines Besuchs bei *juwi* in Wörrstadt -

Kampagne 100% erneuerbar

Im Jahr 2007 startete *juwi* die Kampagne „100% erneuerbar“ mit dem Ziel Menschen davon zu überzeugen, dass es in naher Zukunft möglich ist, den gesamten weltweiten Energiebedarf mit erneuerbaren Energien zu decken. Teile des Konzepts sind die Versorgungssicherheit, die Unabhängigkeit von Energieimporten und stabile Strompreise. Dabei setzt *juwi* auf dezentrale Anlagen, die die regionale Wertschöpfung, beispielsweise durch kommunale Einnahmen aus Gewerbe- und Umsatzsteuer, stärken und neue Arbeitsplätze schaffen.

juwi

juwi ist ein Unternehmen aus der Branche der Erneuerbaren Energien, dessen Tätigkeitsfelder in allen Bereichen der Erneuerbaren Energien liegen. So werden Anlagen für Windkraft, Photovoltaik, Biogas, Wasserkraft und Geothermie geplant und entwickelt. Zudem bietet *juwi* die Beratung, Finanzierung, Realisierung und Betriebsführung für diese Projekte an. Der Hauptsitz von *juwi* liegt im rheinland-pfälzischen Wörrstadt, wo 700 der etwa 1000 Mitarbeiter beschäftigt sind.



Abb.1:
Windpark
Wörrstadt
Quelle: *juwi*

juwi
weltweit
>400
Windräder

Nachhaltiges Bauen

Einen großen Teil unserer täglichen Energie verbrauchen wir in den Haushalten und Bürogebäuden. Durch Nachhaltiges Bauen kann der **Energieverbrauch pro Quadratmeter** enorm **gesenkt** werden. Ermöglicht wird das unter anderem durch gute Dämmung, Energiespeicher, Lüftungsanlagen, Wärmetauscher und sparsame Geräte. Mit Photovoltaikanlagen auf dem Dach und nachhaltiger Heiztechnik kann der anfallende Energieverbrauch zeitweise sogar übertroffen werden. Das **Nachhaltige Bauen** bezieht sich selbstverständlich auch auf die verwendeten **Materialien** und Techniken. Durch Holzbauweise und natürliche Baustoffe ergibt sich ein **angenehmes Raumklima**.

Seit 2010 ist *juwi* bei der Planung und Realisierung im Bereich des Nachhaltigen Bauens aktiv und versucht damit einen weiteren Baustein im 100% erneuerbar-Puzzle mitzugestalten.



Abb.2: Morbach, Deutschland; Quelle: *juwi*
juwi weltweit >1400 Photovoltaikanlagen

Erneuerbare Energien

Strom und Wärme aus Sonnenlicht, Wind, Erdwärme, biologischen Stoffen oder Wasser ist nicht nur **umweltfreundlich**, sondern vor Ort und **unabhängig** von politischen oder wirtschaftlichen Veränderungen erzeugbar. Erneuerbare Energien brauchen keine fossilen Brennstoffe oder Endlager, sind in unterschiedlicher Ausprägung überall vorhanden und haben **riesige Potenziale**, die Stück für Stück erschlossen werden.

In diesem Bereich ist *juwi* unter anderem in der Realisierung zahlreicher Photovoltaikanlagen, Windparks oder Biogasanlagen tätig. Erneuerbare Energien ergänzen sich gut, sind flexibel und können durch den Ausbau flexibler Netze sowie durch intelligente Endabnahmegерäte den Stromverbrauch bedarfsgerecht decken.

100%
erneuerbar

- Das jährliche Angebot erneuerbarer Energie übersteigt den Weltenergiebedarf um ein vielfaches
- Technisch wird es bereits in 30 Jahren möglich sein den kompletten Strombedarf aus regenerativen Energien zu decken

Elektromobilität

Der Ausstoß von Treibhausgasen im Verkehr, kann durch **Elektromobilität auf Basis von erneuerbaren Energien**, massiv verringert werden. Damit sich Individualverkehr und Klimaschutz nicht länger widersprechen, wird momentan an zahlreichen Projekten gearbeitet. Die Nutzung Erneuerbarer Energien im Verkehrssektor verspricht **Preis- und Versorgungssicherheit** für die Zukunft. Zusätzlich können Elektroautomobile ein dezentraler Speicherbestandteil von intelligenten Stromnetzen werden, indem sie Energie bei guten Windverhältnissen oder Sonnenschein speichern. Diese Energie kann in Zukunft nicht nur zum Fahren verwendet werden, sondern bei Bedarf wieder ins Stromnetz gespeist werden.

juwi beteiligt sich in diesem Kontext neben der Förderung, Realisierung und Planung Erneuerbarer Energieprojekte bei der Entwicklung von Stromparkplätzen sowie solarer Carports. Darüber hinaus sammelt *juwi* im Bereich der Elektromobilität Erfahrungen und entwickelt Optimierungsmöglichkeiten für die Nutzung von Elektrofahrzeugen im Alltag von Berufspendlern.



**EXKURSION DER
PRAKTIKUMSINITIATIVE GEOGRAPHIE
zur Berufsorientierung nach München**

am Freitag, den 26. Juni 2009



Am Freitag, den 26. Juni 2009 fand die von der Praktikumsinitiative Geographie (PIG) organisierte Exkursion zur Berufsorientierung nach München statt. Besucht wurde die CIMA Beratung und Management GmbH, der Landesverband Bayrischer Einzelhandel LBE sowie die BBE Handelsberatung. Zunächst stellten sich die CIMA und der LBE vor, wobei auf die jeweilige Unternehmensstruktur und das Aufgabenfeld eingegangen wurde. Nach einer Mittagspause in der hauseigenen Kantine erhielten die Studenten einen näheren Einblick in das Arbeitsfeld der BBE. Einen unmittelbaren Einblick in mögliche Tätigkeitsbereiche während eines Praktikums ermöglichten die persönlichen Erfahrungsberichte von zwei Praktikanten der CIMA und der BBE. Zudem standen die engagierten Mitarbeiter den Studenten jederzeit für Fragen zur Verfügung.

1. Der Firmenverbund

Die CIMA, der LBE sowie die BBE Handelsberatung bilden einen Firmenverbund und sind daher auch in einem Gebäude untergebracht. Der LBE ist dabei ein Gesellschafter der BBE, die CIMA eine Tochtergesellschaft der BBE. Neben der LBE, BBE und CIMA zählt auch die IPH Handelsimmobilien zum Firmenverbund. Diese entwickelt Konzepte für Handels- und Dienstleistungsimmobiliien bis hin zu deren Vermietung.

2. CIMA Beratung und Management GmbH

Die CIMA GmbH versteht sich als praxisorientierter Umsetzungsberater in den Bereichen Stadt- und Regionalentwicklung sowie beim Marketing im öffentlichen Sektor. Sie vermittelt zwischen öffentlichen und privaten Interessen, hauptsächlich in den Geschäftsfeldern Einzelhandel, Stadtmarketing und -planung, Wirtschaftsförderung, Tourismus sowie in der Personal- und Organisationsberatung.

Bei der CIMA GmbH können interessante Praktika absolviert werden, die nach einer Einarbeitungsphase viel Eigenständigkeit und Engagement erfordern. Im Folgenden sind die Inhalte eines Praktikums bei der CIMA GmbH detailliert aufgeführt. Diese werden an die Fähigkeiten und Interessen der Praktikanten angepasst und auf die aktuelle Projektsituation des Unternehmens zugeschnitten.

Praktikumsinhalte: CIMA Beratung und Management GmbH

1. Phase	<i>Einarbeitung</i> (max. 1 Woche) <ul style="list-style-type: none">• Vermittlung der Firmeninterna und des Basis-Know-hows• Rundgang BBE und LBE
2. Phase	<i>Praktische Mitarbeit und aktiver Einsatz</i> <ul style="list-style-type: none">• CIMA – Organisation und Kommunikation:<ul style="list-style-type: none">○ Sammeln, Pflegen und Verwalten von Daten- und Presse-material• Sekretariatsarbeit:<ul style="list-style-type: none">○ Übersicht über notwendige „Nebentätigkeiten“• Assistenztätigkeit im Innendienst:<ul style="list-style-type: none">○ Vor- und Nacharbeiten für Beratungen, Workshops und Marktuntersuchungen• Assistenztätigkeit im Außendienst:<ul style="list-style-type: none">○ Zum Beispiel Konkurrenz- und Standortanalysen, Begleitung von Akquisitions- und Präsentationsfahrten oder Durchführung von Konsumentenbefragungen• Selbständige Tätigkeiten:<ul style="list-style-type: none">○ Praktische Umsetzung der CIMA-Arbeiten nach mind. zwei Monaten

3. Landesverband Bayrischer Einzelhandel LBE

Bei der LBE handelt es sich mit ungefähr 13.000 Mitgliedsunternehmen um den größten Arbeitgeberverband Bayerns. Zu den Kernkompetenzen des LBEs zählen die allgemeine Interessenvertretung, die Tarifpolitik, die arbeitsrechtliche Beratung und Prozessvertretung, sowie die Standortpolitik für den Einzelhandel. Diese Aufgaben verwirklicht der LBE durch Beratung und Informationen in für den Einzelhandel relevanten Fragestellungen. Darunter fallen beispielsweise Arbeitsrecht- und Wettbewerbsthemen, Berufsbildungsfragen und die Bereitstellung von Musterverträgen. Hierfür steht der Verband in Kontakt mit Ministerien, Wirtschaftsverbänden, Einkaufskooperationen, Kommunen und Banken. Des Weiteren ist der LBE bestrebt, durch seine Arbeit die Öffentlichkeit für handelsrelevante Themenfelder zu sensibilisieren.

4. BBE Handelsberatung

Die Leistungen der BBE Handelsberatung umfassen die Unternehmensberatung, die Standort- und Immobilienberatung, die Abteilung Research & Tools (Marktforschung) sowie den so genannten New Commerce.

Die BBE verfügt über einen eigenen Datenpool, welcher handelsrelevante Marktdaten, aktuelle Vergleichswerte und Benchmarks der Branchenbesten enthält. Erstellt wird dieser unter anderem durch Kundenzufriedenheitsanalysen, Kaufkraft- und Umsatzkennziffern. Die eigenen Marktforschungsergebnisse werden für die Erstellung von Standortanalysen, Verträglichkeitsgutachten, Expansionsstrategien und Marktpotentialanalysen herangezogen. Somit unterstützt die BBE Unternehmen in der Strategieentwicklung, der Existenzgründung und Expansion, der Ertragsoptimierung sowie der Unternehmensnachfolge. Das E-Commerce umfasst die Entwicklung von Geschäftsmodellen im Bereich des mobilen Internets und netzbasierten Verkaufstechnologien für Handelsbetriebe, Verbundgruppen des Handels, Herstellern sowie Kapitalgebern.

5. Praktikumsdetails

	BBE Handelsberatung	CIMA Beratung und Management GmbH
Praktikumsdauer	3-6 Monate	4-6 Monate
Fachbereiche	Wirtschaftsgeographie, BWL/VWL	Wirtschaftsgeographie, Betriebswirtschaft, Immobilienwirtschaft und Raumplanung

Themenbereiche	<ul style="list-style-type: none">• Standort- und Marktanalyse• Verträglichkeitsbegutachtung von Einzelhandelsvorhaben• Anwendung empirischer Sozialforschung• Begleitung bei Vor-Ort-Terminen• Betriebswirtschaftliche Auswertungen• Strategische Analysen
-----------------------	--

	BBE Handelsberatung	CIMA Beratung und Management GmbH
Qualifikationen	<ul style="list-style-type: none"> • Vordiplom • sehr gute Kenntnisse in Word, Excel und PowerPoint • Interesse an standortbezogenen Fragen des Einzelhandels • selbständiges Arbeiten 	<ul style="list-style-type: none"> • Vordiplom • sehr gute Kenntnisse in Word, Excel, PowerPoint, evtl. SPSS und ArcView • Eigenständigkeit, Eigenverantwortlichkeit und Engagement
Vergütung	400 € monatlich	400 € brutto monatlich und Essensmarken (2€ pro Tag)
Kontakt	Markus Wotruba BBE Handelsberatung München Brienner Straße 45 80333 München Tel: 089 55 118 - 176 E-Mail: wotruba@bbe.de	Petra Creatore CIMA Beratung + Management GmbH Brienner Straße 45 80333 München Tel: 089 55 118-154 E-Mail: creatore@cima.de

6. Berufsperspektiven für Wirtschaftsgeographen

Im Folgenden soll nun auf die allgemeine Arbeitsmarktsituation für Wirtschaftsgeographen eingegangen werden.

Die Wirtschaftsgeographie konnte sich in den letzten Jahren immer besser am Arbeitsmarkt etablieren. Für die Berufseinstellung ist vor allem die fachliche Qualifikation durch die gesieelte Spezialisierung in Richtung Wirtschaftsgeographie ausschlaggebend. Besonders Grundkenntnisse in Betriebs- und Volkswirtschaftslehre helfen dabei das persönliche Profil zu stärken. Zudem bilden entsprechende Nebenjobs und Praktika einen wichtigen Faktor. Unerlässlich sind EDV-Kenntnisse sowie selbstständiges Arbeiten. Eine immer größere Bedeutung gewinnen Auslandserfahrung sowie fachspezifische Software Skills. Wirtschaftsgeographen zeichnen sich insbesondere durch ihre inhaltliche Flexibilität aus.

Ein Großteil der Wirtschaftsgeographen ist bei privaten Arbeitgebern beschäftigt, gefolgt von öffentlichen Arbeitgebern. Der Schwerpunkt der Arbeit eines Wirtschaftsgeographen liegt in der Wirtschaftsförderung oder dem Stadtmarketing, der Betriebswirtschaft (Logistik, Einkauf, Verkauf) sowie der Forschung. Entsprechend liegt das Bruttogehalt eines Wirtschaftsgeographen meist knapp über dem Durchschnitt der Geographieabsolventen in Deutschland. Stellenangebote sind vor allem in den Ballungsräumen Deutschlands – Frankfurt, Hamburg, Hannover, Köln, Berlin – zu finden.

Geographie und Beruf – vier spektakuläre Einblicke ins Berufsleben von Geographen inklusive konkreter Fallbeispiele für die Anwendung geographischen Fachwissens

bot eine Veranstaltung im Juni 2009

Eine Zusammenfassung von Michael Handke

Was machen eigentlich (Human-)Geographen später einmal im Berufsleben? Welches Wissen und welche Fähigkeiten aus dem Geographiestudium sind in der Privatwirtschaft gefragt? Wie kann man mit geographischem Wissen Geld verdienen?

Auf diese Fragen erhielten Geographiestudenten der Universität Heidelberg im Juni 2009 eine detaillierte Antwort. Vier Geographen, die mit beiden Beinen im Berufsleben stehen, kamen nach Heidelberg, um über ihre langjährigen Erfahrungen in der Wirtschaft zu berichten. Als besonderes ‚Schmankerl‘ gaben sie in Form von Gruppenarbeit und Fallbeispielen tiefe Einblicke in Fragestellungen, Herausforderungen und Lösungsansätze des geographischen Tagesgeschäfts.

- **Wer wollte nicht schon immer mal wissen, wie geographische Konsumforschung funktioniert?** *Herr Bartmann von der Forschungsgruppe gdp aus Hamburg* analysiert das Laufverhalten von Kunden in Supermärkten. Lässt sich der Kunde durch die Anordnung von Regalreihen zu gezieltem Kaufverhalten animieren?
- **Zum Handwerkszeug eines Geographen gehören Unternehmensbefragungen:** *Herr Birnbrich arbeitet am Ifo Institut in München* und erfährt wohl als einer der Ersten, wann das Ende der aktuellen Wirtschaftskrise erreicht ist. Herr Birnbrich koordiniert die monatliche Erhebung des ifo-Geschäftsklimaindex.
- **Geographen können Unternehmen führen und lenken – oder auch beides auf einmal:** *Herr Filippi führt die Aschaffener Zweigstelle der Bayernhafen GmbH & Co. KG*, welche die Aufgabe hat, Gewerbeunternehmen an den Hafenstandort Aschaffenburg zu lenken. Herr Filippi erstellt Gewerbeflächenkonzepte für Unternehmen und verwaltet den Standort. Er ist Wirtschaftsförderer und Unternehmer in einem.
- **Die Bedeutungen und Nutzungen von Standorten verändern sich und Geographen helfen dabei tatkräftig mit:** *Herr Taeger ist Unternehmensberater der Firma PM&Partner aus München* und spezialisiert auf die Wiederbelebung von Unternehmensstandorten. Wie lassen sich Chancen und Risiken alternativer Standortnutzungen bewerten? Wie werden Altstandorte für neue Investoren interessant?

Im Folgenden werden die Tätigkeitsfelder und Berufserfahrungen von zwei der vier eingeladenen Geographen genauer skizziert. Wie sich dabei herausstellt, bilden die ‚handwerklichen‘ Fähigkeiten eines Geographen wie Kartographie, GIS, eigenständige empirische Datenerhebung und -auswertung sowie interdisziplinäres, analytisches Herangehen an Problemstellungen wichtige Qualifikationen zum Einstieg und Aufstieg im Berufsleben.

Wer wollte nicht schon immer mal wissen, wie geographische Konsumforschung funktioniert? Herr Bartmann liefert Antworten:

Herr Bartmann arbeitet in der Abteilung für Konsumforschung im privaten Beratungsunternehmen ‚Forschungsgruppe g/d/p‘ aus Hamburg. Unter anderem analysiert er das Laufverhalten und mental maps von Kunden in Supermärkten. Lässt sich der Kunde durch die Anordnung von Regalreihen zu gezieltem Kaufverhalten animieren?

Auftraggeber und Kunden der Firma g/d/p kommen aus dem Einzelhandel. Sie wenden sich an g/d/p, um Marktstudien und strategische Beratung zu erhalten. Zum Tagesgeschäft von Herrn Bartmann gehören die Akquisition von Beratungsprojekten sowie ihre Durchführung. Die Aufträge können sich auf Standortanalysen beziehen, die Überprüfung der Wirksamkeit von Marketing-Maßnahmen zum Inhalt haben oder auf Messungen der Kundenzufriedenheit hinauslaufen.

Zu den standardisierten Dienstleistungen der Firma g/d/p gehören so genannte *Price-Perception-Studien*. Dabei geht es um die Entwicklung einer Pricing-Strategie für den Einzelhandel unter Berücksichtigung von Normal- und Sonderangebotspreisen sowie spezieller Zielgruppen. Sie basieren auf standardisierten Interviews mit Kunden, um deren Preiswahrnehmung in Relation zu ihren Preiskenntnissen zu erfassen (siehe Abb. 1). Die Datenerhebung erfolgt telefonisch in Form von CATI-Befragungen (Computer Assisted Telephone Interviews) in den Einzugsgebieten repräsentativ ausgewählter Märkte. Über die Befragung werden Verkaufsartikel unterschieden, bei denen auf Kundenseite eine hohe Preiskenntnis vorliegt und die für die Preiswahrnehmung

von hoher Bedeutung sind, sowie Artikel, für die eine Preiswahrnehmung fast nicht messbar ist und auch (fast) keine Preiskenntnis vorliegt. Für erstere Artikel wird die Empfehlung ausgesprochen, Preise zu senken. Letztere werden idealerweise im Preis erhöht.

