

foodjobs.de

GEHALTSSTUDIE 2022

PROMOTION

IN DER LEBENSMITTELBRANCHE



GEHALTSSTUDIE 2022

PROMOTION

IN DER LEBENSMITTELBRANCHE

Eine Studie von **foodjobs.de**
in Kooperation mit der



UNIVERSITÄT
HOHENHEIM

Vorwort

Wir stehen vor großen globalen Herausforderungen, die daten- und wissensbasierte Lösungsansätze benötigen, um notwendige gesellschaftliche sowie wirtschaftliche Veränderungen aktiv zu gestalten. Hierzu tragen insbesondere Hochschulen bei, an denen Promovierende im Rahmen von Forschungs- und Entwicklungsprojekten über mehrere Jahre wissenschaftlich arbeiten. Als Promovierte tragen sie ihre experimentellen Erfahrungen, das systematisierte Wissen sowie die Innovationen aus Labor und Technikum in die Gesellschaft und auch in Unternehmen der Lebensmittelbranche.

Im Mai 2021 war ich eingeladen zur Frage „Soll ich promovieren?“ vor Masterstudierenden zu referieren und mit diesen anschließend zu diskutieren. Leider musste ich in der Vorbereitungsphase feststellen, dass in den Statistiken zwar jährlich die Zahl der Promovierten erfasst wird, aber keine Daten darüber, was nach der Promotion passiert. Diese Lücke galt es zu schließen. In intensivem Austausch mit foodjobs.de entstand ein Fragenkatalog, der sich sowohl an aktuell Promovierende als auch Promovierte in verschiedenen Phasen

ihrer Karriere richtet.

Für die offene Diskussion, das große Engagement sowie die schnelle und zielgerichtete Umsetzung möchte ich foodjobs.de danken. Ebenso geht mein Dank an alle Kolleg:innen und Unternehmensvertreter:innen, die die Umfrage unterstützt und weiterverbreitet haben.

Viel Spaß beim Studium der Ergebnisse!

Prof. Jörg Hinrichs
Institut für Lebensmittelwissenschaft und
Biotechnologie
Universität Hohenheim

Die Promotion

Bei der Promotion handelt es sich nicht umsonst um die Verleihung des höchsten akademischen Grads in Deutschland. Denn dank ihrer intensiven Forschung gewinnen Promovierende tagtäglich neue wissenschaftliche Erkenntnisse und leisten somit einen fundamentalen Beitrag für die eigene Disziplin und gleichzeitig auch für die Wirtschaft.

Während für Promovierende die Reputation eher nebensächlich ist, sind es vor allem das wissenschaftliche Interesse, die eigene Selbstverwirklichung und bessere Berufsaussichten, die die Entscheidung für eine Promotion stärken.

Doch inwieweit lohnt sich die Promotion in der deutschen Lebensmittelbranche? Womit können Promovierende während und nach ihrer Promotion rechnen und welche Zukunftsperspektiven eröffnen sich durch den Doktorgrad?

In Kooperation mit der Universität Hohenheim liefert foodjobs.de mit den aktuellen Ergebnissen detaillierte Aussagen über die Gehaltsstrukturen von Promovierenden und Promovierten in der deutschen Lebensmittelwirtschaft. Die Auswertung basiert auf den Antworten von 272 Promovierenden und Promovierten, die im Zeitraum vom 17. Januar 2022 bis zum 21. Februar 2022 an der Online-Umfrage teilnahmen.

Der Durchschnittswert wird durch den Median ausgedrückt. Das heißt, die eine Hälfte liegt unter und die andere Hälfte über dem Medianwert.

2.100 € brutto
Monats-Einkommen

Abschluss mit
Ø 31 Jahren

85% würden sich wieder für eine Promotion entscheiden

Ø 45h Arbeit pro Woche für die Promotion

3/4 promovieren
3-5 Jahre

58% der Disertationen sind in englischer Sprache

50% der Promovierten werden über Drittmittel finanziert

78% der derzeit Promovierten sind mit der Betreuung zufrieden bzw. sehr zufrieden

