

13.2.2026

Author

KONEGEN-GRENIER, Christiane (WINDE, Mathias; STIFTERVERBAND FÜR DIE DEUTSCHE WISSENSCHAFT; INSTITUT DER DEUTSCHEN WIRTSCHAFT [KÖLN])

Title

Bildungsinvestitionen der Wirtschaft 2015 : Ausgaben der Unternehmen für Studierende und Hochschulen / Christiane Konegen-Greiner, Mathias Winde. Stifterverband für die Deutsche Wirtschaft ; Institut der deutschen Wirtschaft

Publisher

Essen, 2017

Collation

99 S. : graph. Darst.

Publication year

2017

ISBN

978-3922275-71-8

Source/Footnote

Internet: <https://www.stifterverband.org/download/file/fid/3484>

Inventory number

79780

Keywords

Hochschule und Wirtschaft ; Schule und Wirtschaft ; Finanzierung der Hochschulen : durch die Wirtschaft ; Studium neben dem Beruf

Abstract

An der dritten Befragung nahmen 1.095 Unternehmen im Zeitraum Februar bis Mai 2016 teil. Die Ergebnisse sind repräsentativ für die rund 55.000 deutschen Unternehmen ab 50 Mitarbeitern. Die Ergebnisse zeigen deutlich: Für ein nachlassendes Interesse an Hochschulabsolventen gibt es kein

13.2.2026

Signal aus der Wirtschaft. Vielmehr haben die Unternehmen ihre Ausgaben für die akademische Bildung noch stärker gesteigert als ihre Aufwendungen für Forschung und Entwicklung. Dabei geht es ihnen um den Transfer neuer Ideen und Inhalte sowohl durch die Rekrutierung besonders guter Studierender als auch durch die akademische Weiterbildung der Mitarbeiter. Dieses Engagement geht keineswegs auf Kosten der beruflichen Bildung. So wollen die Unternehmen in den kommenden Jahren ihre Investitionen in beiden Bereichen stabil halten oder noch steigern. Die Erhebung für das Jahr 2015 bestätigt die Kernbotschaft der vorangegangenen Befragung: Die Verzahnung von beruflicher Praxis und akademischer Bildung ist ein Hauptanliegen der Unternehmen. Das zeigt sich an den deutlich gestiegenen Investitionen in duale Studiengänge und Praktika ebenso wie an den Erwartungen an ein Hochschulstudium. Akademisches Fach- und Methodenwissen soll aus der Sicht der Unternehmen in einer Weise vermittelt werden, die sowohl die berufliche Einsetzbarkeit als auch die Entwicklung der Persönlichkeit fördert. Die Erhebung verdeutlicht außerdem den erheblichen Stellenwert regionaler Netzwerke. Unternehmen wenden sich mit ihrem Engagement in erster Linie an Hochschulen in ihrer Nähe. Auch im digitalen Zeitalter ist die persönliche Kommunikation aus Sicht der Unternehmen entscheidend für das Gelingen einer Kooperation. Hochschulen sollten bei der Entwicklung ihrer fachlichen Profile daher auch den Austausch mit der regionalen Wirtschaft suchen. (HRK / Abstract übernommen)

Signature

K 16 KONE