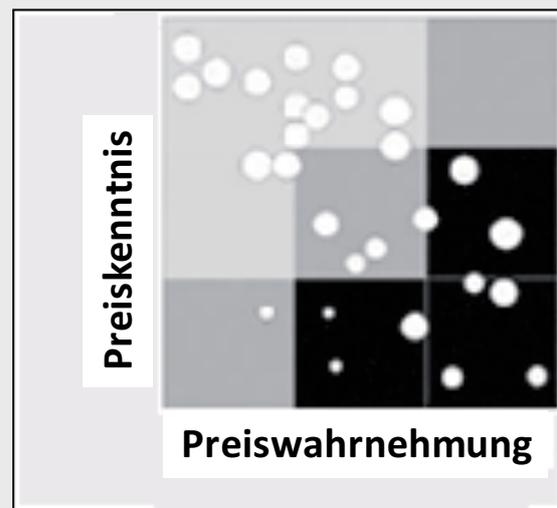


Abb. 1: Analyse der Preiskenntnis und -wahrnehmung; Quelle: <http://www.gdp-group.com>

Zu den spektakuläreren Projekten der Firma g/d/p gehören *Kundenlaufstudien*, bei denen das Orientierungs-, Informations- und Kaufverhalten der Kunden erfasst werden und für die Optimierung von Gestaltungskonzepten, Platzierungen oder Aktionen ausgewertet werden. In Kundenlaufstudien werden z.B. in einem Supermarkt die Bewegungen und das Verhalten von Kunden im Rahmen einer verdeckten Beobachtung auf einem digitalen Raumplan vermerkt. Dabei werden beobachtbare Handlungsabläufe der Kunden wie Laufrichtungen, Beobachtungs- und Informationsverhalten, zögerlicher oder gezielter Kauf, etc. registriert. Wie auf einem elektronischen Schaltplan lassen sich anschließend Kundenströme, Frequenzen und Verweildauer innerhalb eines Geschäftes erkennen (siehe Abb. 2).

Aus den erhobenen Daten werden Erkenntnisse abgeleitet wie z.B.: die Höhe der Kaufwahrscheinlichkeit an einzelnen Regalen, die Aufenthaltsdauer des Kunden im Supermarkt, der Weg des Kunden, die sogenannten ‚Rennstrecken‘ und ‚Bummelstrecken‘. Welches sind die ‚toten Ecken‘ im Supermarkt? Wo liegen Laufhindernisse? Kundenlaufstudien bringen mehr Transparenz in das Einkaufsverhalten und helfen dem Handel, Service auf hohem Niveau anzubieten.

Definitiv zu den spektakulärsten, weil aufwändigsten Projekten der Firma g/d/p zählen Simulationen von Einkäufen, das so genannte ‚Mystery Shopping‘. Dabei werden Testkäufer speziell geschult und typische Einkaufssituationen mit glaubwürdigen Geschichten konstruiert, um ein möglichst breites Spektrum zur Beurteilung der Service- und Verkaufsleistung in einem Einzelhandelsgeschäft erfassen zu können. Einerseits werden die Testkäufer nach einem Einkauf intensiv befragt, andererseits werden ihnen elektronisch-optische Geräte aufgesetzt, die es während des Einkaufs ermöglichen, die Bewegungen der Augen des Käufers und dessen Blickfeld zu erfassen. Parallel dazu werden reizinduzierte Veränderungen der Gehirnaktivität gemessen. Mystery Shopping liefert ergänzende Erkenntnisse über das Kundenverhalten und die Kundenzufriedenheit in Einzelhandelsgeschäften.

Herr Bartmann ist bei der Firma g/d/p als Geograph im Bereich der Konsumforschung sicherlich als Exot zu bezeichnen. Er ist zugleich aber auch ein Geograph, der bereits während seines Studiums einen Schwerpunkt auf Wirt-

schaftsgeographie gelegt hatte und diesen mit einem Nebenfach in Betriebswirtschaftslehre mit Fokus auf Marketing ergänzte. Die im Nebenfach erworbenen Fähigkeiten lassen sich mit den klassischen Fähigkeiten eines Geographen gut verbinden. Diese klassischen (human-) geographischen Fähigkeiten sind im Tätigkeitsfeld der Konsumforschung gut aufgehoben, wie Herr Bartmann schließlich an einem Fallbeispiel deutlich machte: Zu jeder Kundenberatung gehört eine Standortanalyse – d.h. eine Analyse des geographischen Markt- und Wettbewerbsumfelds und der sozio-ökonomischen Beschreibung der Zielgruppen im Einzugsgebiet von Filialen. Gibt es z.B. im Umfeld des Marktes noch unausgeschöpftes Potenzial bei bestimmten Bevölkerungsgruppen? Sind bisher unerfüllte Anforderungen, z.B. bezüglich Sortiment oder Kundenorientierung vorhanden? *„Als Geograph habe ich gelernt, die Lage eines Standorts zu bewerten. Ich habe insbesondere gelernt, Methoden auszuwählen und anzuwenden, die es mir ermöglichen, Information und Daten originär zu erheben, um Standortfragen zu beantworten. Manchmal ist z.B. eine Befragung von Nicht-Kunden oder ehemaligen Kunden einer Befragung von Kunden vorzuziehen. Dann nämlich, wenn ein Einzelhandelsmarkt einen starken Kundenrückgang verzeichnet. Als Wirtschaftsgeograph gelingt es mir, Chancen und Handlungsrelevanzen zur Stärkung des Handelsunternehmens aufzuzeigen, eine Stärken/Schwächen-Analyse zu erarbeiten und auch betriebswirtschaftliche Verbesserungspotenziale zu erfassen“.*



Abb. 2: Kundenlaufstudie in einem Supermarkt; Quelle: <http://www.gdp-group.com>

Benedikt Bartmann
 gdp Marktanalysen GmbH
 Richardstraße 18, 22081 Hamburg
<http://www.gdp-group.com>



Geographen können Unternehmen führen und lenken – oder auch beides auf einmal. Wie das geht, zeigt Herr Filippi:

Herr Filippi ist Geschäftsführer der Zweigstelle der Bayernhafen GmbH & Co. KG in Aschaffenburg, welche die Aufgabe hat, Gewerbeunternehmen an den Hafenstandort Aschaffenburg zu lenken. Herr Filippi hat in den 1980er Jahren in Würzburg Geographie studiert. Seinen Berufseinstieg in die Verwaltung eines Hafens fand er einerseits als Werksstudent der Hafenverwaltung Würzburg, andererseits über seine Diplomarbeit zum Thema Grundstückverwaltung. Heute blickt Herr Filippi auf eine langjährige Berufstätigkeit zurück und löst mit seinem geographischen Fachwissen vielfältige Probleme. Er ist ein Beispiel dafür, dass Geographiestudenten bereits während des Studiums mit einem klaren Fokus und einer Spezialisierung ihrer beruflichen Interessen durch Praktika und Abschlussarbeit die Weichen ihrer anstehenden beruflichen Karrieren stellen können.

Die Bayernhafen GmbH & Co. KG ist ein öffentliches, aber privatrechtlich organisiertes Unternehmen, das am Standort Aschaffenburg zu je gleichen Teilen im Marktsegment des Waren- und Güterumschlags sowie der Gewerbegebiet-Entwicklung bzw. -verwaltung arbeitet. Der Hafen in Aschaffenburg ist ein großes Gewerbegebiet, mit fluktuierenden Nutzungen. Insofern erfüllt Herr Filippi auch die Funktion eines Wirtschaftsförderers – jedoch mit einem klaren Fokus auf die Entwicklung des eigenen Standorts. Den vergleichsweise hohen Anteil an Aufgaben der Gewerbegebietsverwaltung in Aschaffenburg begründet Herr Filippi mit der besonderen Wirtschaftsstruktur der Stadt: Aschaffenburg ist ein Industriestandort mit einem hohen Industriebeschäftigtenanteil von derzeit 44%. An anderen Hafenstandorten steht eher die Organisation und Koordination des Warenumschlags im Mittelpunkt einer Hafenverwaltung.





Abb. 3: Leistungsangebot der Bayernhafen Gruppe; Quelle: <http://www.bayernhafen.de/>

Herr Filippi beschreibt die Dienstleistungen seines Unternehmens und seine Aufgaben wie folgt: *„Zunächst bemüht sich der Bayernhafen in Aschaffenburg darum, für potenzielle Industrieunternehmen mit hohem Güteraufkommen eine Geschäftsidee zu entwickeln. Hierbei sind wir Standortplaner: Wir versuchen güterverkehrsstarke Branchen zu verstehen. Wir versuchen Trends in hafenrelevanten Branchen zu verstehen und auch vorherzusehen. Dann entwickeln wir für Unternehmen eine Geschäftsidee und zeigen ihnen Vorteile auf, die sie durch eine Ansiedlung in Aschaffenburg realisieren könnten. Das können wir nur, wenn wir die Wertschöpfungsketten in einzelnen Branchen verstehen. Es kommt auf Agglomerationsvorteile und vernetzte Produktion an. Beides sind Konzepte, die in der wirtschaftsgeographischen Ausbildung gelehrt werden. Ein Beispiel für eine interessante Branche ist die Holzverarbeitung. In diesem Sektor sind uns in den letzten Jahren gleich mehrere Unternehmensansiedlungen gelungen. Holz ist transportkostenintensiv. Die räumliche Nähe zwischen Holzverarbeitern und –*

veredlern ist von Vorteil. Wir haben sogar zwei verschiedene Möglichkeiten Nähe herzustellen: Einerseits indem wir Unternehmen derselben oder benachbarter Branchen einen gemeinsamen Standort und gemeinsame Infrastruktur bereitstellen, andererseits indem wir die Unternehmen beim logistischen Transport ihrer Waren unterstützen – sozusagen die Distanz zwischen den Unternehmen überbrücken. In beiden Fällen helfen wir den Unternehmen bei der Verbesserung ihrer Effizienz“. Hat ein Unternehmen Interesse am Standort im Hafen gezeigt, entwickelt die Bayernhafen GmbH in Aschaffenburg ein Immobilien-Konzept, d.h. ein Gewerbeflächenkonzept. Einmal auf dem Hafengelände angesiedelt, zahlen die Unternehmen dann Miete für die Nutzung der Hafeninfrastruktur. Hafenkräne oder der Rangierbetrieb werden vom Bayernhafen betrieben. *„Der Hafen ist traditionell prädestiniert für Massengutverkehre und Schwergut, also für Unternehmen aus der Stahlindustrie und aus dem Bereich Kessel- und Anlagenbau. Mit dem Wandel zu modernen Logistik-Drehscheiben sind Häfen als Standorte*

aber auch für Speditionen, Logistikdienstleister und Umschlagunternehmen interessant, die auf die Verladung und den Transport von Containern spezialisiert sind“. Die Aufgabe von Herrn Herr Filippi ist es, den Hafen Aschaffenburg durch gezielte Neuinvestitionen in Infrastruktur wettbewerbsfähig zu halten und durch einen gezielten Mix an angesiedelten Branchen Synergieeffekte zu ermöglichen. Häfen wie Nürnberg oder Frankfurt sind ernst zu nehmende Wettbewerber“.



Abb. 4: Zentrale Lage des Bayernhafens Aschaffenburg;
Quelle: <http://www.bayernhafen.de/>

Herr Filippi spielte bei seinem Besuch in Heidelberg anhand eines konkreten Fallbeispiels die Ansiedlung eines Unternehmens am Standort Aschaffenburg durch und bezog dabei die zuhörenden Studenten aktiv mit ein. Er rief ihre bereits im Studium erworbenen analytischen Fertigkeiten und ihre innovativen

Ideen ab. Er stellte sie vor die Aufgabe, die Revitalisierung des Geländes des ehemaligen Kohlekraftwerks im Bayernhafen Aschaffenburg zu organisieren und ein noch zögerndes, aber durchaus interessiertes Unternehmen mit Argumenten dazu zu bewegen, sich in Aschaffenburg anzusiedeln. „Das Fallbeispiel ist echt und aktuell. Wir hatten es vor kurzem geschafft, dass sich der weltweit größte Laubholzsägewerksbetreiber an unserem Standort niederließ. Das war die größte industrielle Neuansiedlung in Aschaffenburg seit mehr als 50 Jahren und eine der erfolgreichsten Flächenkonversionen Süddeutschlands überhaupt. Wir hatten bei unserer Überzeugungsarbeit auf Konzepte aus der Wirtschaftsgeographie zurückgegriffen. Mal sehen, ob sie hier als Heidelberger Geographiestudenten eine ähnliche Argumentation und Überzeugungsarbeit geleistet hätten“. Die anschließende Diskussion und Argumentationssammlung zeigte den Geographiestudenten, dass man auch ohne detaillierte betriebswirtschaftliche Kenntnisse mit einem wirtschaftlichen Raumverständnis, überzeugende Arbeit im Standortmarketing leisten kann. „Die betriebswirtschaftlichen Kenntnisse, die man dann sicherlich auch gut gebrauchen kann, kann man sich auch noch nach dem Studium durch Praxiserfahrungen aneignen – oder mit einem Praktikum während des Studiums: Wer Interesse an einem Praktikum im Bayernhafen Aschaffenburg hat, kann sich gerne initiativ bei uns bewerben!“

Wolfgang Filippi
Bayernhafen Aschaffenburg
Hafenbahnhofstraße 27
63741 Aschaffenburg
<http://www.mainhafen.de>



DER ARBEITSMARKT FÜR HOCHSCHULABSOLVENTEN

„Vorstellung oder Realität?“

Welche Kompetenzen sollte ein Geograph für das spätere Berufsleben mitbringen? Eine Frage, mit der sich sicherlich schon jede/r Student/in im Verlaufe des Studiums auseinander gesetzt hat. Ziel des Geländepraktikums „Der Arbeitsmarkt für Hochschulabsolventen“ im WS 2009/10 war es herauszufinden, in wie weit die erlernten Kompetenzen, sowohl im Studium als auch außeruniversitär, mit den tatsächlich benötigten kongruent sind. Hierfür wurden mithilfe teilstandardisierter Fragebögen und durch Interviews Studenten, Arbeitnehmer und Arbeitgeber sowie ein Vertreter des Hochschulteams der Agentur für Arbeit in Heidelberg befragt, für wie bedeutsam sie Fachwissen, Methodenkenntnisse, Zusatzqualifikationen und Soft Skills für das Berufsleben erachten.



Abb. 1: Tätigkeitsfelder von Geographen;

Quelle: Eigene Zusammenstellung aus Bundesagentur für Arbeit (2005), 13ff.

Ergebnisse

Vorweg ist festzuhalten, dass die Disparitäten zwischen den erwarteten Kompetenzen und den tatsächlich benötigten nicht so groß sind, wie vielleicht erwartet. So ist von allen befragten Gruppen ein klares Ranking der Kompetenzgruppen zu erkennen: **1. Fachwissen, 2. Methodenkenntnisse, 3. Zusatzqualifikationen.**

Im direkten Vergleich ist also das Fachwissen von größter Bedeutung im späteren Berufsalltag, was auch von studentischer Seite bereits erkannt wurde. Doch sind auch die Methodenkenntnisse und Zusatzqualifikationen nicht zu vernachlässigen. Je nach Tätigkeitsfeld oder Art des Berufseinstiegs kommen verschiedenen Teilelementen verschieden starke Bedeutungen zu.

Fachwissen

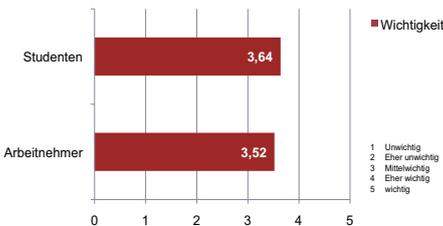


Abb. 2: Fachwissen; Quelle: Eigene Erhebung

Fachwissen

- Wichtigste Kompetenz für das Berufsleben
- Gegliedert in: Geographisches Fachwissen, Fachwissen anderer Teilbereiche, Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens
- + Positiv, dass Studenten sich Bedeutung dessen bewusst sind
- **Fundierte Fachwissen** als auch Wissen aus anderen Teilbereichen gefragt
- - Beobachtung: Immer noch Vorurteil der Oberflächlichkeit des Geographiestudiums in den Köpfen der Arbeitgebern vorhanden
- ➔ Mögliche Maßnahme: Steigerung des Selbstvertrauens der Bachelorstudierenden

Methodenkenntnisse

- Meinungen gingen stärker auseinander
- Tätigkeitsbereich eines Geographen bestimmt welche Methoden zum Einsatz kommen (z.B. Feld-/Labormethoden, GIS, statistische Methoden, empirische Sozialforschung, Fernerkundung etc.)
- **Rhetorik und Präsentationstechniken** von allen Gruppen als wichtig eingestuft
- ➔ Kommen universeller zum Einsatz und werden als Kompetenzen vorausgesetzt
- ➔ Rhetorik erlernt man nach Aussage aller Gruppen hauptsächlich außerhalb der Uni

Methodenkenntnisse

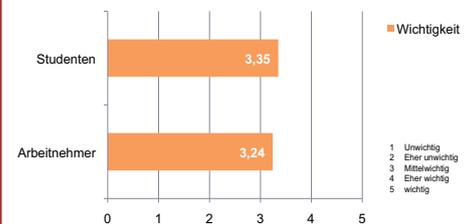


Abb. 3: Methodenkenntnisse; Quelle: Eigene Erhebung

Zusatzqualifikationen

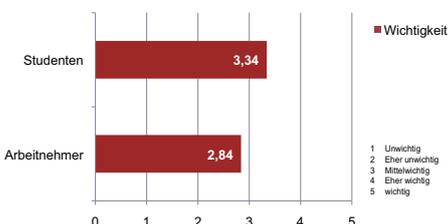


Abb. 4: Zusatzqualifikationen; Quelle: Eigene Erhebung

Zusatzqualifikationen

- Projektmanagement, Marketing-, EDV- & Sprachkenntnisse, Auslandserfahrung etc.
- Studenten und Arbeitgeber erachten **EDV- und Sprachkenntnisse** als wichtig
- ➔ Sprachkenntnisse für Arbeitnehmer im Verhältnis nicht so bedeutsam
- Disparitäten bei Bedeutung von **Praktika**
- ➔ Arbeitgeber und Studenten sehen diese Zusatzqualifikation als eher wichtig an
- ➔ Arbeitnehmer beurteilen dies nach Art des Berufseinstiegs
- ➔ Agentur für Arbeit sieht dies als gute Berufseinstiegsmöglichkeit

„Must Have“ Soft Skills:

- Teamfähigkeit
- Organisationsfähigkeit
- Kommunikationsfähigkeit

Fazit

Festzuhalten ist, dass jeder Absolvent fundiertes Fachwissen mit in den Beruf bringen sollte. Je nachdem für welchen Beruf man sich entscheidet, sollte man die in diesem Tätigkeitsfeld geforderten (Methoden-) Kenntnisse frühzeitig erkennen und ausbauen. Im Hinblick auf die Zusatzqualifikationen sind Sprachkenntnisse zwar bedeutsam, doch ist auch dies stark vom Tätigkeitsfeld abhängig. Essentiell hingegen sind rhetorische Fähigkeiten und Präsentationstechniken. Jeder Geographiestudent sollte in jedem Fall Berufs- und Praktikaerfahrung mitbringen, da dies den Einstieg in das Berufsleben wesentlich erleichtern kann. Auch soziale Kompetenzen sollte ein Berufseinsteiger mitbringen - hierbei sind Teamfähigkeit, Organisationsfähigkeit und Kommunikationsfähigkeit die bedeutendsten Schlüsselkompetenzen, was sowohl von Studenten- als auch Arbeitnehmerseite bestätigt wurde.