46%
♀

54%
♂

2022

foodjobs.de Gehaltsstudie Promotion

Motivation und Beweggründe für die Promotion

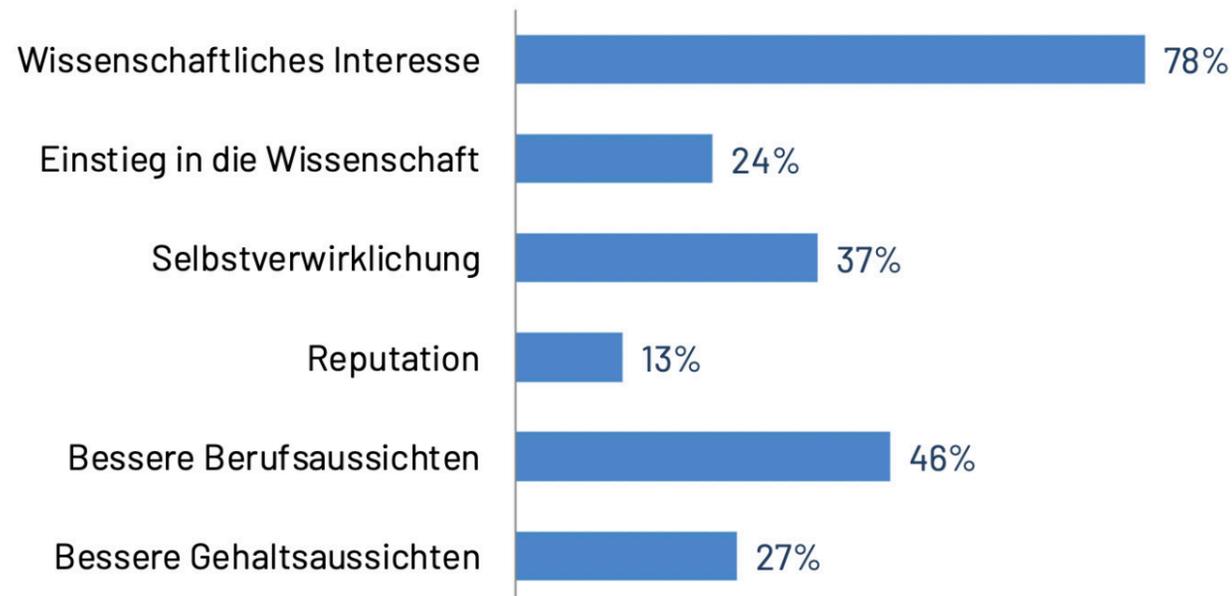
Der Entschluss für eine Promotion ist oft kein lang gehegter Wunsch, sondern eher eine spontane Entscheidung während des Masterstudiums, die im Hinblick auf die derzeitige Lebenssituation der Masterand:innen getroffen wird. Entscheidend sind hierbei Faktoren wie die eigene Karriereplanung oder ein Angebot zur Promotion, aber auch der Standort, das Umfeld, der Freundeskreis sowie die finanzielle Frage. Weil der Arbeitsmarkt zu Beginn der Pandemie teils schwierig war, haben

sich einige für die Promotion als sehr gute Alternative zum Berufseinstieg entschieden.

Für die Promovierenden spielt vor allem das Thema ihrer Dissertation eine entscheidende Rolle. Sie möchten Spaß am Forschen haben und sich einem Projekt widmen, das sie begeistert und bei dem ihre Neugier sie vorantreibt. Darüber hinaus legen sie viel Wert auf eine gute Betreuung.

