

Antragsteller: angenommen
Landesverband Nordrhein-
Westfalen abgelehnt
Adressat: nicht befasst
Hochschulleitungen verwiesen an:

Vermittlung von Soft-Skills an Hochschulen

1 *Die Bundesdelegiertenversammlung möge beschließen:*

2 Der Ring Christlich-Demokratischer Studenten fordert die deutschen Hochschulen auf, ihren
3 Studenten in Workshops Soft-Skills zu vermitteln. Der Kompetenzerwerb soll in einem Zeugnis, in
4 dem sich die Anzahl der absolvierten Workshops sowie die konkret erworbenen Skills
5 niederschlagen, bescheinigt werden. Die Workshops sollen in Kooperation mit Unternehmen
6 durchgeführt werden. Dabei muss eine Evaluation der Workshops und der regelmäßige Wechsel
7 der Anbieter erfolgen. Es ist dringend darauf zu achten, dass keine Einflussnahme der
8 Privatwirtschaft auf die Hochschule stattfindet und neben der Nennung des Anbieters keine
9 Werbung für Unternehmen oder Produkte durchgeführt wird. Daher ist die materielle
10 Unabhängigkeit der Bildungsprogramme sicherzustellen, auf finanzielle Gegenleistungen zu
11 verzichten und eine strenge Kontrolle der vermittelten Inhalte durchzuführen.

12

13 **I. Ausgangslage**

14 Unter Soft-Skills versteht die Wissenschaft an sich alle überfachlichen Kompetenzen. Sie sind nicht
15 nur in allen Fachbereichen akademisch relevant und in sehr vielen Lebensbereichen von großer
16 Wichtigkeit, sondern werden von Arbeitsgebern in jungen qualifizierten Arbeitnehmern gesucht.
17 Die fünf für Unternehmen relevantesten Soft-Skills sind Kommunikation, Teamfähigkeit,
18 Entscheidungskompetenz, Verhandlung und Führung¹. Die Veranstaltungsformate könnten
19 beispielsweise Soft-Skills wie Rhetorik, Projektmanagement, professionelle Kommunikation oder
20 Organisationskompetenz vermitteln.

21

22 Während Soft-Skills für den akademischen, beruflichen oder politischen Erfolg einer Person
23 äußerst relevant sind und immer relevanter werden, werden sie an deutschen Hochschulen, wenn

¹ Moser, Michaela: Bedeutung von Soft Skills in einer sich wandelnden Unternehmenswelt. Eine Studie zu dem besonderen Stellenwert von Kompetenzen im Personalmanagement, Wiesbaden 2018. (vgl. <https://link.springer.com/book/10.1007%2F978-3-658-22273-4>, zuletzt aufgerufen 14.09.2018)

24 überhaupt, sporadisch vermittelt. Stattdessen hat die Bologna-Reform die Tendenz zur rein
25 fachlich-inhaltlichen Ausbildung sogar verstärkt. Insbesondere im MINT-Bereich besteht hier noch
26 großer Aufholbedarf. Im Gegensatz dazu sieht man im internationalen Vergleich, dass Soft-Skills an
27 vielen Universitäten einen wichtigen Baustein der akademischen Bildung darstellen. Dieser
28 Unterschied führt zu einer Reduzierung der Wettbewerbsfähigkeit deutscher Absolventen auf dem
29 internationalen Arbeitsmarkt. Auch private Hochschulen in Deutschland sind den öffentlichen in
30 dieser Hinsicht bereits voraus. Das existierende Angebot wird meist zurückhaltend beworben und
31 in den Hintergrund gestellt. So verschlechtert sich nicht nur der Konkurrenzvorteil der
32 Absolventen, sondern auch der der Hochschulen im Wettbewerb um talentierte Studenten.
33 Seitens privater Unternehmen besteht ein großes Interesse daran, jungen Menschen Soft-Skills zu
34 vermitteln. Selbst Workshops, in denen von Werbung für das Unternehmen abgesehen wird,
35 dienen dem Employer Branding des Anbieters. Allein der Umstand, dass der potentielle
36 Arbeitgeber einen Kurs anbietet selbst, reicht ihm als Botschaft gegenüber möglichen, gut
37 ausgebildeten Arbeitnehmern. Zudem kann durch die Zusammenarbeit mit Wirtschaftsverbänden
38 und Handelskammern das generelle Interesse der Privatwirtschaft an qualifizierten jungen Leuten
39 genutzt werden.

40

41 **II. Konzept**

42 Nutzt man dieses Interesse, um Angebote an Hochschulen von privater Seite ausrichten zu lassen,
43 kann hochwertige Bildung ohne die Verwendung zusätzlicher Steuergelder oder zeitlicher
44 Ressourcen der Dozenten ermöglicht werden.

45 Gerade das Ziel der Arbeitnehmerqualifikation kann optimal erreicht werden, indem Arbeitgeber
46 am Prozess beteiligt sind. Um die Freiheit der Lehre sicherzustellen ist die Gestaltung dieser
47 Workshops der Hochschule und den Unternehmen zu überlassen. Dabei muss streng kontrolliert
48 werden, dass die Workshops keine Werbung jenseits der wertfreien Nennung des beteiligten
49 Unternehmens vermitteln. Die Koordination des Angebots und die Vermittlung an die Studenten
50 kann das *Career Center* bzw. die jeweils analoge Struktur der Hochschule übernehmen, weil hier
51 ohnehin Expertise für die Berufsqualifikation vorliegt. Sie sollen auch die Aufsicht darüber, dass die
52 Workshops werbefrei bleiben, führen.

53 Des Weiteren muss für den Erhalt des studentischen Interesses und den Ausbau der Qualität
54 solcher Veranstaltungen ein Feedback-System eingeführt werden, wie es an vielen Hochschulen in
55 den meisten Veranstaltungen bereits gängig ist. Das hat nicht nur den Vorteil, die stets

56 vorhandenen Verbesserungsmöglichkeiten zu nutzen, sondern auch die Veranstaltungen an die
57 Bedürfnisse der Studentenschaft sowie des Marktes anzupassen. Ein Vergleich verschiedener
58 Anbieter zwecks Evaluation der besten Partner soll ein Anreiz für Unternehmen sein, die Qualität
59 der Veranstaltungen so hoch wie möglich zu halten.

60 Damit sich die Teilnahme an diesen Veranstaltungen lohnt, soll die Hochschule den Studenten ein
61 Zeugnis ausstellen, in dem sich die Anzahl absolvierter Workshops genauso niederschlägt wie die
62 konkret erlernten Skills.

63

64 **III. Fazit**

65 Von Unternehmen an Universitäten durchgeführte Veranstaltungen zur Stärkung der Soft Skills
66 stärken den Wirtschaftsstandort Deutschland und die Position der Absolventen deutscher
67 Universitäten auf dem internationalen Markt.