Berufsbild: GIS-Koordinator

Über die Arbeit eines GIS-Koordinators im Ausland und weshalb Geographen durch ihr Studium zu echten „Allroundern“ ausgebildet werden

Ein Bericht von Svend Schelhorn

Die GIS-Branche gilt in Geographenkreisen längst als Jobmotor. Nicht nur, weil die Beschäftigtenzahlen in diesem Sektor seit Jahren stetig steigen, sondern auch, weil Geographen durch ihr Studium einige Vorteile für Tätigkeiten im GIS-Bereich mitbringen. Gelingt es dem Studenten, sich im Studium ausreichendes technisches Know-how in den gängigen GIS-Anwendungen anzueignen, kann er vor allem in solchen Betrieben und Institutionen eine Anstellung finden, die an der Schnittstelle zwischen Geographischen Informationssystemen und Human- oder Physisch-Geographischen Arbeitsfeldern arbeiten. Denn Geographen lernen in ihrem Studium in der Regel vor allem eins: Das Sammeln und Bündeln von wichtigen Informationen, sowie den Blick über „den eigenen Tellerrand“.

Diplom-Geograph Luca Kleinewillinghöfer arbeitet seit 2009 als GIS-Koordinator in der „Town Planning and Survey Administration“ in Ras-al-Khaimah, das zu den Vereinigten Arabischen Emiraten gehört.

Herr Kleinewillinghöfer, was ist ein GIS-Koordinator?

Meine Aufgaben als GIS Koordinator umfassen alle Bereiche rund um GIS. Dazu gehört das Prüfen von Daten, das Sicherstellen von Qualität und Konsistenz, Daten für neue GIS-Themen aufbereiten und integrieren, erstellen von Konzepten für Datenstrukturen/-modellen, Datenbeschaffung, Updates, Qualitätskontrollen, bereitstellen von Daten, etc..., also alles rund um die räumlichen Daten und deren Pflege und Verwaltung. Desweiteren bin ich für die Koordination unserer GIS Projekte mitzuständig, also eher administrative Aufgaben wie Berichte schreiben und Angebote und Verträge auf technische Details prüfen. Ein sehr wichtiger Bereich ist auch die Koordination mit anderen Behörden und Firmen und die Unterstützung und Beratung anderer Departments im GIS Bereich. Ich bin auch für den reibungslosen Ablauf von allen GIS Arbeiten in unserem Department zuständig, angefangen vom Installieren von GIS Software bis hin zu Training und Unterstützung von Mitarbeitern. Gelegentlich, leider viel zu selten, ist es auch nötig Daten im Feld zu sammeln oder zu überprüfen.

Impressionen aus Ras-al-Khaimah. Quelle: Eigene Aufnahmen.



Welche Aufgaben haben Sie neben der Arbeit mit Geographischen Informationssystemen?

Neben meiner Arbeit mit GIS werde ich auch in andere Projekte der Municipality eingebunden, oft im IT oder Vermessungsbereich.

Wie sind Sie zu dem Job gekommen? Haben Sie nach dem Studium noch bei einem anderen Arbeitgeber gearbeitet?

PD Dr. Heiko Schmid hat mich sozusagen vermittelt. Dr. Heiko Schmid hat bereits seit ein paar Jahren sehr gute Kontakte zum Kronprinz von Ras al Khaimah. Daraus sind auch bereits zwei größere GIS Projekte mit dem Geographischen Institut der Uni Heidelberg und der Regierung von Ras al Khaimah zustande gekommen. Eine Anfrage von der Municipality nach einem GIS Mitarbeiter hat er 2008 an mich weitergeleitet und mich dann auch direkt beim Kronprinz vorgestellt.

Bevor ich nach RAK gekommen bin habe ich knapp ein Jahr bei einer Firma in Münster als Projektmitarbeiter im Bereich GIS und Fernerkundung gearbeitet.

Welche Reize bringt die Arbeit als GIS-Koordinator, vor allem im Ausland, mit sich?

Ein besonderer Reiz sind die Arbeitsinhalte. In vielen Ländern werden gerade erst GIS-Strukturen aufgebaut und man kann in allen Projektschritten mitwirken, das ist oft Pionierarbeit. Man sieht sich bei der Arbeit im Ausland auch oft mit Problemen konfrontiert, die man in Deutschland nicht hätte, da z.B. bereits eine sehr gute Datengrundlage besteht. Das macht für mich gerade den Reiz aus, da man durchaus auch mal sehr kreativ sein muss um Probleme lösen zu können. Deutschland z.B. hat ein Katastersystem dessen Anfänge bereits Jahrhunderte zurückreichen, da ist der Schritt zu einem Kataster-GIS nicht mehr schwer. In Ras al Khaimah dagegen wurde erst in den letzten 3 Jahren angefangen eine zusammenhängende digitale Katasterkarte zu erstellen. Mittlerweile sind 50% der Parzellen in ein GIS überführt und wir starten gerade online GIS Applikationen, so dass jedes Department Zugang zu den räumlichen Daten bekommt.

Bringen Geographen vielleicht gute Fähigkeiten zur Arbeit im Ausland mit?

Ja, das glaube ich. Das Geographiestudium bietet gute Möglichkeiten bereits im Studium Auslandserfahrung zu sammeln, sei es bei Auslandspraktika, Exkursionen, Auslandssemestern oder auch bei Datenerhebungen für die Abschlussarbeit. Das sind Erfahrungen, von denen man später profitieren kann. Das „Ausland“ ist dann auch nicht mehr so fremd.

Was sind die größten Herausforderungen in Ihrem Job und bei der Arbeit in einem anderen Land?

Eine der größten Herausforderungen für mich war die Umstellung auf ein multikulturelles Arbeitsumfeld. Fast alle meiner Kollegen kommen entweder aus Indien oder sind aus den arabischen Ländern. Da treffen schon hin und wieder verschiedene Arbeits- und Denkweisen aufeinander und es gibt auch das ein oder andere Fettnäpfchen das man vermeiden sollte. Natürlich ist auch das Leben an sich in einem islamischen Land eine Herausforderung.

Herr Kleinewillinghöfer, würden Sie rückblickend sagen, dass Sie im Studium auf ihren jetzigen Job vorbereitet wurden?

Ich denke das Studium hat mir einige Grundlagen gegeben, es war aber auch sehr hilfreich, dass ich nach dem Studium noch einige Arbeitserfahrung gesammelt habe. Viel habe ich auch erst direkt bei meinem jetzigen Job gelernt.

Welche Inhalte und Schwerpunkte haben Ihnen im Studium für die Arbeit als GIS-Koordinator genützt?

Da könnte ich wahrscheinlich Einiges aufzählen. Besonders wichtig war aber, dass ich während des Studiums ein Praktikum im GIS Bereich gemacht habe. Dabei habe ich sehr viel gelernt von dem ich heute noch profitiere und noch wichtiger, es hat mein Interesse an diesem Arbeitsfeld geweckt.

Wo liegen Ihrer Meinung nach die Stärken von Geographen auf dem Arbeitsmarkt- vor allem bei der Arbeit mit Geographischen Informationssystemen? Immerhin gibt es ja auch die Geoinformatiker...

Die Stärken von Geographen sehe ich besonders im fächerübergreifenden Denkansatz, das kann auch für viele Jobs im GIS Bereich sehr wichtig sein. Ein GIS ist ja nicht mehr und nicht weniger als ein Werkzeug, die Inhalte und Aufgaben können aber aus den unterschiedlichsten Fachgebieten kommen.

Geographen bringen auch meist gute Präsentationsfähigkeiten mit. Komplexe Sachverhalte erfassen und kompakt präsentieren zu können ist ein großes Plus.

Vielen Dank für das Gespräch.

Bei der Arbeit: Der Arbeitsplatz in der „Town Planning and Survey Administration“ (Abb. Mitte). Bei der Einführung eines neuen Adress-Systems muss auf Luftbildern, auf denen die Hausnummern eingetragen sind, die Arbeit vor Ort kontrolliert werden (Abb. rechts, links).
Quelle: Eigene Aufnahmen.



Die Antworten von Herrn Kleinewillinghöfer machen deutlich, dass die Arbeit als GIS-Koordinator sehr vielseitig sein kann. Neben der technischen Umsetzung von Aufgaben in GIS-Programmen geht es auch um Aufgaben im administrativen und koordinatorischen Bereich. Für Geographen, die sich im Bereich von Geographischen Informationssystemen heimisch fühlen, aber in ihren Jobvorstellungen auch darüber hinaus arbeiten möchten, könnte der Beruf eines GIS-Koordinators das Richtige sein. Vor allem die Arbeit im Ausland bringt weitere Reize mit sich, da, wie im Interview angesprochen, im Bereich von GIS häufig noch Pionierarbeit geleistet werden muss.

Auch auf Fragen, die sich die meisten Geographen in ihrem Studium früher oder später zwangsläufig stellen müssen, finden wir eine Antwort.

Wie kommt man heutzutage noch zu einem Job? Im Falle von Herrn Kleinewillinghöfer kommen hier mehrere Faktoren zusammen: Neben einer **ausreichenden Ausbildung** in dem Bereich der Geographie, der den Studenten, bzw. die Studentin interessiert, gehören auch **gute Kontakte** zu möglichen Schlüsselpersonen, die später bei der Jobvermittlung hilfreich sein können. Desweiteren ist auch die Bedeutung von **Praktika** nicht zu unterschätzen, da hier schon während des Studiums Kontakte geknüpft werden können und Arbeitserfahrung gesammelt werden kann.

In Bezug auf die Eignung von Geographen, im GIS-Bereich zu arbeiten, stoßen wir auf die Beschreibung von Stärken, die auch in anderen Teilen des Readers immer wieder hervorgehoben werden. Diese unabhängig voneinander auftretenden Parallelen mögen die Bedeutung dieser Eigenschaften noch betonen.

Da ist zum Einen die Fähigkeit des fächerübergreifenden Denkansatzes, der Geographen in die Wiege gelegt ist. Da das Studium, selbst ohne Nebenfach, durch die verschiedenen Bereiche der Human- und Physischen Geographie schon interdisziplinär ausgelegt ist, gibt es wohl kaum einen anderen Studiengang, der das **vernetzte und fächerübergreifende Denken** mehr fördert als das Geographiestudium. Eine weitere Stärke von Geographen, die aus dem Interview hervorgeht, ist das **Bündeln von wichtigen Informationen und deren ansprechende und angemessene Präsentation**. Vor allem im GIS-Bereich spielt diese Fähigkeit eine große Rolle, wenn es zum Beispiel darum geht, verschiedene Parameter sinnvoll auf einer Karte zu präsentieren.

Aus dem Interview kann der Geographiestudent zweierlei mitnehmen:

Erstens, dass schon während des Studiums ein Schwerpunkt gelegt werden sollte, der als Grundlage für weiterführende Ausbildungen oder Praktika dienen kann, durch die der Geograph später eine Arbeit findet und dass das frühzeitige Knüpfen von Kontakten eine große Rolle spielen kann.

Zweitens, dass sich der Geograph, allen Prognosen zur Entwicklung des Arbeitsmarktes zum Trotz, aufgrund seiner vielseitigen Ausbildung und Stärken, nicht zu verstecken braucht.

Geographen am Institut für Energie- und Umweltforschung



Wer schon immer vorhatte einmal die Welt zu verändern, der ist am Institut für Energie- und Umweltforschung genau richtig. Ein Potpourri aus Forschern unterschiedlichster Fachrichtungen versucht gemeinsam Lösungen für umweltrelevante Fragestellungen auf nationaler und internationaler Ebene zu finden. Das ideale Arbeitsumfeld für Geographen.



Sabrina Hespeler

Das Institut

Das Institut für Energie- und Umweltforschung Heidelberg GmbH (ifeu) ist ein unabhängiges ökologisches Forschungsinstitut. 1978 wurde der Verein von Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern der Universität Heidelberg gegründet. Anfang der 1990er Jahre wurde aus dem Verein eine GmbH, die 1999 als gemeinnützig anerkannt wurde. Heute arbeiten mehr als 50 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter am Institut. Hinzu kommen verschiedene Doktoranden, Diplomanden sowie Praktikanten. Die Atmosphäre am Institut ist sehr freundlich und familiär, was sich unter anderem am allwöchentlichen, gemeinsamen und von den Mitarbeitern selbst zubereiteten (!) Mittagessen zeigt.

Die Fachbereiche

In fünf verschiedenen Fachbereichen werden Projekte – oftmals auch fachbereichsübergreifend – zu den Themen Abfallwirtschaft, Bildung & Information, Energie, Industrie & Emissionen, Landwirtschaft, Nachhaltigkeit, Ökobilanzen, Risikobewertung, Umweltverträglichkeitsprüfung sowie Verkehr & Umwelt bearbeitet.

Die Arbeit

Die Arbeit des ifeu beschränkt sich auf unabhängige ökologische Forschung. Die Finanzierung der Projekte erfolgt ausschließlich über projektgebundene Mittel. Rund zwei Drittel der Forschungsprojekte werden von Ministerien aus Bund und Ländern, Kommunen, dem Umweltbundesamt oder anderen öffentlichen Organisationen beauftragt. Das restliche Drittel der Aufträge stammt aus der freien Wirtschaft. Das Institut ist somit parteipolitisch unabhängig und wirtschaftlich eigenständig.

Die Mitarbeiter

Die Aufgaben am ifeu sind sehr vielfältig. Die durchgeführten Projekte stammen aus einem breiten Spektrum an Themenfeldern und bieten die Möglichkeit verschiedene Arbeitsmethoden und Herangehensweisen anzuwenden. Aus diesem Grund kann man in den Fachbereichen Mitarbeiter aus den verschiedensten Berufsfeldern vorfinden. Neben Naturwissenschaftlern wie Biologen, Physikern oder Chemikern sind auch Ingenieure und Umweltwissenschaftler sowie eine Vielzahl an Geographen beschäftigt.





Um einen kleinen Einblick in den Berufsalltag am ifeu zu bekommen, haben Diplom-Geographin Miriam Dingeldey sowie ihre Kollegen Dominik Jessing und Hinrich Helms (ebenfalls Diplom-Geographen) einige Fragen für Euch beantwortet.

In welchem Fachbereich arbeitet Ihr und was sind Eure Aufgabenfelder?

„Ich arbeite im Fachbereich 5 (Energie) und meine Schwerpunkte sind: Umweltbildung, Verbraucherthemen (Energieberatung, Ökostrom, Stromrechnungen, Partizipation etc.) sowie Evaluationen.“ (Dominik Jessing)

„Ich arbeite im Fachbereich 4, mache also alles was mit Verkehr und Umwelt zu tun hat. Derzeit sind das bei mir vor allem Elektromobilitätsprojekte, nebenbei spielen auch mobile Maschinen eine Rolle (Traktoren, Bagger etc.).“ (Hinrich Helms)

„Ich arbeite im Fachbereich 5 (Energie) am Thema Kommunalen Klimaschutz. Wir erstellen Kommunale Klimaschutzkonzepte für Städte, Gemeinden und Landkreise. Außerdem bearbeiten wir Forschungsprojekte zum Thema Kommunalen Klimaschutz (z.B. Coaching kommunaler Klimaschutz) und beraten z.B. das Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (BMU) zu diesem Thema (Stichwort: Nationale Klimaschutzinitiative).“ (Miriam Dingeldey)

Welche Qualifikationen sollte man für Eure Arbeit mitbringen? Wo habt Ihr sie erlernt?

„Man sollte folgende Qualifikationen mitbringen: Wissenschaftliches Arbeiten, Methodenkenntnis (z.B. Statistik, Befragungstechnik, wissenschaftliches Schreiben/Zitieren, PC-Kenntnisse), Umweltwissen (grundlegende Kenntnisse in Naturwissenschaften, Klima und Klimaschutz, Energie etc.), Offenheit für neue Themen und dabei ausreichend Grundgerüst, um diese sinnvoll verknüpfen zu können. Alle Teilbereiche werden durch das Geographiestudium zumindest in Ansätzen abgedeckt.“ (Dominik Jessing)

„Wir versuchen häufig die Wissenschaft und die Politik zusammenzubringen. Neben naturwissenschaftlichen Grundlagen – die habe ich eher nicht aus dem Studium – ist daher das wissenschaftliche Schreiben meiner Meinung nach sehr wichtig. Zusätzlich natürlich das Überblickswissen und die Offenheit neuen Themen gegenüber.“ (Hinrich Helms)

„Qualifikationen, die man braucht: Logischerweise ein gewisses Interesse und Kenntnisse vom Thema, gute Excel-Kenntnisse, gutes Ausdrucksvermögen (für Texte und Vorträge), gute Kommunikationsfähigkeit, Analysefähigkeit und Kreativität, selbstständiges Arbeiten, Organisationsfähigkeit, Projektmanagement.

Aus meinem Studium mitgenommen habe ich ein Grundverständnis von den Themen wie Klima und Klimawandel sowie Stadtplanung und Stadtentwicklung und von diversen anderen Geothemen (z.B. Nachhaltigkeit, Verkehr). Ich habe beispielsweise ein Hauptseminar zum Thema Erneuerbare Energien besucht. Mit GIS und SPSS habe ich derzeit wenig zu tun, Kenntnisse darin sind jedoch sicher von Vorteil. Ich habe auch ein Seminar zum Projektmanagement besucht. Insgesamt würde ich aber sagen, dass man diese Dinge eher nach dem Motto „learning by doing“ angehen sollte. Viel gebracht haben mir die Praktika im Stadtplanungsamt und bei einer Umweltorganisation. Fazit: Ich habe im Studium ein Grundverständnis für viele Themen bekommen (vor allem auch durch die Nebenfächer), aber die Hauptaufgaben in meinem Job habe ich hier eher „by doing“ gelernt.“ (Miriam Dingeldey)



In welchen Bereichen seid Ihr als Geographen im Vorteil, in welchen Bereichen eher nicht?

„Das wissenschaftliche Schreiben kann man meiner Meinung nach in der Geographie besser lernen (z.B. durch Hausarbeiten) als in den meisten Naturwissenschaften. Allerdings fehlt es ein bisschen an naturwissenschaftlichen Grundlagen. Das liegt aber – zumindest in der Anthropogeographie – auch in der Natur der Sache.“ (Hinrich Helms)

„Insgesamt wenige Bereiche, die Details aus dem Geographie-Studium erfordern. Insofern war das Studium in der Breite nützlich, in der Tiefe nicht. Gleichzeitig fehlt die Tiefe in einigen für das ifeu relevanten Gebieten. Hier sind Physiker, Ingenieure etc. deutlich im Vorteil. Deswegen ist es nötig, weiter zu lernen. In meinem Fall z.B. durch ein berufsbegleitendes Zweitstudium.“ (Dominik Jessing)

„Was mir im Studium gefehlt hat, ist das Erlernen von Moderationstechniken. Als Geographen sind wir meiner Meinung nach sehr gut dafür geeignet (weil wir ein breit gefächertes Wissen haben) und dieses Können ist vor allem für Workshops notwendig. Es fehlte zu Beginn auch tieferes Wissen zu Energiethemen (z.B. CO₂-Bilanzierung, technische Details etc.). Sicherlich wäre es auch nicht schlecht gewesen, wenn ich Politik im Nebenfach gehabt hätte (vor allem das Thema Energiepolitik). Die Fähigkeit, ein Problem aus verschiedenen Blickwinkeln betrachten zu können (der Blick über den Tellerrand), ist sicherlich von Vorteil bei meiner Arbeit.“ (Miriam Dingeldey)

„Ich habe direkt nach meinem Studium mit einem Praktikum angefangen und bin dann klassisch hängen geblieben.“ (Hinrich Helms)

Wie seid Ihr zum ifeu gekommen?