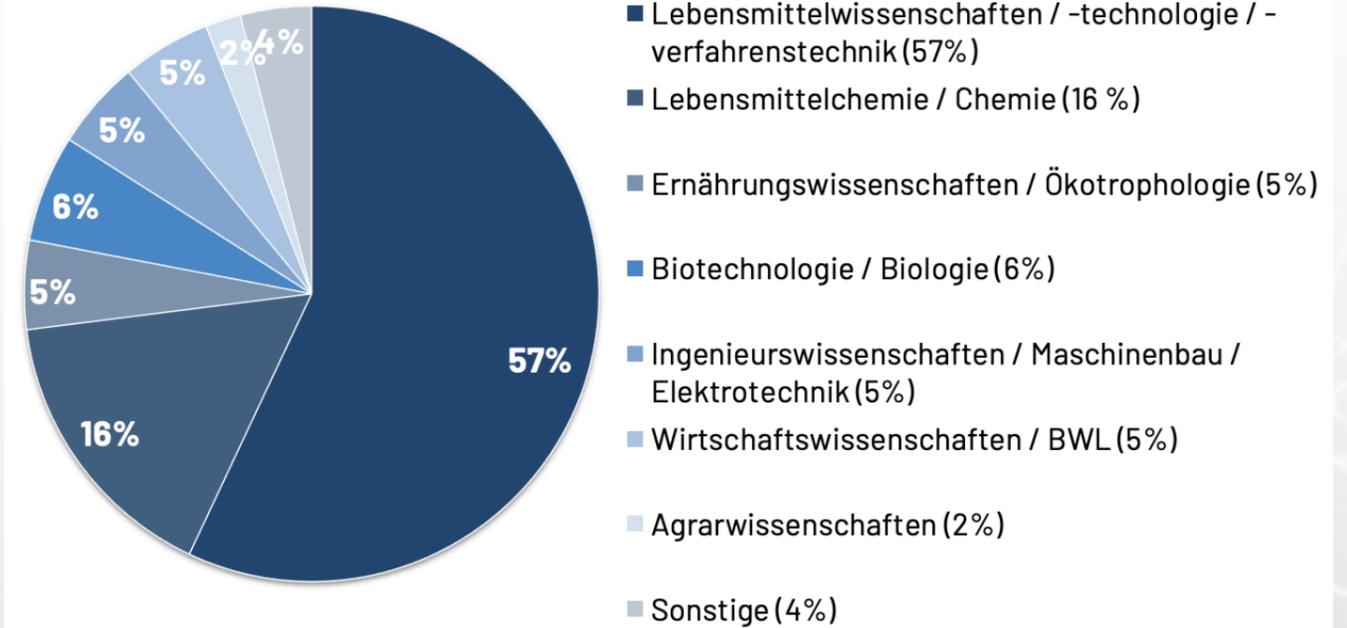
Beweggründe

Mehrfachnennung möglich



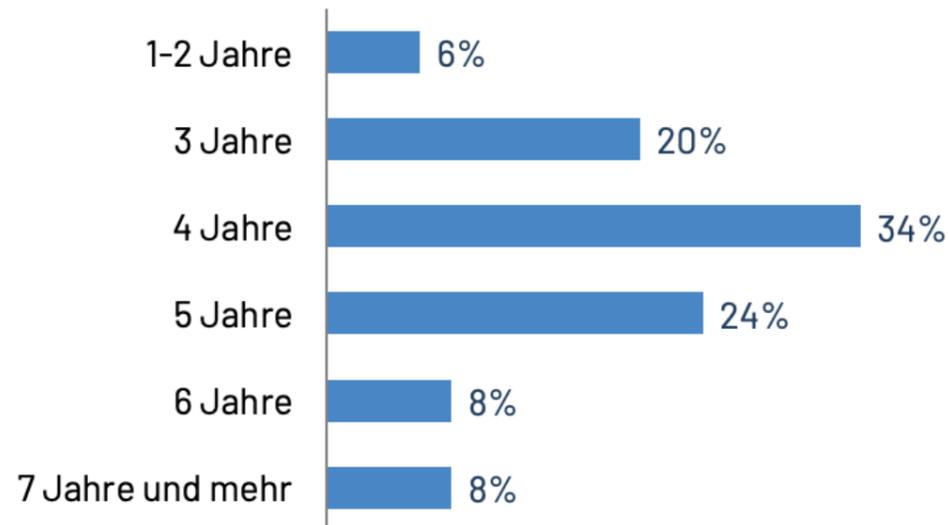
Bereich der Promotion

Bereich der Promotion



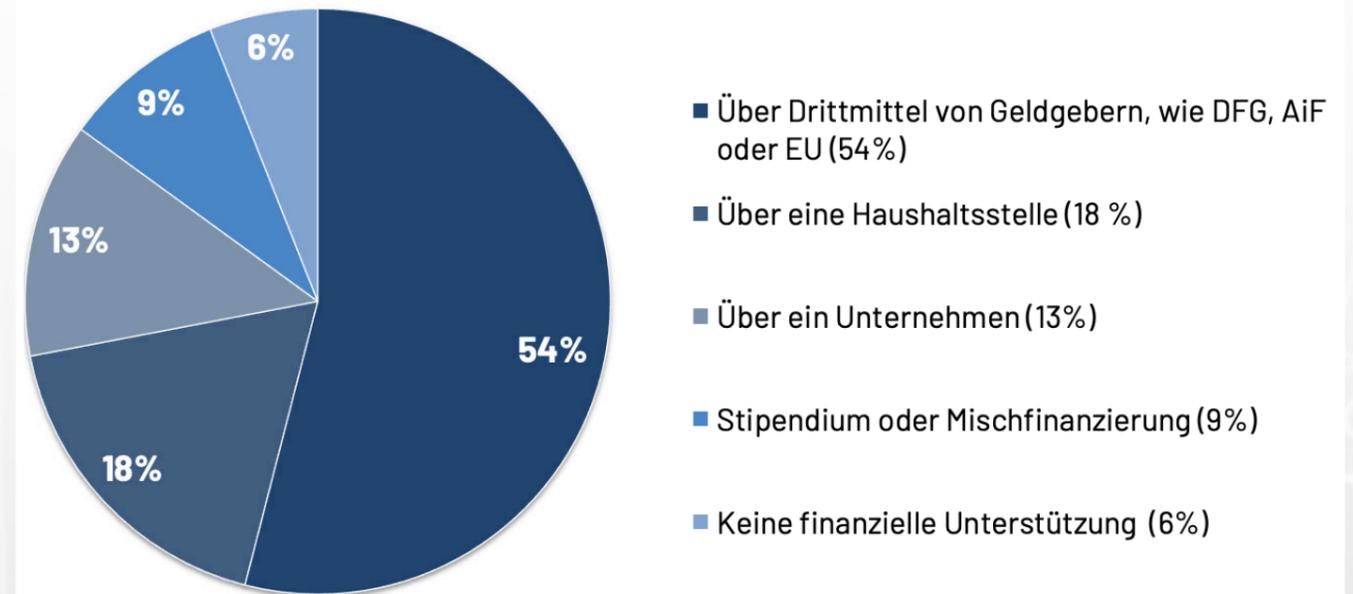
Dauer und Art der Promotion

Dauer der Promotion

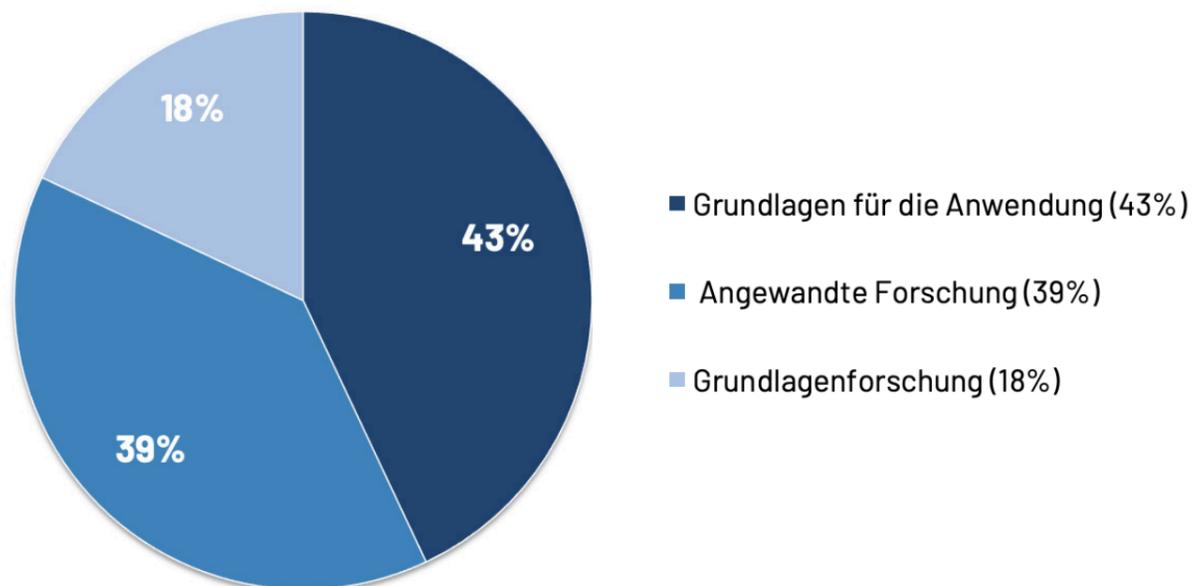


Finanzierung der Promotion

Finanzierung der Promotion



Art der Promotion



Betrachtet man nur die Personen, die sich derzeit noch in ihrer Promotion befinden, so zeichnet