

Balanceakt mit Jobaussicht

Die Masterarbeit in einem Unternehmen zu schreiben bietet Chancen. Allerdings müssen zunächst die Erwartungen von Universität und Unternehmen in Einklang gebracht werden.

Text: Lara Sogorski
Illustration: Eva Revolver/Sepia



Die Masterarbeit hauptsächlich hinter Büchern und in der Bibliothek zu schreiben – für Wiebke Lammers war das von Anfang an ausgeschlossen. Das Ganze zieht sich immerhin über ein halbes Jahr. „Für mich hat die Arbeit vor allem einen Mehrwert, wenn man sie praxisbezogen bei einem Unternehmen schreibt“, sagt die 25-Jährige. Sie sitzt seit März an ihrer Masterthesis. Als Partner hat sie sich dafür den Automobilzulieferer Continental in Hannover ausgesucht, bei dem die Hamburger Studentin für Human-Resource-Management (Personalpolitik) bereits seit September vergangenen Jahres ein mehrmonatiges Praktikum absolviert hatte.

So entstand schließlich auch die Idee für die Masterarbeit und das Thema. Lammers beschäftigt sich mit dem Onboarding-Prozess für Professionals in MINT-Berufen. Es geht darum, wie ein Onboarding-Prozess gestaltet sein sollte, damit neue Mitarbeiter schnell im Unternehmen ankommen. „In jedem Fall ist es für mich ein Gewinn, meine Arbeit bei Continental zu schreiben. Ich habe schon viele Kontakte im Unternehmen geknüpft und bin ziemlich gut im Bild, was den Konzern momentan bewegt“, so die Masterstudentin. Dazu kommen gemeinsame Aktionen mit

den Mitarbeitern der Personalabteilung, wie die Teilnahme am Hamburg-Marathon. „Dadurch wird die Verbindung zum Unternehmen noch enger.“ Ob sie nach Abschluss der Arbeit auch ein Jobangebot vom Unternehmen bekommt, ist noch nicht klar. „Ich denke aber, dass ich gute Chancen habe.“

Viele Firmen sind gern bereit, Masterstudenten bei ihrer Abschlussarbeit zu begleiten, denn für sie ist es oft ein unkomplizierter Weg, Betriebsfragen zu lösen. Für die Studierenden ist es die Gelegenheit, ganz nah an Führungskräfte und Mitarbeiter heranzukommen und sich intensiv mit einem unternehmensrelevanten Thema auseinanderzusetzen. Die Masterarbeit in einem Unternehmen zu schreiben kann deshalb ein wichtiger Schritt zum ersten Jobangebot sein. „Manche Firmen weisen darauf bereits von Anfang an in der Zusammenarbeit für die Masterarbeit hin“, weiß Karrierecoach Nele von Bargen. Eine Garantie gebe es natürlich nie. „Trotzdem spricht alles dafür, die Abschlussarbeit bei einem Unternehmen zu schreiben, außer man weiß von Beginn an, dass man später ausschließlich in die Wissenschaft gehen will.“

KONZERN ODER MITTELSTÄNDLER?

Einige Stolpersteine sind allerdings bei der Dreierkonstellation Universität–Unternehmen–Student zu beachten. Das fängt bei der Auswahl des richtigen Unternehmens an und geht über die Themenfindung bis zur Abstimmung während des Schreibens.

Der oftmals einfachste Weg zu einer Masterarbeit in einem Unternehmen führt über die gängigen Jobplattformen. Denn immer häufiger stellen Firmen hier Masterthemen wie Praktikumsstellen ein und entscheiden sich am Ende für den Kandidaten mit der anspruchsvollsten Bewerbung. Gibt man etwa bei Stepstone oder Xing das Wort „Masterarbeit“ ein, öffnet sich eine mehrseitige Liste mit Angeboten, unter anderem von Firmen wie Bosch, Thyssenkrupp oder Airbus, aber auch von verschiedenen Mittelständlern. Viele Gelegenheiten für eine Masterarbeit ergeben sich zudem aus einem Praktikum. In manchen Fällen gibt es auch feste Partnerschaften zwischen Universität und Unternehmen, woraus die Möglichkeit für Masterarbeiten entstehen kann. In diesem Fall ist häufig der Professor erster Ansprechpartner.