„Start am ifeu über ein 6-Monate-Praktikum. Beziehungen bestanden schon vorher v.a. über die ehrenamtliche Tätigkeit beim BUND Heidelberg und persönliche Kontakte mit Mitarbeitern. Nach dem Praktikum folgte zunächst eine befristete Anstellung, später eine Festanstellung.“ (Dominik Jessing)

„Gelandet bin ich hier durch ein Praktikum, anschließend bekam ich eine Stelle als Schwangerschaftsvertretung und bin darüberhinaus weiterbeschäftigt worden.“ (Miriam Dingeldey)



Miriam Dingeldey,
Dipl.-Geographin
Fachbereich 5



Dominik Jessing,
Dipl.-Geograph
Fachbereich 5



Hinrich Helms,
Dipl.-Geograph
Fachbereich 4

Vielen Dank für
das Gespräch!



Und was bedeutet das jetzt für uns Geographen?

Die Arbeit der fünf Fachbereiche am ifeu ist sehr vielfältig. Neben sehr technischen und anwendungsorientierten Aufgaben gibt es auch Aufgaben, die mehr im koordinatorischen und kommunikativen Bereich liegen. Das Aufgabenspektrum umfasst unter anderem die Durchführung von Ökobilanzen, die Organisation und Durchführung von Workshops, die Entwicklung von Konzepten, die Teilnahme an Fachtagungen oder Konferenzen sowie das Begleiten von Bildungsprojekten.



Das thematisch weit gefächerte Geographie-Studium, das in Heidelberg den Anspruch hat gleichermaßen physische als auch anthropogeographische Inhalte zu vermitteln, stellt eine gute Grundlage für die Arbeit am ifeu dar. Die meisten der fachbereichsspezifischen Fähigkeiten wurden jedoch nicht während des Studiums, sondern erst im Berufsalltag erlernt – so die ifeu-Mitarbeiter. Wer jetzt denkt, dass Geographen von Grund auf benachteiligt oder weniger qualifiziert sind, liegt falsch.

Im Gegenteil: Wer früh weiß in welche Richtung es später gehen soll, kann beispielsweise mit einer guten Nebenfachkombination, Praktika in thematisch ähnlichen Bereichen oder auch einer entsprechenden Abschlussarbeit seine Chancen deutlich erhöhen. Dennoch gilt: Für einen erfolgreichen Berufseinstieg ist es wichtig – und das zählt sicher nicht nur für das ifeu – seine Kenntnisse um die erforderlichen Inhalte des zukünftigen Arbeitsgebietes zu erweitern. Meine persönliche Einschätzung lautet: Wer sich für umweltrelevante Themen interessiert, das entsprechende Engagement und genügend Motivation mitbringt und auch noch Spaß am Umgang mit Menschen hat, ist am ifeu genau richtig.

Ein Praktikum bietet eine gute Möglichkeit, um sich selbst ein Bild von der Arbeit und den Mitarbeitern des ifeu zu machen. In regelmäßigen Abständen werden Plätze für Praktikanten und Absolventen am ifeu ausgeschrieben. Nach einer schriftlichen Bewerbung folgt meistens ein Gespräch mit den zuständigen Betreuern – eine gute Gelegenheit einen ersten Eindruck vom Institut und den potenziellen Kollegen zu gewinnen sowie Fragen stellen zu können.

Alle, die mehr über das ifeu und dessen Arbeit lesen möchten, finden eine ausführliche Beschreibung unter <http://www.ifeu.de>. Hier werden ebenfalls Praktikumsplätze, Abschlussarbeiten oder freie Stellen ausgeschrieben.

Die PTV Group ist ein softwareorientiertes Dienstleistungsunternehmen, welches im Bereich Verkehr, Mobilität und Logistik tätig ist. Das Unternehmen mit Hauptsitz in Karlsruhe wurde im Jahr 1979 als Spin-Off der dort ansässigen Technischen Universität gegründet. Nach einer zunächst auf den nationalen Markt ausgerichteten Firmenstrategie, wuchs das Unternehmen durch Fusionen mit kleineren, spezialisierten Unternehmen sowie einer im Zuge der Globalisierung auftretenden Expansion des Marktes, zu einer Aktiengesellschaft. Seit Mitte der 1990er Jahre ist die PTV Group global tätig und beschäftigt heute mehr als 700 Mitarbeiter an sechs nationalen sowie sieben internationalen Standorten. Die Kernkompetenz der Unternehmensgruppe liegt in den drei Hauptgeschäftsfelder: Trafficsoftware, Transport Consulting und Logistiksoftware.

Was bewegt Menschen?

Wie erreicht man Ziele kosten- und zeitoptimal? Und wie viel CO₂ darf eigentlich in einer guten Bilanz stecken? Diese Kernfragen beschäftigen den Bereich Logistiksoftware der PTV Group. Zur Lösung dieser Probleme werden den Kunden spezialisierte Softwarelösungen angeboten:

- ▶ **Map & Guide**
(Transportroutenplanung)
- ▶ **Map & Market**
(Vertriebs- & Außendienstplanung)
- ▶ **Navigator**
(LKW Navigation)
- ▶ **Smartour**
(Tourenplanung)

Jedem dieser Produkte ist ein Team zugeordnet, welches alle unternehmerischen Ebenen (Entwicklung, Vertrieb, Marketing etc.) abdeckt. Neben den produktspezifischen Teams, stellt die Arbeitsgruppe „Maps & Content“ grundlegendes Daten- und Kartenmaterial für die unterschiedlichen Produkte bereit.



Optimierung Personen(verkehr) (Quelle: PTV Group)

Das Produktmanagement

Die organisatorische Eingliederung des Produktmanagements in Unternehmen folgt aufgrund verschiedenster Unternehmensstrukturen und unterschiedlicher Produkte bzw. Vertriebswegen keinem einheitlichem Schema.

Die PTV Group unterscheidet bezüglich der Produktsteuerung zum einen die technische Komponente des Produktmanagements (TPM) sowie die operative, marktorientierte Ebene (PM). Im Gegensatz zum technischen Produktmanagement, welches vor allem die Produktspezifikation, den Support sowie die Qualitätssicherung und Dokumentation beinhaltet, obliegen dem operativen Produktmanagement die folgenden Handlungsfelder:

- ▶ **Markt- Konkurrenzanalyse**
 - ▶ SWOT Analyse
 - ▶ KANO Modell
- ▶ **Priorisierung von Anforderungen**
 - ▶ Product Life Cycle
- ▶ **Rentabilitätsanalyse**
 - ▶ Make or Buy?
- ▶ **Outphasing**

Ziel des Produktmanagements ist es, durch die Kombination von produktspezifischen Wissen und einer umfassenden Kenntnis des Marktes fundierte Entscheidungen zu treffen.

Aufgaben & Anforderungen

Eine hohe Begeisterungsfähigkeit für Software, sowie eine generelle Affinität gegenüber technischen Neuerungen ist Grundvoraussetzung für die Arbeit im Produktmanagement des Bereichs „Maps & Content“. Aufgrund der thematischen Komplexität ist es unabdingbar sich schnell in neue Themengebiete einlesen zu können und aus einer unübersichtlichen Anzahl an technischen Spezifikationen die jeweilige Quintessenz herausfiltern zu können. Wie in der Softwarebranche üblich, ist die Dokumentationsprache Englisch.

Zu den Kernaufgaben gehörte:



Speziell die Priorisierung von Anforderungen stellte eine besondere Herausforderung dar. Hier wurde ein völlig neues System erarbeitet, um die unterschiedlichen Perspektiven und Wünsche der einzelnen Unternehmensteile (Entwicklung, Marketing, Sales, u.a.) zu erfassen und mit betriebswirtschaftlichen Kennzahlen (freie Ressourcen, Kosten) in Einklang zu bringen. Das Ergebnis der Analyse war eine gewichtete List für Features kommender Produktversionen.



Optimierung Güterverkehr (Quelle: PTV Group)

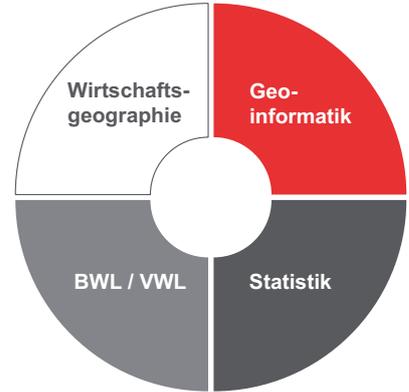
Ein Arbeitsplatz für Geographen?

Die PTV Group zeichnet sich durch flache Hierarchien sowie eine familiäre Atmosphäre aus. Diese Vorteile eines Mittelständlers, gepaart mit einer Vormachtstellung auf dem Weltmarkt ergeben ein attraktives Arbeitsumfeld.

Die Aufgaben an einen Produktmanager sind vielfältig und gehen mit viel Verantwortung für das jeweilige Produkt einher. Es ist ein hohes Maß an Erfahrung von Nöten, um ein Produkt auch durch schwierige Zeiten zu leiten. Mit einem gewissen Grundstock an Berufserfahrung oder unter Obhut eines Senior Managers, ist der Beruf des Produktmanagers für Geographen ein interessantes Feld mit viel Perspektive.

Der geographische Kontext

Die vielfältigen Aufgaben des Produktmanagements lassen sich in der heterogenen Landschaft der Geographie bestens verorten.



Thematische Einordnung (Quelle: eigene Darstellung)

Neben einer klaren inhaltlichen Zuordnung zur Wirtschaftsgeographie, sind aufgrund der Produkthematik fundierte Kenntnisse in der Geoinformatik unabdingbar. Speziell im Bereich Kartographie (Projektionen, Netzentwürfe) können Geographen ihre Stärken ausspielen und besitzen einen Wissensvorsprung vor thematischen Quereinsteigern. Ein grundlegendes Wissen über Märkte und Strukturen, sowie die Fähigkeit große Datenmengen zu überblicken und Statistiken zu interpretieren, runden das Profil des Geographen im Produktmanagement ab.

Das breite Angebot des Studiengangs sowie die unterschiedlichen Wahlmöglichkeiten, bieten die Chance sich auf den Einstieg in dieses Berufsfeld bestens vorzubereiten. Veranstaltungen wie beispielsweise:

- ▶ **Geländepraktika**
 - ▶ Qualitative Methoden
 - ▶ Quantitative Methoden
- ▶ **Statistik & SPSS**
- ▶ **(Freie) Nebenfachwahl**

unterstützen diese Vorbereitungen aktiv.

Des Weiteren offenbart die Methodenschule der Geographie einzigartige Vorteile für dieses Berufsfeld. Durch die im Studium erlernten Fähigkeiten des interdisziplinären, analytischen und vernetzten Denkens, findet sich der Geograph bestens in einem sich schnell ändernden Umfeld wie der Softwarebranche zurecht.

Geographie in verschiedenen Berufsfeldern

Studierendenzeitung

COLUMBUS

<http://www.geog.uni-heidelberg.de/institut/columbus.html>



Geographische Berufsperspektiven auf Umwegen

von Oliver Prahl

Seitdem ich mein Studium als Diplom-Geograph mit den Nebenfächern Geologie und Soziologie (anfangs Biologie) an der Universität in Heidelberg im Mai 2001 abgeschlossen habe, konnte ich unterschiedlichste berufliche Erfahrungen sammeln. Heute unterrichte ich sowohl als Gymnasiallehrer Erdkunde und Biologie, bin aber auch als Freiberufler bei der MVV Energie AG mit der Planung und dem Vertrieb von Photovoltaikanlagen befasst. Wie es zu dieser ungewöhnlichen Kombination kam möchte ich nachfolgend schildern.

Gegen Ende meines Studiums wusste ich, dass die Themenkomplexe Stadt und Planung sowie der Bereich der Energie meine Betätigungsfelder sein sollten. Zurückblickend kann ich sagen, dass der Wunsch sich in einem Planungsbüro oder bei einem öffentlichen Träger zu beweisen illusorisch war. Ich habe ca. 250 Bewerbungen und zwei Jahre gebraucht um dies zu verinnerlichen.

Dagegen konnte ich direkt nach dem Ende meines Studiums als Praktikant beim Brundtlandbüro für Klimaschutzmaßnahmen des Kreis Bergstraße in Heppenheim einsteigen. Ich hatte zunächst einen Vertrag über sechs Monate erhalten. Als dieser auslief wurde ich als freier Mitarbeiter weiter beschäftigt. Meine Aufgaben lagen im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit, der Beratung von Bürgern und der Vorberei-

tung von Veranstaltungen. Insgesamt konnte ich so 15 Monate Arbeitserfahrung sammeln, dass es nicht mehr wurde lag an den veränderten politischen Voraussetzungen im Kreis und der damit verbundenen Schließung dieses Büros.

Im September und Oktober der Jahres 2002 war ich dann arbeitslos, aufwärts ging es über den Umweg eines Call-Centers. Mit dreißig Stunden pro Woche Arbeitszeit ließ es sich überleben. Abends wurden Bewerbungen geschrieben. Zu dieser Zeit begann ich parallel ein Fernstudium an der Universität Rostock, damit strebte ich den Diplom Umweltwissenschaftler mit technischem Schwerpunkt als Abschluss an.

Der März 2003 endlich ebnete mir den Weg in einen „richtigen Job“. Ich konnte ein Praktikum bei der MVV Energie AG beginnen. In diesem auf sechs Monate befristeten Praktikum lernte ich viel über europäische Forschungsprogramme im regenerativen Energiebereich und konnte in viele andere Abteilungen hineinschnuppern. Das Praktikum wurde um einen Monat verlängert, allerdings kam mir und meinem auslaufenden Vertrag der personelle Wechsel an der Konzernspitze in die Quere. Ende September 2003 war ich wieder arbeitslos. Allerdings nur 14 Tage, in dieser Zeit habe ich von einem Gymnasium in Schriesheim das Angebot bekommen für einen er-

krankten Erdkunde- und Biologie-Lehrer einzuspringen. Der Kontakt kam über einen Bekannten zustande, der als Konrektor an dieser Schule lehrt. Innerhalb einer Woche eignete ich mir das Wissen über den Stoff der von mir zu betreuenden Klassenstufen an. Alles ging glatt – mit meiner Ausnahmelehrgenehmigung und weiterbildenden Maßnahmen konnte ich von nun an unterrichten.

Im Juni 2004 bewarb ich mich bei der MVV als Diplomand um mein Studium mit der Diplom-Arbeit abschließen zu können. Im Gegenzug bot man mir eine freiberufliche Tätigkeit im Geschäftsfeld Photovoltaik an, so dass ich von nun an Vollbeschäftigung erreichte. Der Abschluss meines Zweitstudiums im Mai 2005 sowie der zusätzliche Einsatz in der Konzernabteilung Technologie und Innovation der MVV lassen mich optimistisch in die Zukunft schauen.

Ich bin überzeugt davon, dass diese letztendlich positive Entwicklung auch durch die Bereitschaft zu zahlreichen Fortbildungen, Flexibilität und die Neugier auf neue Aufgaben ermöglicht wurde.

Für ergänzende Auskünfte stehe ich unter oprahl@gmx.net gerne zur Verfügung.



Oliver Prahl - Abschluss 2001

Verlagen informieren können.

Weil mir meine Heimatzeitung in Hockenheim und Schwetzingen zu klein erscheint, verbreiterte ich noch während des Studiums meine Arbeitsbasis. Ich ging zum „Rheinpfalz“-Ableger in Speyer. Zwei Jahre später tat sich dann die Chance auf, als Volontär einzusteigen.

Seitdem bin ich wieder da, wo ich angefangen habe: bei Vereinsfesten, Jubiläen, Gemeinderäten. Aber meist

nicht als Schreiber, sondern als Organisator, als Lenker eines ganzen Stabs von freien Mitarbeitern. Denn allein können die Redaktionen ihre Aufgaben nicht bewältigen. Also heißt es für den Redakteur in erster Linie organisieren, layouten, Termine vereinbaren, den Mitarbeitern den Rücken frei halten - und selbst zur Tastatur greifen, wenn die Themen zu knifflig, zu bedeutsam, zu strittig sind, um „Freie“ damit zu betrauen. Eine Herausforderung, die Spaß macht. Aber auch anstrengend ist. Redakti-

onstage sind meist lang. Sie beginnen gegen 10 Uhr und enden oft erst gegen 20 Uhr bei täglich leichten Abweichungen. Und dann ist oft noch ein Abendtermin.

So wie gestern, als ich hals über Kopf und ohne Aufzuräumen aus der Redaktion stürmte. Wobei wir wieder beim Schreibtisch-Tohuwabohu wären. Das Telefon klingelt. Es sind zwei Seiten zu füllen. Also dann.



*„Es schwer zu erklären ist,
was die Faszination am
Lokaljournalismus
ausmacht.“*



Die finanzielle Seite der Entwicklung - Die KfW-Bank als Arbeitsfeld für Geographen?

von Kathrin Heinzmann



Das Logo der KfW-Bankengruppe

Im Rahmen des Instituts-kolloquiums hielten Michaela Gennes und Volker Karl von der „Kreditanstalt für Wiederaufbau“ (KfW) am 11. Oktober 2006 im Hörsaal der Physiogeographie einen Vortrag zum Thema „Kreislaufwirtschaft im Wassersektor Chinas“. Enge Verbindungen zwischen der KfW und dem Geographischen Institut bestehen derzeit in der Kooperation im BMBF-Forschungsprojekt „Urumqi: Steuerung umweltsensitiver Stoffkreisläufe zur nachhaltigen Stadtentwicklung in einem Trockengebiet“ von Prof. Eitel (siehe auch in Columbus 4, S. 17).

Bei der KfW-Bankengruppe handelt es sich um eine 1948 ursprünglich aus Mitteln des Marshallplans gegründete Förderbank der Bundesrepublik Deutschland. Diese gliedert sich in die KfW-Förderbank, die KfW-Mittelstandsbank, die KfW-Ipex-Bank, die DEG sowie die KfW Entwicklungsbank. Letztere erfüllt innerhalb der deutschen Entwicklungszusammenarbeit die Umsetzung der finanziellen Aspekte der Entwicklungspolitik der Bundesregierung. Die finanzielle Zusammenarbeit dient dabei überwiegend der Finanzierung von Sachgütern und Anlageinvestitionen und wird in den Entwicklungsländern hauptsächlich in Form günstiger Kredite zur Verfügung gestellt. Dies geschieht entweder für konkret vereinbarte Projekte oder Programme,

als Warenhilfe zur Deckung eines bestimmten dringend benötigten Einfuhrbedarfs oder als Strukturhilfe zur Unterstützung struktureller Anpassungen in Entwicklungsländern. In dieser Hinsicht arbeitet die KfW-Entwicklungsbank eng mit der GTZ zusammen, welche für die Umsetzung der technischen Entwicklungszusammenarbeit verantwortlich ist.