sich folgender Trend ab: Steigende Tendenzen bestehen bei der Finanzierung über Drittmittel (60%) und über Unternehmen (15%) während die

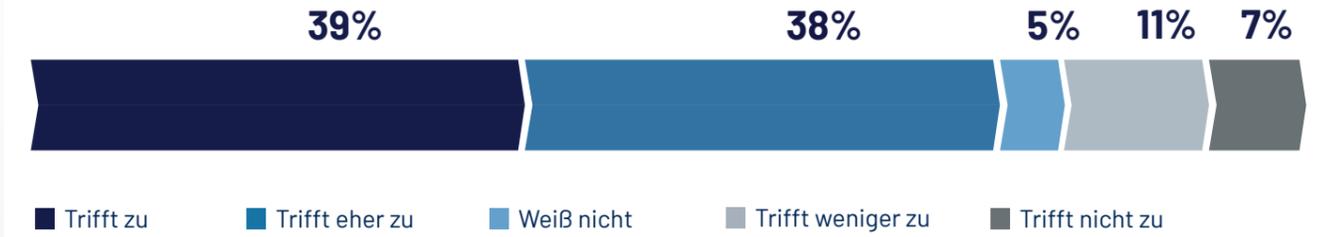
monetäre Unterstützung über eine Haushaltsstelle (11%) sowie Mischformen abnehmen. Auf keine finanzielle Unterstützung lassen sich nur noch knapp 5% der Promovierenden ein.

Bewertung der Promotion

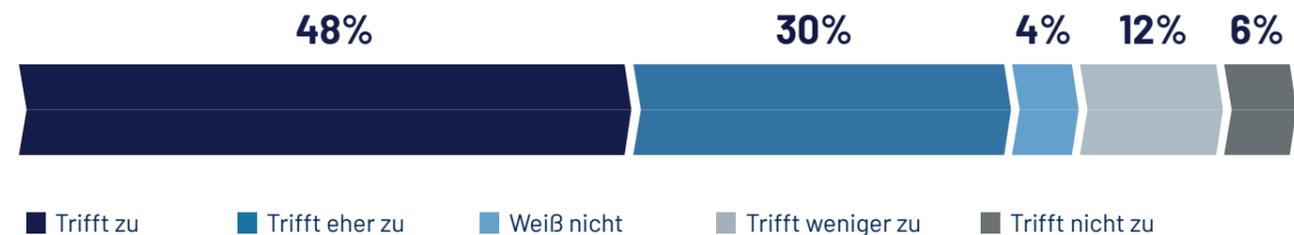
Ich würde mich wieder für eine Promotion entscheiden.