Bei der Auswahl des Unternehmens spielt unter anderem eine Rolle, ob es sich um einen Konzern oder mittelständischen Betrieb handelt. „Bei den Großen bestehen normalerweise feste Strukturen und Verantwortlichkeiten für die Betreuung von Masterstudenten. Bei mittleren und kleineren Unternehmen ist das seltener der Fall, so dass die Studenten hier gegebenenfalls eher auf sich gestellt sind und eigenständiger arbeiten“, sagt von Bargen. Auf der anderen Seite kann der Berufseinstieg nach Abschluss der Arbeit bei Mittelständlern unkomplizierter sein als bei Großunternehmen, weil Letztere meist schon auf eine ganze Mannschaft von Fachleuten zählen, der Student damit eher entbehrlich wird.

Ganz ähnlich beobachtet es auch Irene Selting, stellvertretende Leiterin der Abteilung Beruf-

liche Bildung beim Arbeitgeberverband BDA. „Für viele kleine und mittlere Firmen sind die Masterarbeiten Gold wert, um neue Ideen zu bekommen. Die Studierenden werden damit für die Betriebe zu Fachleuten für bestimmte Themen, was einen Einstieg danach wahrscheinlicher macht.“ Eine Regel für die Entscheidung zwischen Konzern oder Mittelständler gibt es aber nicht. Das unterstreicht auch Barbara Texter aus dem Bereich Human Resources, Corporate Employer-Branding und Strategic Recruiting bei Continental. „Viele Masterstudenten sind nach Abschluss der Arbeit schon bei uns eingestiegen, zum Beispiel auch, indem sie sich mit ihrer Thesis ihren eigenen Posten geschaffen haben.“ Schließlich arbeite man sich über die Zeit sehr tief in ein Gebiet vor.

Damit steht und fällt der Erfolg auch mit der Themenwahl. Die größte Herausforderung ist es hier, die Interessen des Unternehmens mit dem Anspruch der Universität unter einen Hut zu bringen und sich am Ende auch noch selbst im Thema wiederzufinden. Man sollte im besten Fall nur ein Thema wählen, das man später auch im Berufsleben verfolgen würde. Den Firmen geht es darum, ein für sie gewinnbringendes Ergebnis mit der Arbeit auf den Tisch zu bekommen. Für die Universität dagegen kommt es fast ausschließlich auf die methodische Umsetzung an. „Hier herrscht zum Teil ein Interessenskonflikt. Manche Unternehmen glauben zudem, sie könnten die Studenten während der Zeit komplett vereinnahmen“, sagt Horst Schulte, Professor an der Hochschule für Technik und Wirtschaft (HTW) in Berlin. Dabei brauche die wissenschaftliche Anfertigung viel Zeit und Ruhe.

ZU EMPFEHLEN: ENGER AUSTAUSCH MIT DEN VERANTWORTLICHEN

In der Regel hängt es vom Studenten ab, in diesem potentiellen Konfliktfeld einen Kompromiss für alle Seiten zu finden. Experten raten dazu, von Anfang an auf einen intensiven Austausch mit allen Beteiligten zu achten. Daher ist es auch nicht ungewöhnlich, wenn sich die Themenfindung über mehrere Wochen hinzieht. Auch während der Bearbeitungszeit sollten Studenten sich immer wieder mit ihrem Professor und dem Betreuer von Unternehmensseite absprechen. „Mindestens drei- bis viermal sollte es in dieser Zeit zu einer Abstimmung unter allen Beteiligten kommen, damit keine Unstimmigkeiten entstehen und auch der Student weiß, ob er immer noch auf dem richtigen Weg ist“, empfiehlt Schulte.

Ob es am Ende tatsächlich mit einem Einstieg beim Unternehmen klappt, hängt neben der Prüfungsleistung auch von der Art ab, wie sich Studierende persönlich ins Unternehmen einbringen. „Es ist eine Frage der Persönlichkeit, inwiefern man sich in sein Team integrieren kann und ein Netzwerk zu wichtigen Personen im Unternehmen aufbaut“, erläutert Karriereberater Jan Bohlken. Wenn die betreuende Firma eine Übernahme ablehnt, bedeutet das jedoch keinen großen Schaden. Häufig sind die Ergebnisse der Masterarbeiten auch für andere Unternehmen in der Branche interessant.