„Die deutsche Entwicklungszusammenarbeit ist politischer geworden“, betont Michaela Gennes in ihrem Vortrag. Dies betrifft selbstverständlich auch die Finanzierung von Entwicklungsprojekten. Regional fand unter der Regierung Schröder eine Schwerpunktsetzung innerhalb der Entwicklungszusammenarbeit statt: Weg vom sog. Gießkannenprinzip profitieren nun nur noch ausgewählte Partnerländer wie zum Beispiel China, Indien, Sambia oder Peru von der deutschen Entwicklungshilfe. Neben den regionalen wurden darüber hinaus thematische Schwerpunkte für die deutsche Entwicklungspolitik gesetzt: Im Wesentlichen umfassen diese Schwerpunkte die Bereiche Demokratie- und Friedensentwicklung, Umweltschutz und nachhaltige Ressourcennutzung sowie Wirtschaftsförderung. „Langfristig gesehen sollen größere Programme anstelle von kleineren Projekten durchgeführt werden“, so Gennes.

Im Kontext des Umweltschutzes und der nachhaltigen Ressourcennutzung stellt die Siedlungswasserwirtschaft einen Schwerpunkt der deutschen Entwicklungszusammenarbeit dar. „Deutschland ist international der größte bilaterale Geldgeber in der Siedlungswasserwirtschaft“, führt Volker Karl aus. Aus dem Portfolio der KfW-Entwicklungsbank werden derzeit knapp 3,6 plus 1,7 Mrd. Euro aus lokalen Finanzierungsquellen für die Siedlungswasserwirtschaft bereitgestellt. Bislang kommen diese Gelder vor allem Staaten des mittleren und nahen Ostens sowie Osteuropas zu Gute, wohingegen Asien bislang noch den kleinsten Teil der Gelder für sich verbuchen kann.

„Das Hauptproblem innerhalb der Wasserwirtschaft Chinas liegt im Ressourcenmanagement“, betont Volker Karl. Der grundsätzlichen, klimatischen Benachteiligung gerade der nördlichen, arideren Gebiete der Volksrepublik stehen die anthropogen bedingten Auswirkungen in Form massiver Umweltverschmutzungen gegenüber. Laut Karl sind in etwa „60 Prozent der Flussläufe und 75 Prozent der Seen schon jetzt für die normale Trinkwasseraufbereitung nicht mehr nutzbar“. Neben diesen industriell und landwirtschaftlich bedingten Verschmutzungen stellt die ineffiziente Wassernutzung die Hauptkomponente des sinkenden relativen Was-



Schwerpunktländer der KfW-Bankengruppe

serangebotes dar. Allein in der Trinkwasserversorgung wird aufgrund der mangelhaften Infrastruktur von chinesischer Seite von 20 bis 25 Prozent ausgegangen. „Vermutlich sind 30 bis 40 Prozent jedoch realistischer“, fügt Karl hinzu. Darüber hinaus sind die Wassertarife in sozialistischer Manier zu niedrig angesetzt, was sich in einem hohen Pro-Kopf-Verbrauch niederschlägt.

Die deutsch-chinesische Entwicklungszusammenarbeit besteht bereits seit 1985. Bisher wurden von deutscher Seite etwa 2.750 Mio. Euro investiert. Etwa 830 Mio. Euro wurden dabei aus KfW-Eigenmitteln beigesteuert. Der Hauptschwerpunkt innerhalb der Siedlungswasserwirtschaft der KfW-Entwicklungsbank besteht im Ausbau der Wasserinfrastruktur (u. a. Brauchwasseraufbereitung, und Kläranlagenbau). Im Allgemeinen trägt die chinesische Seite dabei 70 bis 80 Prozent der Investitionsleistungen. Über die Art des Wasserinfrastrukturprojekts bestimmt die chinesische Seite, die im ersten Schritt einen umfassenden Antrag auf finanzielle Förderung bei der Bundesregierung stellen muss. Vor der Auftragsvergabe erfolgt ein intensiver politischer Dialog zwischen beiden Staaten, in dem sich die deutsche Seite im Wassersektor verstärkt um eine Einflussnahme hinsichtlich verursachergerechterer Wassertarife und höherer Umweltstandards in China bemüht.

„Die chinesische Umweltgesetzgebung ist vergleich-

bar mit den europäischen Normen“, führt Volker Karl aus, „das Problem besteht in der Umsetzung und Durchführung der Gesetze“. In dieser Hinsicht betont er das pragmatische Handeln der Chinesen, den von ihm sog. „chinese style“. So bedarf es zur Schließung von stark umweltbelastenden Betrieben zuerst eines handfesten Umwelt-skandals, infolge dessen die Chinesen jedoch in kürzester Zeit den betroffenen Betrieb aus dem Verkehr ziehen. Mit weitreichenden Folgen für bereits umgesetzte Entwicklungsprojekte. So beträgt beispielsweise die Auslastung einer von der KfW-Entwicklungsbank finanzierten Brauchwasseranlage im Südosten Chinas nach Schließung der größten Umweltsünder heute lediglich 5 bis 10 Prozent.

„Im Allgemeinen beträgt die Erfolgsrate von KfW-finanzierten Entwicklungsprojekten im Wassersektor Chinas um die 70 Prozent, bei einer 75-prozentigen Auslastung sowie einer Vollkostendeckung nach zwei Jahren“, erläutert Michaela Gennes. Diese Erfolge führt Volker Karl auf „lokal angepasste Lösungsstrategien“ im Spannungsfeld zwischen naturräumlicher Ressourcennutzung, Wirtschaft, Politik und Gesellschaft zurück. In diesem Zusammenhang betont Michaela Gennes, die von Haus aus Soziologin ist, die Interdisziplinarität innerhalb der KfW-Entwicklungsbank: „Unser Team ist interdisziplinär gemischt und besteht nicht nur aus Betriebswirten, wie

man es vielleicht von einer Bank erwarten würde.“

In dieser Hinsicht richtet sich auch das 12- bis 15-monatige Trainee-Programm der KfW-Entwicklungsbank für Hochschulabsolventen/innen nicht ausschließlich an Wirtschaftswissenschaftler. Als entscheidende Auswahlkriterien gelten hier neben der Studienleistung, erste praktische Erfahrungen in Entwicklungsländern sowie sehr gute Sprachkenntnisse in Englisch und gute Sprachkenntnisse in einer weiteren Fremdsprache (v. a. Spanisch, Französisch oder Russisch). Ein erfolgreicher Abschluss des Postgraduiertenprogramms des DIE (Deutsches Institut für Entwicklungspolitik) erhöht die Chancen für eine Aufnahme in das Trainee-Programm noch zusätzlich.

Neben Ihrem Trainee-Programm bietet die KfW-Entwicklungsbank darüber hinaus studienbegleitende Praktika von mindestens 3 Monaten in verschiedenen Referaten an. Aktuell sucht das Auslandsreferat der KfW-Entwicklungsbank beispielsweise einen Praktikanten im Bereich Öffentlichkeitsarbeit (siehe auch Aushang am PIG-Büro).

Weitere Informationen:
www.kfw.de

Das Institutskolloquium

In regelmäßigen Abständen finden während des Semesters anthropo- wie physiogeographische Vorträge am Geographischen Institut statt. Diese beschäftigen sich mit aktuellen Forschungsthemen in der Geographie. Alle Mitarbeiter und Studenten sind herzlich zu diesen Vorträgen eingeladen.



Dipl.-Geogr. Wolfgang Hübner



Egal welchen Beruf man wählt – einen geeigneten Ausgleich braucht jeder...

Jobperspektiven??? „Sicher, denn alles ist Geographie“

von Wolfgang Hübner

Als Student der Geographie in Heidelberg habe ich mich - zumindest in der zweiten Hälfte meines Studiums - sehr dafür interessiert, was aus den bisherigen Absolventen geworden war. Schließlich suchte ich nach Anregungen, wer mir einen Arbeitsplatz geben könnte, der meinen Neigungen entspricht und meinen Lebensunterhalt bezahlt. Daher komme ich der Bitte der Columbus-Redaktion, ein wenig von meinen Erfahrungen zu berichten, gerne nach.

Mit dem Heidelberger Geographie-Diplom in der Tasche ging ich 1999 mit viel Eifer, Motivation und straffer Organisation an den Bewerbungsmarathon. Ich habe sicher nicht alles, aber vieles richtig gemacht. Dennoch musste ich nach einem halben Jahr einsehen, dass ein Geograph ohne Berufserfahrung es nicht so einfach haben würde, solche zu sammeln.

Mir war schnell klar, dass ich zusätzliche Qualifikationen oder Erfahrungen brauchen würde, und zwar nicht in meinem fachlichen Gebiet, sondern in den Feldern, die neben der inhaltlich-fachlichen Qualifikation im Berufsleben gefordert sind – Methodenwissen, Kenntnisse über wirtschaftliche Zusammenhänge, Kommunikation. Ich habe mich für den Bereich Kommunikation entschieden und eine Zusatzausbildung zum Public-Relations-Berater gemacht. Ich fand eine Stelle als Volontär und

konnte diese Ausbildung berufs begleitend machen.

Finanziell war es immer noch eine Zeit der Investition – die Ausbildung kostete Geld, und dafür ging der größere Teil meiner Volontärvergütung drauf. Ohne die Unterstützung der Altvorderen wäre es schwierig geworden! Aber im Vergleich zur Vollzeitausbildung, die nach SGB gefördert wurde, hatte sie einen entscheidenden Vorteil: Die Praxis.

Nach Abschluss des Volontariats hatte ich den Luxus, zwischen zwei Zusagen wählen zu können. Sie würden mich jeweils in vollkommen unterschiedliche Richtungen bringen. Zum einen im Bereich PR für IT-Firmen, zum anderen im Stadtmarketing, was meinem kompletten Profil entsprach. Die Kombination Geographie (hier Schwerpunkt Stadtentwicklung, Planung) und Public Relations war genau das, was dort gesucht wurde. Und ich hatte einfach das Glück, zum richtigen Zeitpunkt am richtigen Ort zu sein. Daß ich die Stelle bekam, lag sicher auch an meiner Selbst-Präsentation, aber genauso an der aktuellen Situation meines zukünftigen Arbeitgebers, der kurzfristig jemand einstellen musste und auf meine Bewerbung zurückgriff. Die war nämlich schon ein paar Monate alt und eine Initiativbewerbung.

Inzwischen bin ich nach einem weiteren Wechsel

seit gut vier Jahren in einem Mannheimer Planungsbüro und dort für den Bereich Standortentwicklung mit Schwerpunkt Standortmarketing zuständig. In diesem Betrieb habe ich übrigens während der Studienzeit ein Praktikum gemacht, von der Stelle erfuhr ich durch „alte Kontakte“. Wir sind ein mittelgroßer Betrieb, so dass immer auch andere Aufgaben anfallen. Marketing und Werbung für die eigene Firma ist dabei meine Zuständigkeit, ebenso wie Mitarbeit bei Projekten der Umweltplanung.

Habe ich nun einen Job als Geograph? Ich antworte darauf gerne mit „Sicher, denn alles ist Geographie!“ Ich habe das Glück eines sehr abwechslungsreichen Betätigungsfelds mit oft komplexen Projekten. Die räumliche Komponente ist dabei immer sehr wichtig. Ich bin daher froh um alles, was ich im Studium gelernt (und zum Teil leider auch wieder vergessen) habe, es war eine schöne und interessante Zeit. Immer wieder merke ich, dass mir Kenntnisse oder Erfahrungen aus dem Studium helfen. Und das nicht nur im Beruf. Ich würde das Studium niemals alleine danach beurteilen wollen, ob ich jede einzelne Information für meine aktuelle Tätigkeit brauche oder nicht. Es sind einfach zwei Paar Stiefel.

Die Inhalte des Studiums sollten nicht nur nach „Berufsverwertbarkeit“ ausgewählt werden. Es ist

eine einmalige Zeit mit einmaligen Möglichkeiten, die sich nicht immer auf den Beruf beziehen müssen. Insbesondere, weil man im Studium oft noch gar nicht weiß, welchen Beruf man ergreifen wird. Man kann es gar nicht wissen, denn schließlich müssen wir alle flexibel auf die jeweils aktuelle Situation auf dem Arbeitsmarkt reagieren! Im späteren Berufsleben braucht man neben der Fle-

xibilität wiederum viele Fähigkeiten, die man im Studium gar nicht alle lernen kann. Aber man lernt sie „by doing“ wenn man aufgeschlossen und motiviert und immer bereit ist, zu lernen!

Ist das nicht ein schönes Schlusswort? Vielleicht etwas abgegriffen, aber wahr. In diesem Sinne wünsche ich allen Lesern viel Motivation, Aufgeschlos-

senheit, Glück und vor allem Erfolg im Studium und danach.

Autor:

Dipl.-Geogr. Wolfgang
Hübner
REGIOPLAN INGENIEUR-
RE GmbH
Besselstr. 14-16
68219 Mannheim
Tel. 0621/87675-41
Fax 0621/87675-99
w.huebner@regioplan.com



Tipps zum Berufseinstieg der Generation Praktikum

von Markus Schaffert

Nach 12 Semestern Geographie in Heidelberg und Stockholm konnte es Anfang 2004 endlich losgehen mit der Arbeit als Diplom-Geograph: Mein Startkapital waren eine sehr gute Abschlussnote, ein Auslandssemester, zwei positiv bewertete Praktika, der Erwerb zusätzlicher EDV- und Sprachkenntnisse sowie eine bedingungslose Flexibilität bezüglich des zukünftigen Arbeitsortes und die feste Überzeugung, mit diesen Meriten schon bald eine interessante Arbeitsstelle zu finden. Dass bis zu meiner ersten Festanstellung mit einer Vertragsdauer von über einem Jahr rund drei Jahre vergehen würden und ich bis dahin rund 200 Bewerbungen schreiben sollte (von denen nur eine einzige zu einem Vorstellungsgespräch führen würde), hätte ich mir damals nicht träumen lassen.

Es ist in renommierten Zeitschriften bereits viel geschrieben worden über die so genannte „Generation Praktikum“; Ein Jahr nach meinem Uni-Abschluss musste ich mir eingestehen, dass ich Teil dieser Generation geworden war: Da sich keine bezahlten Arbeitsmöglichkeiten finden ließen, entschloss ich mich über Praktika Berufserfahrung zu sammeln und durch gute Leistungen hoffentlich schon bald in eine Festanstellung übernommen zu werden. Ich „praktizierte“ erst bei der *GTZ*, dann beim *Planungsverband Ballungsraum Frankfurt/Rhein-Main* und schließlich bei

der *Stadt Speyer*. Dabei gab ich jeden Tag aufs Neue Alles, um die Vorgesetzten von meinen Fähigkeiten zu überzeugen, blieb auch schon mal bis 22 Uhr im Büro und erstellte Plankonzepte, die ein kommerzielles Planungsbüro wohl für mehrere tausend Euro in Rechnung gestellt hätte.

Für alle drei Praktika erhielt ich letztlich auch sehr gute Praktikumszeugnisse – aber eine dauerhafte Anstellung oder wenigstens ein unbezahltes GTZ-Auslandspraktikum? Nada! Nach diesen ernüchternden Erfahrungen entschloss ich mich, keinen Praktikumsplatz mehr zu suchen. Letztlich hätte ich damit doch nur weiter dazu beigetragen, dass das der „Generation Praktikum“ zugrunde liegende System – nämlich das unentgeltliche Ausnutzen fertig ausgebildeter Fachkräfte – fortbestehen würde und hätte Studenten, für die ein oder zwei Praktika sinnvoll und z.T. vorgeschrieben sind, potentielle Praktikumsplätze weggenommen.

In der ersten Hälfte meines zweiten Arbeitsjahres (2005) arbeitete ich dann als GIS-HiWi in freier Mitarbeiterschaft für die Uni Mannheim. Den Stellenausschlag für diese Tätigkeit hatte ich übrigens am Geographischen Institut Heidelberg gefunden. Eigentlich suchte man dort einen Studenten, da sich aber keiner fand, griff man notgedrungen auf die geprüfte und damit teurere Hilfskraft zurück. Diese Arbeit war

sehr bedeutend für meinen weiteren Werdegang, da ich mir wichtige Fähigkeiten im GIS-Bereich aneignen und über das entsprechende Arbeitszeugnis auch nachweisen konnte.

Leider aber betrug der mit dieser Tätigkeit verbundene Arbeitsumfang nicht mehr als rund einen Arbeitstag pro Woche und nach anderthalb Jahren als Diplom-Geograph musste ich mir eingestehen, dass ich pleite war. Alle Ersparnisse, die ich im Laufe von knapp 30 Jahren zur Seite gelegt hatte, waren in einer Zeit draufgegangen, in der ich unentwegt gearbeitet und in der Unternehmen und Organisationen der öffentlichen Hand ordentlich an mir verdient hatten! Ich hatte mir schon das Harz-4-Antragsformular besorgt, als dann eine neue Arbeitsstelle in einem privaten Planungsbüro in Darmstadt die größte Not milderte. Ein ehemaliger Kollege vom Planungsverband hatte mich seinen früheren Mitarbeitern weiterempfohlen. So konnte ich nun halbtags für 12,50 Euro/h brutto gerade so meinen Lebensunterhalt bestreiten und mich im GIS-Bereich weiterbilden: Meine Aufgabe war die Umstellung des hauseigenen GIS-Systems von ArcView GIS 3.2 auf 9.0. Als nach einem Jahr (Mitte 2006) das GIS-System umgestellt und die Mitarbeiter von mir darin geschult worden waren, wurde mir aber wieder gekündigt und ich stand erneut auf der Straße. Die Verzweiflung war groß, bis



Markus Schaffert:
Mitverantwortlicher für den Hochschulvertrieb der Firma Intergraph

ich dann nach sechs Wochen ohne Job plötzlich und mittlerweile unerwartet eine Einladung zu einem Vorstellungsgespräch erhielt. Und es war dann eine große Genugtuung, dass ich mich bei meinem ersten Bewerbungsgespräch überhaupt (nach ca. 200 Absagen) gleich gegen die verbliebenen Konkurrenten durchsetzen konnte.

Ich bin nun am *Institut für kommunale GeoInformationssysteme (IKGIS) e.V.* – einem spin-off des Geodätischen Instituts der TU Darmstadt angestellt. Das IKGIS arbeitet sehr eng mit der Firma *Intergraph* zusammen, für deren Hochschulvertrieb ich jetzt mitverantwortlich bin. Hier arbeite ich nun halbtags und befristet auf drei Jahre. Ich sitze einerseits auf dem Campus der TU Darmstadt und meine Kunden sind deutschsprachige Universitäten und deren Studenten. Gleichzeitig bin ich aber auch Teil eines GIS-Weltmarktführers und stehe in permanenten Kontakt zur Intergraph-Deutschlandzentrale in Ismaning bei München und zum Mutterkonzern in den USA. In der mir verbleibenden Zeit promoviere ich darüber hinaus am Geodätischen Institut im GIS-Bereich. Nach den vielen zweifelhaften Erfahrungen auf dem Arbeitsmarkt bin ich nun sehr zufrieden mit meiner Tätigkeit und der Meinung, dass meine Odyssee auf dem Arbeitsmarkt ihr Happyend gefunden hat.