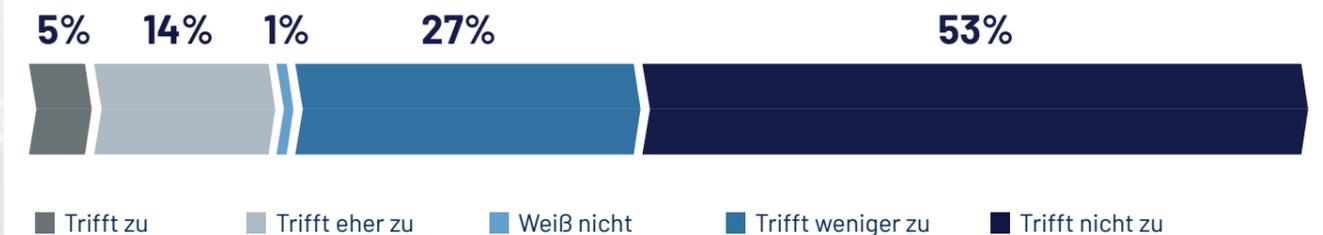
Eine Promotion in meinem Fachbereich kann ich weiterempfehlen.



Die Promotion hat sich für mich beruflich gelohnt.



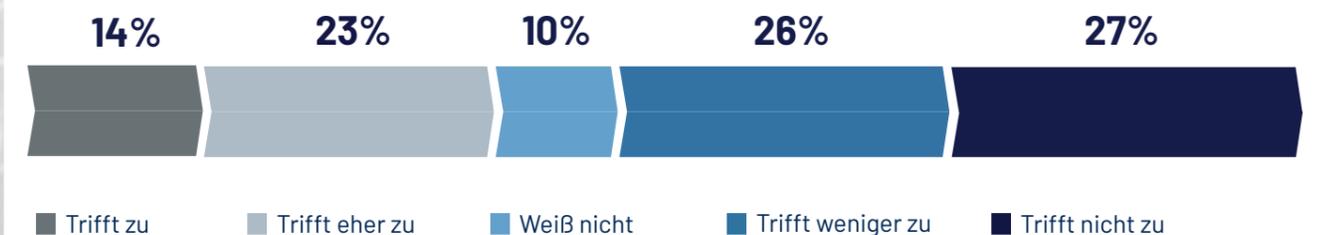
Die Promotion hat mich nur Nerven gekostet.



Die Promotion war für meinen jetzigen Arbeitgeber ausschlaggebend.



Die Promotion war nicht nötig, der Master wäre ausreichend gewesen.



Nach der Promotion

Viele Promovierende haben konkrete Vorstellungen über ihren späteren Arbeitsplatz oder ihr Gehalt. Doch werden diese Vorstellungen auch später Wirklichkeit? Wo arbeiten Promovierte in der deutschen Lebensmittelbranche, was verdienen sie und wie sehen ihre Gehaltsentwicklungen aus?

