



Portrait zum Gartenbautag 2017 Prof. Dr. Ulrich Enneking



HOCHSCHULE OSNABRÜCK
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Lebenslauf

Nach beruflichen Stationen an der Universität Göttingen und an der Technischen Universität München – Weihenstephan ist Ulrich Enneking seit 2006 Professor für Agrar- und Lebensmittelmarketing an der Hochschule Osnabrück. Sein Lehr- und Forschungsprofil umfasst die Themenfelder:

- Marketingkonzepte und Marketingprozesse mit einem Focus auf mittelständische Unternehmen der Agrar-, Gartenbau- und Lebensmittelbranche
- Erklärung des Käuferverhaltens bei innovativen Produktcharakteristika mit marketingpsychologischen und soziologischen Theorieansätzen
- Experimentelle und quasi-experimentelle Analyse von Kaufentscheidungen in realitätsnahen Entscheidungssituationen
- Lebensmittelsensorik, Sensory Marketing und Verbraucherbeobachtungen durch Blickaufzeichnung (Eye Tracking)
- Analyse des Shopperverhaltens im LEH und im gärtnerischen Einzelhandel

Zusammenfassung des Posters „Berufsfeldanalyse Gartenbau“

Auf Initiative des Arbeitskreises Hochschulausbildung Gartenbau und Landschaftsarchitektur im ZVG und des Absolventenverbandes BHGL sind im Herbst 2016 672 Absolventinnen und Absolventen deutscher Gartenbauuniversitäten und Fachhochschulen in einer Onlinebefragung zur Qualität Ihres Studiums, zum Berufseinstieg, zur aktuellen beruflichen Situation und zu Zukunftsperspektiven befragt worden.

Die Absolventen zeigten eine hohe Zufriedenheit mit ihrem Studium und drei Viertel den Befragten würden wieder ein Gartenbaustudium aufnehmen. Als wichtigste Änderungswünsche wurden „Mehr Praxisnähe“, „Eine bessere Darlegung beruflicher Chancen“ und „Eine stärkere Förderung von Führungskompetenz“ an die Unis und Hochschulen herangetragen - und zwar unabhängig vom Abschlussgrad. Bei ihrer ersten Einstellung haben die Absolventen beobachtet, dass Arbeitgeber auf die Kriterien Fachwissen (1), Sympathie (2) und mit etwas Abstand Praxiserfahrungen (3) und gute Noten (4) achten. Erfreulicherweise haben nur etwa 30% der Absolventen länger als 3 Monate nach einer ersten Anstellung gesucht. In einem Modell zur Erklärung von Einkommensunterschieden wurden die folgenden, signifikanten Einflussgrößen in dieser Reihenfolge identifiziert: Berufserfahrung, Anzahl Arbeitsstunden gemäß Arbeitsvertrag, selbst eingeschätzte Zufriedenheit im Hinblick auf selbständiges Arbeiten, Unternehmensgröße, Arbeit in Vollzeit, berufliche Vernetzung, Arbeitsschwerpunkte im betriebswirtschaftlich-kaufmännischen Bereich und das Geschlecht (Männer verdienen signifikant mehr).