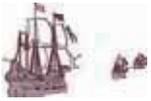
Fazit: Meine Erfahrungen auf dem geographischen Arbeitsmarkt sind leider kein Einzelfall, wie ich durch Kontakte zu anderen

jungen Diplom-Geographen mittlerweile weiß. Dennoch sollte dies kein Grund für Euch sein, dass Studium zu wechseln oder den Kopf in den Sand zu stecken. Auch Geographie-Absolventen können unmittelbar nach ihrem Studium eine anständige Arbeit finden, sie müssen dafür aber mehr tun als Absolventen anderer Fachrichtungen.

Einen Job im geographischen Umfeld findet man nach meinen Erfahrungen derzeit durch Berufserfahrung, über Kontakte oder über nachgefragtes Spezialwissen. Wer gleich nach seinem Examen eine „richtige“ Arbeitsstelle finden möchte, muss schon während des Studiums anfangen, Erfahrung, Kontakte und Spezialwissen zu generieren. Wer dagegen erst nach dem Studium damit beginnt, braucht Jahre, bis er sich für den Arbeitsmarkt wirklich fit gemacht hat. Konkret heißt das, dass Ihr schon während des Studiums umfangreiche Berufserfahrung sammeln solltet. Zwei dreimonatige Praktika sind zu wenig. Viel besser ist es, ihr sucht Euch einen Studentenjob in einem für Euch interessanten Unternehmen und/oder in einem relevanten Arbeitsfeld (z.B. als GIS-Aushilfe) und macht das möglichst über Jahre hinweg. So bekommt Ihr eventuell einen Fuß in die Tür des Unternehmens oder könnt zumindest mehrjährige Berufserfahrung in einem relevanten Themenbereich vorweisen. Darüber hinaus werdet ihr in dieser Zeit bei entsprechender Eigeninitiative wichtige Kontakte knüpfen, die sich später auszahlen könnten.

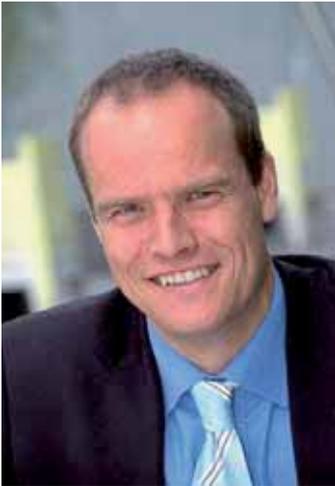
Ein weiterer wichtiger Pluspunkt ist das Vorhandensein von Spezialwissen. Solches Spezialwissen sind z.B. tiefgründige und nachweisbare Kenntnisse in Programmiersprachen (Informatik als Nebenfach hilft; Berufserfahrung in der Anwendung von Programmierertechniken ist super). Aber auch umfangreiche EDV-Anwenderkenntnisse (z.B. GIS, SPSS, SAS, ErdasImagine) können auf direktem Wege zur Arbeitsstelle führen. Wichtig ist hierbei aber, dass Ihr nicht nur Einführungsveranstaltungen besucht, sondern bei ein oder zwei Programmen wirklich am Ball bleibt sowie nachweisbare und möglichst mehrjährige (Berufs-) Erfahrungen sammelt. Ein anderer Erfolg versprechender Weg, ist es, die Geographie nach dem Studium endgültig hinter sich zu lassen und bei einem Unternehmen anzuhauern, dass Studienabsolventen (z.B. für ein Traineeprogramm) sucht, deren Fachrichtung dem Unternehmen egal ist. Solche Unternehmen sind gar nicht mal so selten und die Bandbreite reicht von *Lidl* über *Ikea* bis zu *statoil*. Oder gebt bei *Monster.de* mal „german“ ins Schlüsselfeld ein (vorausgesetzt: europa- oder weltweiter Suchmodus): Ihr werdet sehen, dass im Ausland deutsche Uniabsolventen (unabhängig von der Fachrichtung) für Positionen im technischen support oder im Vertrieb gesucht werden. Warum nicht mal ein oder zwei Jahre als technical helpdesk in Dublin oder Amsterdam verbringen und sich während dieser Zeit weiter in Deutschland bewerben?

Falls ihr weitere Fragen zum Artikel habt, könnt ihr mich unter markus.schaffert@intergraph.com kontaktieren. Gerne beantworte ich euch auch Fragen zum Intergraph-Hochschulprogramm, durch das Ihr kostenlos die GIS-Software Geomedia Pro erhalten könnt.



Tipps von einem Geographen, der es wissen muss - im Gespräch mit dem Heidelberger Oberbürgermeister Dr. Eckard Würzner

von Christina Preusker



Der Heidelberger Oberbürgermeister: Dr. Eckard Würzner



Seit dem 14. Dezember 2006 ist der Geograph Dr. Eckard Würzner Oberbürgermeister der Stadt Heidelberg. Das Tutorium für das Hauptstudium besuchte ihn vor seiner Wahl in seiner damaligen Position als Bürgermeister für Umwelt und Energie der Stadt Heidelberg.

Dr. Eckard Würzner studierte von 1982 bis 1987 Geographie an den Universitäten Heidelberg und Mannheim. Seine Nebenfächer Geologie und Jura entwickelten sich insbesondere hinsichtlich seiner späteren Tätigkeit im Umweltdezernat der Stadt Heidelberg als wichtige Voraussetzung. Die Kenntnis rechtlicher Grundlagen ist beispielsweise in Planungsprozessen unumgänglich. Diverse Stipendien führten ihn rund um die Welt. Seinem zügigen Studium, in dem er bereits Vater war, folgte die von der Landesgraduiertenförderung Baden-Württemberg geförderte Dissertation zum Thema: "Vergleichende Fallstudie über potentielle Einflüsse atmosphärischer Umwelttoxinen auf die Mortalität in Agglomerationen" für den Bereich der Ballungsräume in der Bundesrepublik Deutschland und den Großraum Paris.

Auf die damalige Stellenausschreibung bei der Stadt Heidelberg kamen 760 Mitbewerber. Dr. Würzner erhielt die Stelle und arbei-

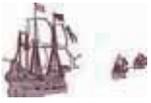
tete in den folgenden Jahren als u. a. Umweltfachberater, Leiter der Abteilung technischer Umweltschutz und Leiter des Amtes für Umweltschutz, Energie und Gesundheitsförderung. Zu jener Zeit war der Bereich „Umwelt“ ein aufstrebender Wirtschaftszweig. Aktuell, so Würzner, habe sich die Situation aber etwas geändert: „Bei der Stadt sind derzeit fast alle der rund 2000 Stellen belegt. Der Trichter wird immer enger.“ Dennoch bekämen aber entsprechend auftretende Absolventen immer eine Chance. „Man sollte sich darüber im Klaren sein, was man darstellen möchte.“ Dazu gehören laut Dr. Würzner nicht nur ein überzeugendes Auftreten, sondern auch ein guter Abschluss sowie möglichst erste Berufserfahrung. Zusatzqualifikationen seien ein wesentlicher Punkt im Lebenslauf des Bewerbers.

Das Rennen um eine gute Position beginne bereits ab dem dritten Semester. Neben Praktika sei es unablässig, bereits erste Berufserfahrungen in der späteren Wunschtätigkeit zu sammeln – sei es durch Mitarbeit an Projekten oder durch einen Nebenjob in der Wirtschaft. Dr. Würzner arbeitete selbst bereits während des Studiums als Umweltberater für die Stadt Heidelberg und verfasste Gutachten. Auslandsaufenthalte während des Studiums werden

ebenso gerne gesehen wie ein breites Spektrum an Fremdsprachenkenntnissen, das durchaus auch exotischere Sprachen umfassen könne. Kurz gesagt, sollte sich der Studierende bereits während der Phase des Studiums auf die Phase des Berufs vorbereiten.

Hierbei sind auch Netzwerke unumgänglich. Die Zeiten der „Vetterleswirtschaft“ seien aber endgültig vorbei. Tatsache ist, dass viele Stellen nicht mehr ausgeschrieben werden, sondern über bereits vorhandene Kontakte bzw. ehemalige Praktikanten oder Mitarbeiter besetzt werden.

Mit Flexibilität, Anpassungsfähigkeit, durchaus auch etwas Hartnäckigkeit und einem Gefühl für den Markt seien die Berufsaussichten gut. Als Geograph sei man aufgrund der Fähigkeit, den Überblick zu wahren, absolut auch für Führungspositionen geeignet. Viele Studierende unterschätzen dies.



Work & Play - als Geograph in Neuseeland

von Martin Pecher (geb. Zeh)



Sea Kayaking, Abel Tasman National Park



Wellington CBD vom Mount Victoria



South Coast, Wellington



Mount Ruapehu, Tongariro National Park

Nach meinem Diplom 2001 schaute ich wie viele andere meiner Studienkollegen mit Verzweiflung auf den Arbeitsmarkt in Deutschland. Horrorgeschichten von unzähligen, erfolglosen Bewerbungen ermutigten mich nicht im Geringsten den sicheren Schoss der Universität zu verlassen. Eine halbe Stelle als wissenschaftlicher Mitarbeiter am Geographischen Institut (bei Prof. Glaser) ermöglichte mir in den darauffolgenden zwei Jahren den Ausbau meiner Kenntnisse und Erfahrungen im Bereich GIS und 3D-Landschaftsvisualisierung. Mehrere Bewerbungen innerhalb Deutschlands und Europas zeigten mir während dieser Zeit, dass mein Traum vom perfekten Geographenjob wohl ein solcher bleiben würde. Aus dieser Frustration heraus schickte ich dann einige Email-Bewerbungen nach Neuseeland. Nach mehreren Reisen und Praktika war mir dieses faszinierende Land ans Herz gewachsen und ich spielte schon eine Weile mit dem Gedanken an einen längeren Auslandsaufenthalt. Keine zwei Wochen später hatte ich sechs Einladungen zu Vorstellungsgesprächen (genauso viele wie abgeschickte Bewerbungen), aus denen sich während meines Neuseelandaufenthaltes vier konkrete Jobangebote herauskristallisierten. Keine zwei Monate später und der Traumjob im Traumland war Wirklichkeit geworden!

Als Spezialist für GIS und 3D-Visualisierung im Hauptstadtbüro der größten Umwelt-Consulting-Firma in Neuseeland bin ich verantwortlich für die Betreuung des firmeninternen GIS (inkl. Geodatenbanken) und die Bereitstellung jeglicher Art von Visualisierungen (Karten, interaktive 3D-Modelle, photorealistische 3D-Simulationen, Präsentationen, u. v. m.). Neben diesen eher technischen Aufgaben kann ich als Geograph zusätzlich auch als interdisziplinäre Schnittstelle zwischen den Landschaftsplanern, Landschaftsarchitekten, Ökologen, Stadtplanern und Designern innerhalb der Firma fungieren. Auch wenn mir im Endeffekt meine Spezialisierung im Bereich 3D-Landschaftsvisualisierung und GIS diesen Job verschafft hat, sichern tut ihn mir meine Ausbildung als Geograph.

Die lockeren und überaus angenehmen Umgangsformen im neuseeländischen Arbeitsalltag waren am Anfang schon etwas ungewohnt. Ebenso wie die allgegenwärtige Freundlichkeit, Offenheit und Hilfsbereitschaft der Kiwis. Doch es dauert nicht lang bis man sich hier am anderen Ende der Welt wie zu Hause fühlt. Auch an Rugby, Cricket, Netball und Segeln kann man sich durchaus gewöhnen. ehrlich! Dank Internet und Deutsche Welle TV (über Satellit) bleibt man stets auf dem laufenden über die Entwicklungen in Deutschland und Europa.

Auch wenn man als Teil der arbeitenden Bevölkerung leider nie genug Freizeit hat, Neuseeland ist ein Paradies für Outdoor-Aktivitäten aller Art, und jede freie Minute kann man nutzen um dieses faszinierende Land mit seinen atemberaubenden Landschaften und den freundlichen Menschen auf immer wieder neue Art kennenzulernen. Wandern, Surfen, Kajakfahren, Segeln, Radfahren, Tauchen, Mountainbiken, Schwimmen, Klettern und Fischen sind nur die beliebtesten Aktivitäten denen man in Wellington und Umgebung frönen kann. Der Ruf der Wildnis ist allerdings auch hier in der Stadt immer allgegenwärtig. Vulkane, Gletscher, unberührte Regenwälder, einsame Strände, unzählige Wasserfälle, raue Felsküsten....mit seinen 14 Nationalparks und unzähligen anderen Schutzgebieten bietet Neuseeland unbegrenzte Möglichkeiten diesem Ruf zu folgen.

Auswandern nach Neuseeland ist nicht einfach. Man lässt Freunde und Familie zurück und gibt viele Gewohnheiten und Sicherheiten auf. Auch wenn Neuseeland ein durch und durch westlich geprägtes Land ist, hier im Südpazifik läuft alles etwas anders als in Deutschland. Arbeitsrecht, Urlaub, Gehalt, Versicherungen, soziale Absicherung, usw., fast überall stößt man auf ein neues System. Einige Dinge (z.B. viele Lebensmittel) schaffen trotz alledem eine ge-

wisse Vertrautheit, während andere für Schock und Unverständnis sorgen. Die Grösse, Abgeschiedenheit und junge Geschichte Neuseelands machen es einzigartig, aber die Natur und die

Menschen machen es zu einem Paradies.

Wer sich gut informiert und vorbereitet, Mut und Abenteuerlust aufbringt und auch bereit für ein paar

Opfer ist, der hat die Möglichkeit hier am anderen Ende der Welt ein ganz persönliches Paradies zu entdecken.

Ka kite, Martin



Mount Cook, Mount Cook National Park



Franz Josef Glacier, Westland National Park



Sonnenuntergang über der Cook Strait

KATASTROPHEN- FORSCHUNG

• Interview: Michael Kuntz

COLUMBUS: Herr Lennartz, bevor wir uns dem weiteren Gespräch widmen, könnten sie mir ihren akademischen Lebenslauf bitte kurz schildern?

LENNARTZ: Ich habe in Bonn Geographie mit den Nebenfächern Städtebau und BWL studiert und dort bei Prof. Nüsser meine Diplomarbeit geschrieben. Obwohl er zur Zeit der Abgabe schon seine neue Stelle hier am SAI in Heidelberg antrat, hatte er sich bereit erklärt, mich in Bonn noch als Diplomand ►





▶ anzunehmen. Während der Diplomarbeit habe ich mich mit dem Wiederaufbau nach der Tsunamikatastrophe in Sri Lanka beschäftigt, denn ich entschied mich recht früh für einen Studienschwerpunkt im Bereich der Naturgefahren und Naturkatastrophen und habe dabei vor allem den sozialen Komponenten Beachtung geschenkt. Später war ich für sieben Monate als Mitarbeiter in der Geschäftsstelle des Deutschen Komitees Katastrophenvorsorge tätig. Das DKKV ist ein eingetragener Verein, welcher eine Plattform für Katastrophenvorsorge in Deutschland bildet. Aufgabe dieses Vereins ist es, Kontakte zwischen Wissenschaft und Praxis zu knüpfen und den Wissensaustausch zum Thema Katastrophenvorsorge zu fördern. So war beispielsweise Prof. Bohle, der ehemalige Leiter der Geographischen Abteilung des SAI, ebenfalls im wissenschaftlichen Beirat des DKKV vertreten. Die letzten zehn Monate war ich als Juniorfachkraft bei der GTZ im Sektorvorhaben „Katastrophenvorsorge in der Entwicklungszusammenarbeit“ angestellt. Diese Stelle befand sich in der Zentrale der GTZ und diente als Sammelstelle für Informationen aus Projekten, welche sich mit Katastrophenvorsorge befassten. Dort werden Erfahrungen aus den unterschiedlichen Projekten gesammelt, um sie später anderen Projekten zur Verfügung zu stellen. Dabei handelt es sich überwiegend um Projekte in Lateinamerika und zunehmend auch in Südostasien. Seit Mitte April bin ich am Südasieninstitut der Universität Heidelberg angestellt.

Warum haben Sie Ihren Job bei der GTZ aufgegeben?

Da ich bei der GTZ als Elternzeitvertretung eingestellt worden war, war mein Vertrag dort nur befristet. Als sich dann die Möglichkeit ergab, hier in Heidelberg eine Promotionsstelle anzutreten, habe ich die Gelegenheit genutzt, nach eineinhalb Jahren in der Praxis wieder an die Uni zurückzukehren.

Sind sie immer noch im Bereich der Katastrophenvorsorge tätig?

Ja, ich möchte weiter in diesem Bereich arbeiten. Neben meinen Lehraufgaben als Mitarbeiter des SAI bin ich auch hier, um meine Doktorarbeit zu schreiben. Derzeit befinde ich mich aber noch in der Phase der Ideenentwicklung. Aber es soll auf jeden Fall im Bereich Katastrophenvorsorge in einem südasiatischen Kontext weitergehen. Interessante Themen sind dabei beispielsweise der Wiederaufbau nach dem Erdbeben in Pakistan oder die Überschwemmungsproblematik in Bangladesch.

Würden sie sagen, dass es hier am Institut Raum für den Bereich der Katastrophenforschung gibt?

In der geographischen Abteilung des SAI werde ich der Einzige sein, der sich explizit mit dieser Problematik beschäftigt. Herr Professor Nüsser hat mich jedoch auch deswegen eingestellt, weil er Interesse an der Thematik hat und die Notwendigkeit für diese Forschung in Südasiens sieht. Auch der Vorgänger von Herrn Nüsser, Prof. Bohle, hatte bereits im Bereich „Verwundbarkeiten von Gesellschaften“ etc. gearbeitet. Folglich war das hier am Institut auch schon immer ein Thema. ▶

- **Herr Lennartz, sie haben auch einen Lehrauftrag hier am Institut zu erfüllen und kommen somit auch mit den Studenten in unmittelbaren Kontakt. Was würden sie sagen, muss ein guter Geographiestudent an Fähigkeiten ins Studium mitbringen?**

Also erst einmal ein breit gefächertes Interesse. Ich habe mir den Bereich der Naturkatastrophen ausgesucht, da ich dort die Kombination von physischer Geographie und Humangeographie am besten verwirklicht sah und dort die Schnittmenge dieser Bereiche besonders groß ist. Deshalb denke ich, sollte man sich für möglichst Vieles interessieren und die Augen offen halten.

Sie haben ihre Karriere erst begonnen. Was ist Ihrer Meinung nach für einen Geographen wichtig, wenn er ins Berufsleben einsteigen möchte?

Was generell wichtig ist für einen Berufseinsteiger, ist neben dem geographischen Fachwissen, auch der Kontakt zu potenziellen Arbeitgebern. Ich meine damit nicht „Vitamin B“ sondern Kontakte, die man sich beispielsweise durch Praktika schaffen kann. So hatte ich, bevor ich bei der GTZ gearbeitet habe, dort ein Praktikum absolviert. Damit kannten mich die Leute bereits, was mir eventuell einen Vorteil gegenüber anderen Mitbewerbern gebracht hat. Ein gutes Praktikum ist auf jeden Fall von Vorteil. Und natürlich kann man sich überlegen, sich über die Diplomarbeit ein Alleinstellungsmerkmal zu schaffen, indem man in seiner wissenschaftlichen Arbeit ein Thema behandelt, bei dem man denkt, es könnte für seinen zukünftigen Arbeitgeber von Interesse sein. Dabei bietet die Diplomarbeit eine gute Chance, sich kurz vor Ende des Studiums noch weiter zu spezialisieren.