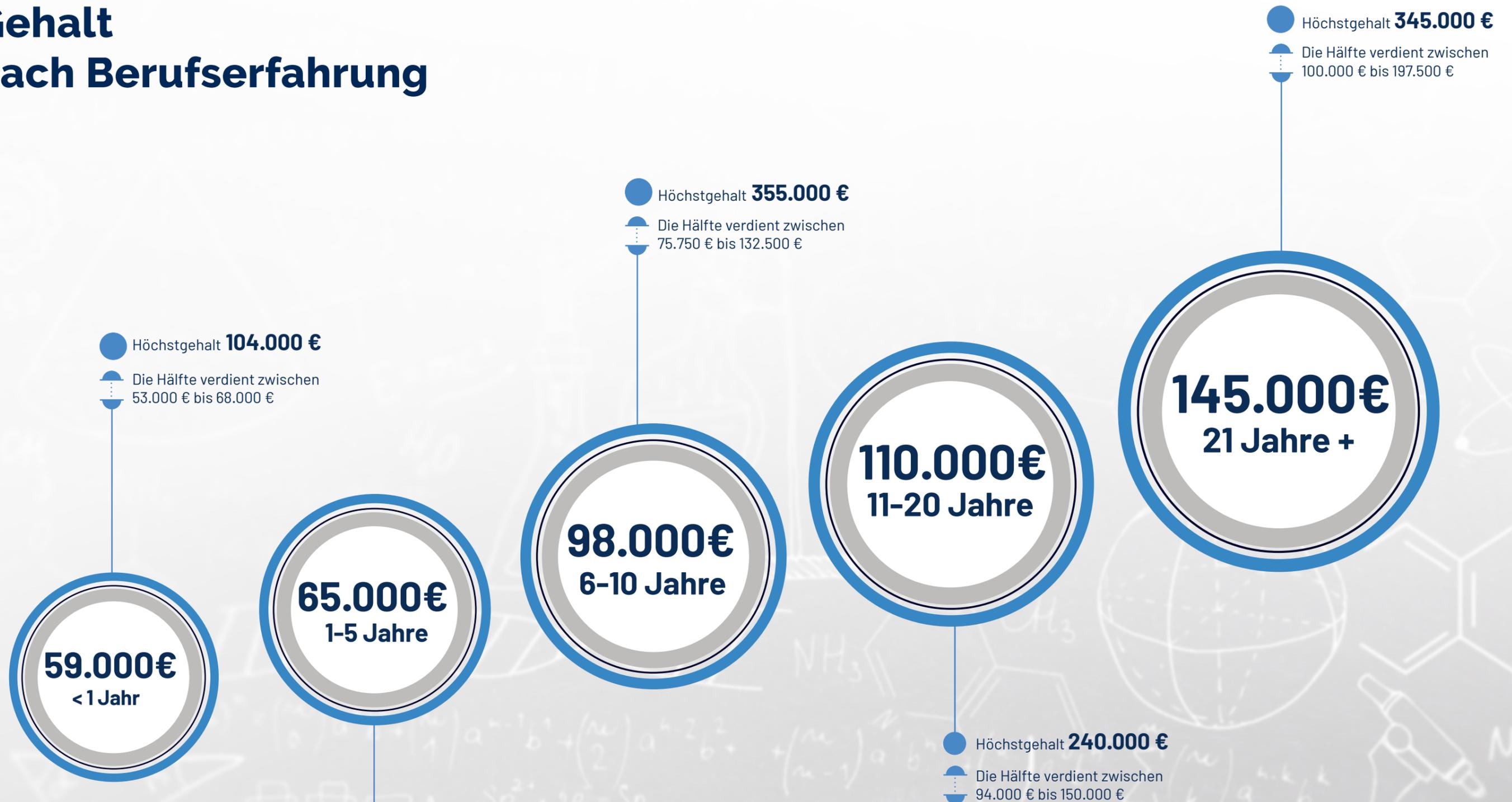
Die absolute Mehrheit der Promovierten arbeitet in Großunternehmen (mit 500 und mehr Mitarbeitenden). Die Top-Wirtschaftszweige sind dabei die Lebensmittelunternehmen sowie der Bereich Aromen und Zusatzstoffe. Während sich mehr als die Hälfte im Laufe der Promotion vorstellen kann, später in einer Forschungseinrichtung oder einem Institut zu arbeiten, wird dies lediglich von 6% umgesetzt.

Ähnlich verhält es sich auch bei den Funktionsbereichen: Hier kommt noch für ein Viertel der Promovierenden eine Tätigkeit im Bereich QM / QS in Frage, während nur 8% der Promovierten einem Job im Qualitätswesen nachgehen. Spitzenreiter für die Promovierten bleibt insgesamt der Bereich Forschung und Entwicklung, in dem mehr als die Hälfte Fuß fasst.

Angegeben wird das Brutto-Jahresgehalt inkl. Weihnachtsgeld und Urlaubsgeld. Firmenfahrzeuge wurden mit 5.000 € inkludiert. Der Durchschnittswert wird durch den Median ausgedrückt. Das heißt, die eine Hälfte liegt unter und die andere Hälfte über dem Medianwert.



Gehalt nach Berufserfahrung



Angegeben wird das Brutto-Jahresgehalt inkl. Weihnachtsgeld und Urlaubsgeld. Firmenfahrzeuge wurden mit 5.000 € inkludiert. Der Durchschnittswert wird durch den Median ausgedrückt. Das heißt, die eine Hälfte liegt unter und die andere Hälfte über dem Medianwert.

