

BILDUNG LOHNT SICH – AUCH IM MARKETING!

Cedric El-Idrissi,
lic.rer.soc.,
Wissenschaftlicher
Mitarbeiter in der
Forschungsabteilung
der Kalaidos
Fachhochschule

Wer im Marketing über ein Hochschulstudium verfügt, ist nicht nur häufiger Kadermitglied, sondern verdient auch deutlich mehr, wie eine wissenschaftliche Studie zeigt.

Lohnt sich eine Hochschulbildung im Marketing? Haben Hochschulabsolvent/innen einen höheren Lohn und haben sie eher eine Kaderfunktion inne? Diesen und weiteren Fragen geht eine wissenschaftliche Untersuchung der Privaten Hochschule Wirtschaft, Teil der Kalaidos Fachhochschule, nach. Die Untersuchung im Bereich Marketing basiert auf der repräsentativen Befragung von Marketingverantwortlichen in 511 Schweizer Unternehmen aller Unternehmensgrössen.

Die Marketingverantwortlichen in der Schweiz verfügen zu 44 Prozent über einen Hochschulabschluss. Rund 60 % davon haben eine Universität und 40 % eine Fachhochschule abgeschlossen. Der Anteil an Hochschulabsolvent/innen ist demnach im Marketing relativ hoch und dürfte in Zukunft noch zunehmen. Aus der Untersuchung der Kalaidos Fachhochschule geht hervor, dass heute auf dem Markt für Marketingfachleute vermehrt Hochschulabschlüsse nachgefragt werden. Reichte früher eine fundierte Berufsausbildung und Weiterbildung, um im Marketing Karriere zu machen, scheint dies heute immer seltener der Fall zu sein.

Dies bedeutet jedoch nicht, dass Personen mit einer Berufslehre die Karriere im Marketing verwehrt ist. Die Untersuchung zeigt, dass ein Drittel aller Hochschulabsolventen vor dem Hochschulstudium eine Berufslehre abgeschlossen hat. Ihr Bezug zur Praxis kommt ihnen im Marketing ganz besonders zu Gute. 70 % der Marketingfachleute sind nämlich der Meinung, dass Marketing vor allem in der Praxis erlernt wird. Die Berufslehre und die praxisorientierte Fachhochschulen scheinen daher eine ausgezeichnete Basis für eine Marketingkarriere zu sein. Die praktische Erfahrung eignen sich die Universitätsabsolvent/innen in der Regel bereits während des Studiums an. Viele von Ihnen haben den Einstieg ins Marketing schon vor dem Abschluss des Studiums vollzogen.

Obwohl die Praxis sehr wichtig ist, spielen die Diplome auf dem Arbeitsmarkt eine entscheidende Rolle. Im Bewerbungsprozess übernehmen sie eine wichtige Signalfunktion, d. h. die Diplome signalisieren dem Arbeitgeber, welche intellektuellen Fähigkeiten die Arbeitssuchenden besitzen und welche Leistungen sie bereits erbracht haben. Aber nicht nur bei der Stellensuche haben Diplome eine hohe Bedeutung. Auch wenn es um Beförderungen geht, sind Diplome hilfreich. Dies ist im Marketing nicht anders als in anderen Unternehmensbereichen. Dass Hochschuldiplome bei Beförderungen helfen können, wurde in der Untersuchung der Kalaidos Fachhochschule nachgewiesen. Der Anteil an Kadermitgliedern ist unter Hochschulabsolventen um 40 % höher als unter Marketingfachleuten ohne Hochschuldiplom. In die gleiche Richtung zeigt die Analyse der Geschäftsleitungsmitglieder. Während 27 % der Befragten ohne Hochschulabschluss Mitglied der Geschäftsleitung sind, beträgt dieser Prozentsatz unter den Hochschulabsolventen 36 %.

Die Humankapitaltheorie prognostiziert einen direkten Zusammenhang zwischen dem Ausmass der Bildung und der Höhe des Lohns: Je mehr in die Bildung investiert wird, umso höher ist der Lohn. Was allgemein in der Wirtschaft gilt, sollte auch im Marketing- und Verkaufsbereich gelten. Marketingfachleute mit Hochschulabschluss verdienen mit einem Jahresbruttoeinkommen von CHF 175'000.- deutlich mehr als im Marketing tätige Personen ohne Hochschuldiplom, welche über ein Jahresbruttoeinkommen von CHF 136'000.- verfügen. Auch wenn weitere Einflussgrössen auf den Lohn wie Berufserfahrung, Alter, Kaderfunktion und Unternehmensgrösse berücksichtigt werden, bleibt der Unterschied zwischen den zwei Gruppen nach wie vor signifikant. Ein Hochschulstudium „lohnt“ sich demnach monetär – auch im Marketing!

Cedric El-Idrissi, lic.rer.soc., Wissenschaftlicher Mitarbeiter in der Forschungsabteilung der Kalaidos Fachhochschule

Studie:

El-Idrissi, Cedric; Jürg H. Arpagaus (2005): Marketing und Verkauf: Qualifikationen – Karriere – Löhne. Eine empirische Untersuchung des Berufstandes.

Media-Daten: Zürich. Erhältlich bei Springer Schweiz, Sabine Iseli, Bahnhofstrasse 24, 8803 Rüschlikon, s.iseli@media-daten.ch für CHF 25.-

Die Lohnstudie kann bei der HfB für 10.- bestellt werden:

El-Idrissi, Cedric (2005). Löhne in Marketing und Verkauf. Eine empirische Untersuchung bei Marketing- und Verkaufsfachleuten in der Schweiz. HfB Working Paper 0502. [11.08.2005]