Würden sie nun sagen, dass der Bereich der Katastrophenforschung Zukunft hat, also dort eine Nachfrage für zukünftige Geographen besteht?

Natürlich (lacht). Ich denke, dass im Zuge des Klimawandels noch weiterer Forschungsbedarf besteht. Es wird auf jeden Fall Regionen geben, in denen die Probleme noch wachsen werden. Dies gilt beispielsweise auch für das Bevölkerungswachstum in gefährdeten Gebieten. Weltweit ist dies sicher ein Thema, das nicht so einfach aus der Welt zu schaffen ist. Ob allerdings Gelder für diesen Bereich bereitgestellt werden, ist natürlich wieder eine andere Frage. Im Feld der deutschen Entwicklungszusammenarbeit ist das eine Sache mit Zukunft, aber eben keine, die boomt wie beispielsweise erneuerbare Energien. Eins ist auf jeden Fall aber sicher: Extreme Naturereignisse wird es immer wieder geben. Das Ziel kann es nur sein, ihre negativen Auswirkungen zu verringern.

Sie bieten momentan einen GIS-Kurs als Blockseminar an. Würden sie sagen, das ist etwas, was ein Geograph unbedingt beherrschen sollte?

Meiner Meinung nach kommt man ohne GIS-Kenntnisse nicht mehr aus. Es muss nicht jeder ein GIS-Experte werden, aber das generelle Interesse sollte vorhanden sein. Es erleichtert einem eben vieles, wenn man mit GIS umgehen, gute Karten machen kann und die Analyseinstrumente versteht. Es sollte somit jeder grundlegende Kenntnisse in der Anwendung von GIS besitzen und für einige könnte es natürlich auch die Möglichkeit sein, später einen Arbeitsplatz zu finden. Meine Erfahrung hat gezeigt, dass diejenigen, die sich gut mit GIS auskannten, wenige Probleme hatten, in diesem Bereich auch einen Job zu bekommen.

Vielen Dank für das Gespräch!

- Text: **Stephanie Pedlow**

„Die Immobilienwirtschaft bietet für Geographen interessante **Berufsmöglichkeiten**“

Die Immobilienwirtschaft bietet für Geographen interessante Berufsmöglichkeiten. Vor allem die Markt- und Standortanalyse ist ein wichtiges Arbeitsfeld, in dem Geographieabsolventen sich profilieren können. Welche Standorte bieten eine gute Anlagemöglichkeit? Dazu sind Informationen über Miethöhe, Leerstandsdaten, Renditen etc. nötig, die eine Vergleichbarkeit der Immobilien im regional-ökonomischen Kontext möglich machen. Diese Vielzahl von Informationen muss qualitativ und quantitativ ausgewertet werden, was in den Consulting & Research-Abteilungen von Banken, Versicherungen oder Immobilienberatungsfirmen geschieht.

DER GEGENWÄRTIGE UND zukünftige Arbeitskräftebedarf in dieser Industrie ist enorm, gleichzeitig ist die Ausbildungsinfrastruktur in diesem Bereich noch sehr jung und entsprechende Angebote an den Unis noch rar. Das Institut für Humangeographie der Goethe-Universität Frankfurt am Main veranstaltet daher dieses Jahr wieder eine International Summer School zum Bereich „Real Estate Market Research“. Vom 13. bis 27. August 2009 soll vor allem Studierenden der Geographie, Stadtplanung oder Wirtschaftswissenschaften Wissen für den Berufseinstieg in die Im- ▶

International Summer School
13. bis 27. August 2009

Real Estate Market Research

- mobilienbranche vermittelt werden. Nach dem Erfolg der Sommerschule im Jahr 2008 wird sie dieses Jahr zum zweiten Mal angeboten. Referenten aus Wissenschaft und renommierten Unternehmen gestalten das zweiwöchige Programm, an dem letztes Jahr 50 Studierende aus über 20 verschiedenen Universitäten teilnahmen. Einerseits sollen die inhaltlichen Stärken der Teilnehmer im Bereich des Wissens über regionalökonomische und räumliche Zusammenhänge vertieft werden. Andererseits soll das methodische Wissen ausgebaut werden. Schwerpunkte der Summer School sind unter anderem Regional- und Portfolioanalyse, Prognosetechniken und Bewertungsverfahren, Projektentwicklung in den Bereichen Wohn-, Büro- und Hotelimmobilien, Immobilienfinanzierung und stadtplanerische Aspekte. Exkursionen, Vorstellung von Unternehmen und Projektarbeit ergänzen das Programm. So hatten letztes Jahr beispielsweise die Teilnehmer in Workshops die Möglichkeit, das IG-Farbenhaus des Campus Westend in ein Hotel umzubauen (und einzuschätzen, ob dies sinnvoll wäre), ein unbebautes Grundstück im Frankfurter Europaviertel bedarfsgerecht zu entwickeln oder eine Wohnanlage bei Darmstadt unter der Einwirkung unterschiedlich wichtiger Steuerungsparameter zu beurteilen und am gewinnbringendsten zu verkaufen. Veranstaltungssprache ist Deutsch und Englisch. und fundierten Englischkenntnissen. Die Anmeldefrist war zum Zeitpunkt des Redaktionsschlusses noch nicht bekannt, daher empfiehlt es sich regelmäßig auf der Homepage des Frankfurter Instituts für Humangeographie: <http://www.geo.uni-frankfurt.de/ifh/summerschool/index.html> vorbeizuschauen. ○

„Die Summer School richtet sich Studierende mit **Interesse** an immobilienwirtschaftlichen Fragen“

Standorttheorien praktisch anwenden:

Ein Geograph bei SUBWAY Bayern

Aufmerksam auf die Stellenausschreibung bei SUBWAY Bayern wurde ich rein zufällig. Da ich auch schon vor meinem Arbeitsbeginn ein von der SUBWAY-Produktpalette überzeugter Kunde war, wollte ich mich auf der Homepage lediglich über die damals laufende „5€ für jedes Footlong-Sandwich-Aktion“ schlau machen.

- Text: **Ralph Klomann**

HIER WURDE ICH dann auf die Kategorie „*Karriere bei SUBWAY*“ und noch mehr auf die Stellenausschreibung eines „*Site Specialists für Bayern und Österreich*“ aufmerksam. Voraussetzung für eine Anstellung war unter anderem ein abgeschlossenes geowissenschaftliches Studium. Da ich selbiges zum Zeitpunkt der Stellenausschreibung zwar noch nicht vorweisen konnte, mich die Stellenbeschreibung durchaus reizte, entschied ich mich, mich bei SUBWAY Bayern zu bewerben. Bereits zu diesem Zeitpunkt war mir klar, dass der geeignete Standort eines Restaurants einer der wichtigsten Faktoren für erfolgreiches Wirtschaften ist.

ETWA 14 TAGE später hatte ich dann ein erstes Telefoninterview mit dem Geschäftsführer Herrn Christian Türcke. Daraufhin wurde mir ein Termin für ein ausführliches Bewerbungsgespräch direkt im Entwicklungsbüro in Ottobrunn angeboten. Hierzu anwesend war neben Herrn Türcke auch mein direkter Vorgesetzter Herr Martin Pacher, der mich zu solch allgemeinen Dingen wie meinem universitären Werdegang ebenso befragte wie meine Herangehensweise an standortbezogene Problemstellungen.

MEINE LANGZEIT-AUFGABE ALS „Vermieteronkel“ (so werden wir im Entwicklungsbüro scherzhaft von

den Kollegen genannt) lässt sich ganz grob so beschreiben: Errichte 200 neue SUBWAY-Restaurants in Bayern und Österreich! Hiermit soll ich beitragen, in Deutschland bis zum Jahr 2011 den Mitbewerber McDonald's in der Anzahl der Restaurants zu überholen.

ETWAS PRÄZISER GESAGT gliedert sich mein „daily business“ - wenn auch mit täglichen Variationen - in folgende Arbeitsschritte:

- Einholen und Bewerten von Gewerbeflächenangeboten. Diese erhalten wir von Maklern, Projektieren, Stadt- und Gemeindeverwaltungen oder Privatpersonen. Bei der ersten Bewertung eines möglichen Standortes mittels Luftbild (google maps) und einer anschließenden, etwas tiefer gehenden Analyse per GIS (Tactician – ein von der Unternehmenszentrale in Milford/USA entwickeltes Geo-Marketing-Tool) geht es in erster Linie um den Abgleich eines Angebotes mit der Erfüllung von SUBWAY-Standortkriterien; dem so genannten P.A.V.E.-System. Hierbei steht

„P“ für **People** (also die verschiedenen Passantenströme, die zu unterschiedlichen Tageszeiten und in verschiedener Stärke den Standort passieren) ▶

► „A“ für **Accessability**, also die Möglichkeit den Standort mit dem Pkw möglichst problemlos zu erreichen

„V“ für **Visability** (wie gut ist der Standort von allen Seiten sichtbar und wie bzw. wo lässt sich ein Objekt am effektivsten beschildern)

und schließlich „E“ für **Energie** (bei der Energie eines Standortes geht es vor allem um die Attraktionsträger im Umfeld wie etwa die Nähe zu großen Frequenzbringern aber auch zu Mitwettbewerbern auf dem Fast-Food-Sektor).

- Anschließend bieten wir die vorgeprüften Objekte unseren Franchisepartnern an, die sich momentan auf der Suche nach einem Restaurant befinden. Sind auch die Franchisepartner vom Standort überzeugt, führen diese direkt vor dem Objekt Passanten- und Pkw-Zählungen zu verschiedenen Tageszeiten durch. Wichtig ist es an dieser Stelle zu erwähnen, dass SUBWAY keinen seiner Franchisepartner zur Realisierung eines Standortes zwingt; ein Franchisenehmer aber genauso wenig ohne die Zustimmung unseres Entwicklungsbüros einen Standort betreiben darf.

- Parallel dazu führe ich erste Mietvertragsverhandlungen mit dem Vermieter durch. Dabei geht es in erster Linie um die Einarbeitung und Berücksichtigung von SUBWAY-Standards in den Mietvertrag, ohne die keine Mietvertrag zu Stande kommt (etwa die so genannte „Brotbackklausel“, die besagt, dass durch den Betrieb eines SUBWAY-Restaurants Brotgeruch entsteht und dieser von manchen Personen als Belästigung wahrgenommen werden könnte). In dieser Phase gilt die „Politik der kleinen Schritte“, damit sich auch durch Ausverhandlung kleiner Kompromisse Vermieter und der Franchisepartner einan-



http://www.subway-sandwiches.de/uploads/media/ChickenTeriyaki_CMYK_02.jpg

der annähern.

- Ebenfalls relativ zeitnah melde ich den Standort bei der Zentrale in den USA an (hier hilft erneut das GIS), prüfe, ob von Seiten der Besitzer bereits bestehender Restaurants Einsprüche gegen den Bau eines neuen Restaurants am geplanten Standort vorliegen und beantrage ebenfalls in den USA einen so genannte „One Page“. Hierbei handelt es sich um einen ersten Entwurf der Inneneinrichtung eines SUBWAY-Restaurants aufgrund des vom Vermieter bereit gestellten Grundrissplans.

- Wenn der Mietvertrag dann vom Franchisepartner (der Mieter des Objekts wird) und dem Vermieter für mindestens 10 Jahre unterzeichnet wurde (lieber wären uns 20 Jahre, da eine Franchiselizenz in Deutschland ebenfalls 20 Jahre läuft), der Vertrag von der Deutschlandzentrale in Köln juristisch geprüft (sind alle SUBWAY-Standardklauseln drin und akzeptiert), wird der Vertrag von beiden Seiten unterzeichnet.

- Anschließend leite ich die weitere Restaurant-Planung an die Abteilung „Franchise-Construction“ weiter, die sich gemeinsam mit dem Franchisepartner um den eigentlichen Restaurantaus- und Umbau bis zur Eröffnung kümmern.

- **DER LETZTE ARBEITSSCHRITT** ist dann sicherlich auch der angenehmste: ich freue mich bereits Wochen vorher auf die „Pre-Opening-Party“, zu der alle eingeladen werden, die am Eröffnungsprozess des neuen Restaurants beteiligt waren und sie alle hoffen (in erster Linie ich), dass es sich auch beim jeweils neuesten SUBWAY-Store um ein möglichst umsatzstarkes Restaurant handelt.



http://www.subway-sandwiches.de/uploads/media/ItalianBMT_CMYK_02.jpg

DA MEINE WÄHREND des Studiums absolvierten Praktika alle andere thematische Schwerpunkte hatten als meine jetzige Tätigkeit, war ich vom ersten Arbeitstag an gezwungen, mich in die Thematik der SUBWAY-Standortanalysen und noch vielmehr im Gebiet der Mietvertragsverhandlungen selbstständig einzuarbeiten. Allerdings war mir vom ersten Tag an die Unterstützung meiner Kollegen nicht nur im Entwicklungsbüro in Ottobrunn, sondern auch von der Deutschlandzentrale in Köln und nicht zuletzt aus Milford/USA sicher.

VON MEINEN IM Studium erlernten Fähigkeiten benötige ich eigentlich nur noch recht wenige. Selbstverständlich muss ich immer wieder auf meine GIS-Kenntnisse und auch auf meine CAD-Erfahrungen (für die Planung der Innenausstattung) zurückgreifen und auch das Basiswissen zur Stadt-, Verkehrs- und Siedlungsgeographie sollte stets parat sein, dennoch wurde in der Stellenbesetzung großen Wert auf ausreichend vorhandene Englisch-Kenntnisse gelegt, da es ebenfalls zu meinen Aufgaben gehört, mit

verschiedensten Personen aus dem Hauptquartier in Milford/USA zu kommunizieren. Des Weiteren ist eine ausgeprägte Reisebereitschaft unabdingbar, um diesen Job erfolgreich zu meistern. Sollte sich ein Gewerbeimmobilienangebot als realisierungswürdig herausstellen, gilt es auch Vor-Ort-Termine zur näheren Untersuchung des Umfeldes aufgrund der oben genannten PAVE-Kriterien wahrzunehmen. Bei der An- und Abfahrt zu einem solchen Ortstermin gilt es darüber hinaus die „Augen offen zu halten“ und nach eventuellen Leerständen Ausschau zu halten.

INTERESSANT ZU ERWÄHNEN ist auch die personelle Konstellation in der Expansionsabteilung. In einer unserer zahlreichen Informationsbroschüren wird erwähnt: „Franchising [...] bedarf eines komplexen und reibungslosen Zusammenspiels von Fachleuten verschiedenster Professionen ...“

MEIN ABTEILUNGSLEITER HERR Pacher ist eigentlich Ingenieur für Elektrotechnik und kann vor allem durch seinen enormen Erfahrungsschatz zum Erreichen unserer Zielvorgaben beitragen, da er bereits seit mehreren Jahren für die Expansion zuständig ist. Ein weiteres Mitglied der Expansionsabteilung ist mein Kollege Dirk Hellstern, der etwa 8 Wochen länger als ich bei SUBWAY Bayern arbeitet und eine Ausbildung zum Grundstücks- und Immobilienkaufmann absolviert hat. Seine Stärke ist vor allem sein reichhaltiger Erfahrungsschatz des bayrischen Immobilienmarktes und der gesamte Bereich der Mietvertragsverhandlungen. Zur Ergänzung dieses Teams wurde ich mit meinem geowissenschaftlichen Background hinzugefügt. Ich werde durch meine im Studium erworbenen Fähigkeiten, Muster im Raum zu erkennen und zu deuten zur Expansion von SUBWAY beitragen. Das gegenseitige voneinander Lernen innerhalb des Expansionsteams lag der Geschäftsführung bei der Besetzung der Stellen sehr am Herzen.

Berufsfeld Immobilienwirtschaft

Eindrücke von der II. International Summer School „Real Estate Market Research“

- Text: **Stephanie Pedlow**
- Fotos: **Institut für Humangeographie, Universität Frankfurt**

Die Immobilienwirtschaft ist ein attraktiver Arbeitgeber – auch für Geographen. Im August 2010 veranstaltete daher das Humangeographische Institut der Universität Frankfurt am Main eine zweiwöchige Summer School zum Thema „Real Estate Market Research“. Das Tagesprogramm war gefüllt mit Vorträgen von Referenten, die aus renommierten Unternehmen der Immobilienbranche stammten, und Workshops, wo das Gelernte in Fallbeispielen angewendet werden konnte.

Dass gerade Geographen oft in dieser Branche ein Zuhause finden, konnte die Summer School eindrucksvoll vermitteln. Die meisten Referenten hatten ein Geographie-Studium hinter sich. Während manche Referenten, die schon länger in der Branche tätig sind, eher durch Zufall in der Immobilienbranche gelandet sind, fanden die meisten Ihren Einstieg durch Praktika, Diplomarbeit oder Trainee-Programme.

VOR ALLEM IM Bereich des Immobilien-Research sind Geographen gesucht. Ihre raumwissenschaftliche Kenntnisse und ihre Fähigkeit „über den Tellerrand zu schauen“ sind bei der Analyse von Standorten und Märkten gefragt. Seit der Immobilienkrise ist der Stellenwert des Immobilien-Research gewachsen. Investoren setzen wieder vermehrt auf sichere Investitionen anstatt risikoreicher Anlagen. Die Recherche von Marktdaten bringt daher Transparenz in die Immobilienlandschaft. Ein Investor, der in einen neuen Markt einsteigen will, möchte das Risiko seiner Investition kennen. Messbar wird die Transparenz durch die Verfügbarkeit von Daten zum Immobilienmarkt, aber auch andere Dinge wie Korruption oder die Stabilität des politischen Systems spielen eine Rolle.

IN DER SUMMER School wurde verdeutlicht, dass eine Immobilie ein Anlageprodukt ist. So legen bei-

spielsweise Pensionskassen oder Versicherungen das Kapital Ihrer Kunden in Form von Immobilien an. Wer in der Sparte Real Estate Investment tätig ist, fällt Entscheidungen zum Kauf von Immobilien und erstellt Portfolios aus verschiedenen Immobilien zur Minimierung des Anlagerisikos.

ALS WEITERES BERUFSFELD gibt es das Asset Management. Hier ist man direkt für eine Immobilie verantwortlich und kümmert sich um die Umsetzung der strategischen Ziele. Darunter fallen beispielsweise die Erarbeitung einer Vermarktungsstrategie und die Auswahl der Mieter. Verwandte Tätigkeiten sind die des Property Managers und des Facility Managers, die sich vor Ort um alle Belange der Mieter und des Objekts kümmern.

IM RAHMEN EINES Workshops konnten die Teilnehmer die Arbeit eines Projektentwicklers nachvollziehen. Dazu wurden Fallbeispiele zu den drei Themenfeldern Büro, Einzelhandel und Wohnen erarbeitet. Als Projektentwickler ist man für die Planung und Erstellung eines größeren Projekts verantwortlich, meist angefangen von der Suche nach einem geeigneten Grundstück bis hin zur Baureifmachung und zum Verkauf. Als Aufgaben fallen zum Beispiel die Ansiedlung eines Shopping-Centers oder die Konversion einer Brachfläche zu einem Wohnquartier an. So wurde im Workshop beispielsweise die Aufgabe ge-

- ▶ stellt, ein Wohnnutzungskonzept für ein Grundstück im Mainzer Zollhafen zu finden. Daraufhin mussten in einer Makroanalyse Daten zu Mainz recherchiert werden, wie es denn mit der Kaufkraft, der Demographie oder den Pendlerbeziehungen in Mainz bestellt sei. Danach wurden der Mikrostandort und der Wohnungsmarkt näher betrachtet. Wie ist die umliegende Nutzung? Wie sehen Angebot und Nachfrage aus? Welche Miet- oder Verkaufspreise wurden für vergleichbare Projekte erzielt?