Gehalt nach Zusatzqualifikationen

Gehalt nach Englischkenntnissen



Gehalt nach Personalverantwortung

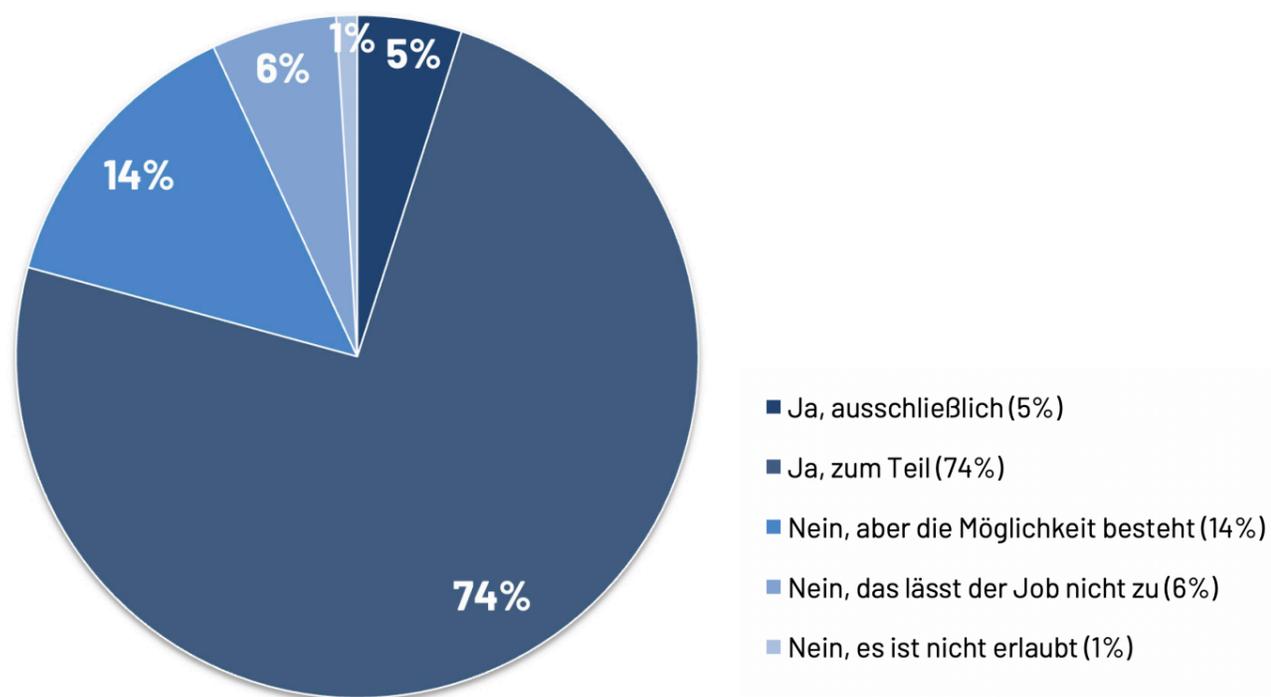


Gehalt nach Auslandserfahrung

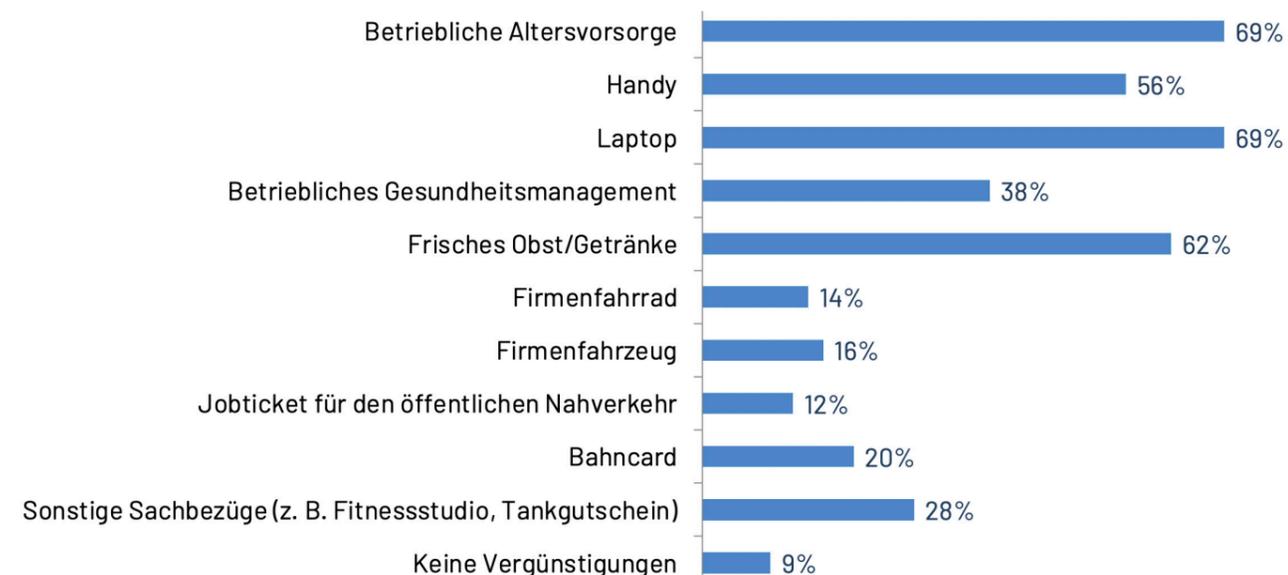


Benefits

Arbeiten im Home-Office



Zusätzliche Vergünstigungen auch zur privaten Nutzung



Fazit

Eine Promotion in der deutschen Lebensmittelbranche macht sich in vielerlei Hinsicht bezahlt. Während für die meisten das wissenschaftliche Interesse sowie der Spaß am Forschen im Vordergrund stehen, spekulieren viele Promovierende auch gleichzeitig auf bessere Job-Perspektiven – und beweisen hierbei den richtigen Riecher.