NACH DER GETROFFENEN Entscheidung, Luxus-Geschosswohnungen am Hafenstandort zu realisieren, musste eine Wirtschaftlichkeitsberechnung durchgeführt werden, um Kaufpreis und Rendite festzustellen. So blieb die Summer School nicht nur auf der theoretischen Ebene, sondern vermittelte auch wichtige Praxistools.

DER EINSTIEG IN die Immobilienbranche findet oft über die Sparte Immobilien-Research statt. Man soll-

te belastbar sein und eine Bereitschaft zu flexiblen Arbeitszeiten mitbringen - 50-Stunden-Wochen sind laut Referenten keine Seltenheit. Außerdem sind gute Englischkenntnisse durch das internationale Umfeld der Unternehmen Pflicht. In der Immobilienbranche führt keine Weg an Frankfurt vorbei. Die Branchen-größen haben alle ihren Sitz in der Mainmetropole, hier ist auch oft die Research-Abteilung angesiedelt.

INSGESAMT WAR DIE Summer School eine spannende Ergänzung zum Lehrprogramm der eigenen Uni und hat Einblicke in Themenfelder ermöglicht, die hier im Studium eher selten auf dem Lehrplan stehen. Auch die Chance, Kontakte zu Geographie-Studenten aus ganz Deutschland zu knüpfen und damit sein eigenes Netzwerk aufzubauen, war ein toller Nebeneffekt der Summer School. Wer also noch nicht weiß, was er in den nächsten Semesterferien mit seiner freien Zeit anfangen soll, dem kann ich den Besuch einer Summer School nur empfehlen.

Hoch hinaus: Die Immobilienwirtschaft bietet gute Jobmöglichkeiten für Geographen



40 Geographie-Studenten aus ganz Deutschland lernten zwei Wochen die Immobilienbranche näher kennen – hier beim Besuch von Frankfurts neuem Büroturm, dem Opernturm.

Der Geograph



als Wirtschaftsförderer

*Walldorfer Unternehmerlunch
bei der Firma Glas Teich*

Autor: **Andreas Wüst**

Auf den ersten Blick könnte Walldorf eine relativ gewöhnliche, wenn auch idyllische mittelgroße Stadt in Baden sein. Rund 15.000 Einwohner leben hier auf einer Fläche von ca. 20 km². Landschaftlich ist die Umgebung geprägt von Wald und Feldern und wirkt alles in allem wie eine gemütliche Wohnstadt für Familien. Fährt man jedoch vom städtischen Zentrum in das südlich gelegene Gewerbegebiet, wird schnell klar, dass Walldorf alles andere als eine reine Wohnstadt ist. Zahlreiche Firmen und Betriebe haben sich hier angesiedelt, unter anderem auch global operierende Unternehmen wie der Softwareriese SAP und die Heidelberger Druckmaschinen AG. Die Stadt gilt als eine der wirtschaftlich attraktivsten Gemeinden Deutschlands und verfügt über eine enorme Wirtschaftskraft.

DIESE SITUATION IST für die Stadt Walldorf angesichts der vielen Arbeitsplätze und der Steuereinnahmen grundsätzlich hoch erfreulich, bringt aber gleichzeitig eine Vielzahl an Aufgaben und Herausforderungen mit sich. Die Nachfrage nach Gewerbeflächen ist so groß, dass unbebaute Flächen immer knapper werden und die zahlreichen ortsansässigen Firmen verlangen nach einer intensiven Betreuung. All dies ist nicht ohne eine spezialisierte Stabstelle in der Verwaltung organisierbar. An diesem Punkt kommt die Wirtschaftsförderung (siehe Exkurs) ins Spiel. Sie kann als Allzweckwaffe in vielen städtischen Belangen verstanden werden und verfügt über ein entsprechend vielfältiges Aufgabenspektrum. Hierzu zählen beispielsweise die Ansiedlung neuer Unternehmen, die Bestandspflege, die Existenzgründungsförderung, das Gewerbeflächenmanagement, aber auch Themen des Stadtmarketings, wie

die Organisation von Events und diversen Veranstaltungen.

DIESE AUFZÄHLUNG, DIE lediglich einen Bruchteil der Aufgaben der Wirtschaftsförderung darstellt, zeigt die hohe Flexibilität und Interdisziplinarität, die ein Wirtschaftsförderer (m/w) mitbringen muss, um in diesem Beruf zu bestehen. So beschäftigt er sich gleichzeitig mit völlig unterschiedlichen Aufgaben und Schwerpunkten und ist dabei erster Ansprechpartner für viele Belange der arbeitenden Bevölkerung. Er bildet somit eine Art Schnittstelle zwischen der städtischen Verwaltung und den Betrieben.

UM DIE AUFGABEN der Wirtschaftsförderung, sowie die Eigenschaften, die ein Wirtschaftsförderer (m/w) mitbringen sollte, darstellen zu können, sowie zu zeigen, dass gerade auch Geogra-

phen (m/w) sehr gut geeignet sind um diese Anforderungen zu erfüllen, wurde für diesen Artikel ein Interview mit dem Wirtschaftsförderer der Stadt Walldorf Marc Massoth geführt. Herr Massoth hat selbst Geographie studiert und leitet mittlerweile seit einigen Jahren die Stabstelle Wirtschaftsförderung. In folgendem Interview gab er Einblicke in die berufliche Situation eines Wirtschaftsförderers und konnte Aufschluss darüber geben, wie man einen Berufseinstieg in dieses Berufsfeld finden kann und welche Faktoren gerade Geographen für diese Tätigkeit prädestinieren.

DIESE SITUATION IST für die Stadt Walldorf angesichts der vielen Arbeitsplätze und der Steuer-

einnahmen grundsätzlich hoch erfreulich, bringt aber gleichzeitig eine Vielzahl an Aufgaben und Herausforderungen mit sich. Die Nachfrage nach Gewerbeflächen ist so groß, dass unbebaute Flächen immer knapper werden und die zahlreichen ortsansässigen Firmen verlangen nach einer intensiven Betreuung. All dies ist nicht ohne eine spezialisierte Stabstelle in der Verwaltung organisierbar. An diesem Punkt kommt die Wirtschaftsförderung (siehe Exkurs) ins Spiel. Sie kann als Allzweckwaffe in vielen städtischen Belangen verstanden werden und verfügt über ein entsprechend vielfältiges Aufgabenspektrum. Hierzu zählen beispielsweise die Ansiedlung neuer Unternehmen, die Bestandspflege, die Existenz-

gründungsförderung, das Gewerbeflächenmanagement, aber auch Themen des Stadtmarketings, wie die Organisation von Events und diversen Veranstaltungen.

DIESE AUFZÄHLUNG, DIE lediglich einen Bruchteil der Aufgaben der Wirtschaftsförderung darstellt, zeigt die hohe Flexibilität und Interdisziplinarität, die ein Wirtschaftsförderer (m/w) mitbringen muss, um in diesem Beruf zu bestehen. So beschäftigt er sich gleichzeitig mit völlig unterschiedlichen Aufgaben und Schwerpunkten und ist dabei erster Ansprechpartner für viele Belange der arbeitenden Bevölkerung. Er bildet somit eine Art Schnittstelle zwischen der städtischen Verwaltung und den Betrieben.

Kommunale Wirtschaftsförderung in Deutschland

„Kommunale Wirtschaftsförderung ist die zur Daseinsvorsorge zählende Aufgaben der Gemeinden, Städte und Landkreise, die durch eine Schaffung, bzw. Verbesserung der Standortbedingungen für die Wirtschaft, das wirtschaftliche und soziale Wohl der Bevölkerung in den Gemeinden und im Kreis sichert oder steigert“. Die wichtigsten Ziele bestehen dabei in der Stärkung des regionalen Wirtschaftspotentials, der Entwicklung von relevanten Branchen, der Sicherung und Vermehrung von Arbeitsplätzen, der Steigerung der Attraktivität des Standortprofils und der Verbesserung der Wohnattraktivität. Grundsätzlich tauchte der Begriff der Wirtschaftsförderung in Deutschland schon Mitte des 20. Jahrhunderts auf, jedoch führte die Wirtschaftskrise in den 70er Jahren zu einem Handlungsdruck für die Entscheidungsträger, der dazu führte, dass man Wirtschaftsförderung als eigenständige Aufgabe erkannte und speziell Mitarbeiter dafür rekrutierte. Grundsätzlich stellt Wirtschaftsförderung eine freiwillige Aufgabe einer Gemeinde dar, allerdings wird ihr eine entscheidende Bedeutung für den jeweiligen Standort zugeschrieben und sie gehört daher zu den wichtigsten kommunalpolitischen Faktoren.

UM DIE AUFGABEN der Wirtschaftsförderung, sowie die Eigenschaften, die ein Wirtschaftsförderer mitbringen sollte, darstellen zu können, sowie zu zeigen, dass gerade auch Geographen sehr gut geeignet sind um diese Anforderungen zu erfüllen, wurde für diesen Artikel ein Interview mit dem Wirtschaftsförderer der Stadt Walldorf Marc Massoth geführt. Er hat selbst Geographie studiert und leitet mittlerweile seit einigen Jahren die Stabstelle Wirtschaftsförderung. In folgendem Interview gab er Einblicke in die berufliche Situation eines Wirtschaftsförderers und konnte Aufschluss darüber geben, wie man einen Berufseinstieg in dieses Berufsfeld finden kann und welche Faktoren gerade Geographen für diese Tätigkeit prädestinieren.

Interviewer (I): Herr Massoth, was umfasst das Aufgabenspektrum eines Wirtschaftsförderers in der Stadt Walldorf?

Marc Massoth (MM): Die einfache Definition von Wirtschaftsförderung ist im Grunde die Ansiedlung von Unternehmen am Standort einerseits und andererseits diese Unternehmen auch am Standort zu halten. Betroffen sind hierbei Wirtschaftsunternehmen, die privatwirtschaftlich tätig sind, es können aber auch Institutionen

sein. Wie der Name schon sagt fördert man die Wirtschaft. Dementsprechend umfasst Wirtschaftsförderung all die Themen, die dazu führen, dass sich Unternehmen am Standort Walldorf wohlfühlen und ihre Belange wahrgenommen werden. Das alles steht natürlich unter der Prämisse, dass die Kommune, also die Gemeinschaft, etwas davon hat. Hier spielt mit Sicherheit der Begriff der Daseinsvorsorge eine große Rolle. Dazu zählen die Schaffung von Arbeitsplätzen und sämtliche Bereiche, die mit dem Gemeinwohl zusammenhängen. Unter die generellen Anforderungen fallen dann natürlich ganz unterschiedliche Aufgabenspektren, wie die Vermittlung und Ver-

marktung von Gewerbeflächen, die Bestandspflege, die Einzelhandelsförderung, die Innovationsförderung, aber, auch Stadt- und Standortmarketingaktivitäten, wie die Organisation von Veranstaltungen. Eine Veranstaltung, die sich etabliert hat, ist die Walldorfer Nacht der Ausbildung. Hier können sich Schüler und Interessierte direkt bei den Walldorfer Firmen über das Ausbildungsangebot informieren. Unter anderem werden Bewerbungstrainings angeboten und Vorstellungsgespräche geführt. Dabei verbindet ein Shuttlebus die unterschiedlichen Firmen miteinander. Auch die Ausbildungsförderung gehört zu unserem Aufgabengebiet. Ein



Quelle: <http://www.walldorfer-nacht-der-ausbildung.de/>

Bei der Walldorfer Nacht der Ausbildung können sich Schülerinnen und Schüler direkt vor Ort über potentielle Ausbildungsstellen informieren.

weiterer großer Teil meiner Aufgaben besteht zusätzlich in der Netzwerkarbeit.

I: Können Sie Beispiele für diese Netzwerkarbeit nennen?

MM: Ein Beispiel wäre, dass ein Bürger zu mir kommt, sich selbstständig machen will, aber nicht weiß wie man einen Businessplan erstellt. Ich würde ihm dann Kontakte vermitteln, die ihn in diesen Themen unterstützen, wie beispielsweise einen Ansprechpartner aus der IHK. Diese Kontakte knüpft man mit der Zeit und so entsteht ein Netzwerk, das ein enormes Spektrum an Themen abdeckt und auf das man bei Bedarf zurückgreifen kann. Die Netzwerkkontakte können sich dabei ganz unterschiedlich bilden. In Walldorf organisieren wir bspw. regelmäßig den sogenannten Unternehmerlunch. Das ist eine Netzwerkveranstaltung, die immer wieder bei einer anderen Walldorfer Firma stattfindet. Dabei gibt es Essen und eine Unternehmensführung. Dabei kommen natürlich die verschiedensten Personen ins Gespräch und es entstehen Kontakte, die später wieder genutzt werden können. Zudem können die verschiedenen Unternehmer ein Verständnis der Tätigkeiten anderer Firmen entwickeln und so potentielle Kooperationen entstehen.

I: Was sind die größten Herausforderungen, die Ihr Beruf mit sich bringt?

MM: Eine Herausforderung ist beispielsweise das Zusammenbringen ganz unterschiedlicher Interessenslagen. Hierfür benötigen sie ein gewisses Talent im Bereich Moderation, manchmal sogar Mediation. Das können einerseits unterschiedliche Interessenslagen von Unternehmen sein, aber das können natürlich auch unterschiedliche Meinungen in politischen Entscheidungsprozessen sein. Außerdem ist es auch essentiell, sich immer wieder in neue Themen hineindenken zu können, die höchst unterschiedlich sein können. Unter die Aktivitäten eines Wirtschaftsförderers fallen ja wie schon angesprochen einerseits Themen wie die Vermarktung von Gewerbeflächen, aber genauso auch Themen der Netzwerkarbeit und des Stadtmarketings. Wir organisieren zum Beispiel auch jedes Jahr den Walldorfer Weihnachtsmarkt. All diese Themen fallen in unser Aufgabenspektrum. Dadurch wird es aber auch nie langweilig.

I: Können sie einen kurzen Abriss ihres Werdeganges wiedergeben?

MM: Zunächst einmal habe ich mich für die Geographie als Studienfach entschieden. Hier war ich aber eher breit aufgestellt

und sowohl an der physischen, als auch an der Humangeographie gleichermaßen interessiert. Ich fand eigentlich schon immer die Schnittstelle zwischen diesen beiden Disziplinen interessant. Diese breite Aufstellung kommt mir aber auch heute noch zu Gute, da man nicht immer nur mit Wirtschaftsfragen beschäftigt, sondern sich mit vielschichtigen Themen auseinandersetzt. Im Studium selbst hatte ich den Beruf der Wirtschaftsförderung noch nicht im Visier. Zu dieser Zeit hat mich eher der Bereich Umwelt interessiert, weshalb ich auch ein Praktikum beim Umweltamt der Stadt Heidelberg absolviert habe. In diesem Zusammenhang habe ich mich auch mit dem Bereich des nachhaltigen Wirtschaftens beschäftigt und dadurch entstand dann der Unternehmensbezug. An diesem Punkt habe ich gemerkt, dass es mir Spaß macht mit Unternehmern zusammenzuarbeiten. Im Anschluss wurde ich Geschäftsführer des Umweltkompetenzzentrums in Heidelberg und das war im Grunde schon eine Art Wirtschaftsförderung, wenn auch konkret auf den Umweltbereich bezogen. Im Anschluss war ich dann noch beim Zweckverband des Weltkulturerbes Oberes Mittelrheintal beschäftigt, bei dem ich zuständig für Tourismusförderung, Verkehr, Öffentlichkeitsarbeit und Kulturlandschaftspflege

war, woraufhin sich dann die Stelle in Walldorf als Wirtschaftsförderer ergeben hat.

I: Was sollte aus Ihrer Sicht ein Wirtschaftsförderer grundsätzlich mitbringen?

MM: Zu allererst sollte man gerne mit Menschen kommunizieren, um die angesprochenen Netzwerke zu knüpfen. Dann sollte man ein gewisses Maß an Kreativität mitbringen und Ideen selbst entwickeln können. Was aber auch ganz entscheidend ist, ist ein gewisses Maß an politischem Gespür und diplomatischem Geschick, sowie eine hohe Moderationsfähigkeit und Leistungsbereitschaft.

I: Welchen Nutzen für diese Arbeit können Geographen aus ihrem Studium ziehen?

MM: Natürlich konkurrieren wir Geographen in diesem Berufsfeld mit vielen anderen Berufsgruppen, wie zum Beispiel Verwaltungsfachwirten, oder Volkswirten, aber der Vorteil des Geographen ist das interdisziplinäre Denken. Außerdem werden Geographen hervorragend in Bereichen wie Präsentation und Moderation geschult. Natürlich sind aber auch die hard Skills durchaus von Nutzen. Kenntnisse im Arbeiten mit

geographischen Informationssystemen sind hier genauso nützlich, wie Kenntnisse im Bereich Flächenmanagement oder Stadt- und Wirtschaftsgeographie. Auch Faktoren wie angewandtes Schreiben und gewisse Grundkenntnisse in Statistik helfen durchaus weiter. Das Verhältnis von hard Skills und soft skills ist da glaube ich relativ ausgeglichen. Ein passendes Nebenfach, wie VWL oder Jura kann denke ich nicht schaden.

I: Meine letzte Frage wäre, was Sie einem Studenten der Geographie raten würden, der in den Bereich Wirtschaftsförderung möchte?

MM: Ganz wichtig ist es ein oder zwei Praktika bei der Wirtschaftsförderung zu machen, auch um zu sehen ob es einen interessiert und ob man in dem Berufsfeld richtig ist. Außerdem können durch die Praktika wichtige Kontakte zu möglichen Arbeitgebern geknüpft werden und es sind natürlich auch Referenzen im Lebenslauf. Gegebenenfalls könnte man auch einen Masterstudiengang im Bereich Wirtschaftsförderung in Betracht ziehen. Im Grunde ist aber wirklich die praktische Erfahrung das Wichtigste. Im Idealfall kann man ja auch regelmäßig projektbezogen bei der Wirtschaftsförderung mitarbeiten oder bei Veranstaltungen aushelfen um den Schritt in

die Praxis zu schaffen. Außerdem würde ich empfehlen praxisorientierte Abschlussarbeiten in Erwägung zu ziehen.

DAS INTERVIEW MIT Herrn Massoth macht zum einen deutlich, dass der Beruf des Wirtschaftsförderers sehr vielseitig ist, denn er bietet Einblick in viele spannende und unterschiedliche Themen. Herr Massoth konnte auch vermitteln, dass gerade interdisziplinär engagierte GeographInnen prädestiniert für diesen Beruf sind. Durch ihre Flexibilität und Moderations- und Präsentationsfähigkeiten, verfügen GeographInnen über ein großes Repertoire aus soft skills, die bestens zur Wirtschaftsförderung passen. Auch die hard skills, geographischen Fachinhalte, Erfahrung mit geographischen Informationssystemen und statistisches Basiswissen, können von großem Nutzen sein.

FALLS DIESER ARTIKEL also Interesse für den Bereich Wirtschaftsförderung geweckt hat, kann man nur empfehlen sich zu informieren und Praktika zu machen, dann steht dem Geographen jede Tür offen.