Zeit ist Geld

Vor allem beim Einstiegsgehalt zeigen sich die Promovierenden treffsicher: Während sie in ihrer Promotion durchschnittlich 2.100 € pro Monat zur Verfügung haben, rechnen die Promovierenden für den Berufseinstieg mit einem durchschnittlichen Brutto-Jahresgehalt von 60.000 € und liegen damit nur knapp über dem tatsächlichen Einstiegsgehalt für Promovierte, das sich aktuell auf 59.000 € brutto im Jahr beläuft.

Doch das ist erst der Anfang: Mitsamt der Berufserfahrung steigen die Gehälter von Promovierten in der deutschen Lebensmittelindustrie stetig an, sodass sie im Alter von 45 Jahren und mit 12,5 Jahren Berufserfahrung Top-Gehälter von 98.500 € brutto im Jahr mit nach Hause nehmen können.

Eile mit Weile

Nicht nur im Arbeitsleben spielt Zeit eine Rolle: Auch beim Thema Promotion heißt es »Gut Ding will Weile haben«. So brauchen insgesamt drei Viertel der Promovierenden 3-5 Jahre bis zum Erhalt des Doktorgrades, den sie durchschnittlich im Alter von 31 Jahren erlangen. In dieser Zeit benötigen sie rund 45 Arbeitsstunden pro Woche für ihre Promotion und liegen somit bei der gleichen Stundenanzahl, die sie später im Berufsleben für ihren Job aufbringen.

Aufgrund der Zeitintensivität der Forschung wird die Hälfte der Promovierenden durch Drittmittel

unterstützt. Nur 10% gehen außerhalb der Promotion noch einer anderen Beschäftigung nach, die eher als Nebentätigkeit gesehen werden kann. Diese verdienen bei einer 12,5-Stunden-Woche durchschnittlich 850 € pro Monat.

Highly Professional, Highly International

Für die Promovierenden spielt das Thema Internationalität eine entscheidende Rolle: Mehr als die Hälfte verfasst ihre Dissertation in englischer Sprache und ein Fünftel zieht es nach der Promotion zum Arbeiten ins Ausland. Für knapp zwei Drittel ist Englisch ausreichend. Darüber hinaus glauben 17% der Befragten, dass Spanisch als zweite Fremdsprache zukunftsrelevant ist, gefolgt von Chinesisch (13%) und Französisch (11%).

Diese sprachlichen sowie kulturellen Kenntnisse machen sich auch beim Thema Gehalt bemerkbar: Mit sehr guten Englischkenntnissen und mehr als drei Jahren Auslandserfahrung fahren die Promovierten teils sehr hohe Gehälter von mehr als 100.000 € brutto im Jahr ein.

Einmal Forschung, immer Forschung?

72% der Promovierten arbeiten in Großunternehmen. Diese haben einerseits mehr finanzielle Mittel und verfügen andererseits über spezifische Abteilungen, in denen die Promovierten ihre Expertise gezielt einsetzen können. Mehr als die Hälfte der Promovierten bleibt ihrer Linie treu und geht einer Beschäftigung im Bereich Forschung und Entwicklung nach.

Den Großteil der Promovierten zieht es Richtung Lebensmittelunternehmen und Aromen / Zusatzstoffe: Während sich in der Promotion erstaunliche 95% eine Tätigkeit in diesem Bereich vorstellen können, setzen knapp zwei Drittel den Plan auch um. Gleichzeitig kann sich noch mehr als die Hälfte während ihrer Promotion eine Anstellung

Fazit

in einem Institut bzw. einer Forschungseinrichtung vorstellen. Nägel mit Köpfen machen hierbei aber nur 7% der Promovierten.

Reden ist Silber, Machen ist Gold

Die Promovierenden im Lebensmittelbereich sind praxis-begeistert. Das zeigt sich auch schon während der Promotion, wo sich starke 82% der anwendungsorientierten Forschung widmen. Doch nicht nur die Richtung ist für die Promovierenden entscheidend, sondern vor allem das Thema der Dissertation sowie eine gute Betreuung durch den Doktorvater bzw. die Doktormutter. Umso schöner, dass sich ganze 78% der Promovierten und Promovierenden mit Ihrer Betreuung zufrieden zeigen.

Doch wie glücklich sind die Promovierten insgesamt mit ihrer Entscheidung für die Promotion? Würden sie es wieder machen und hat sich die Promotion für das Berufsleben bezahlt gemacht? Die Ergebnisse zeigen hier ein ganz klares »Ja«. Gut drei Viertel gaben an, dass sich die Promotion für sie beruflich gelohnt hat, während zwei Drittel erklärten, dass die Promotion für den Erhalt ihrer derzeitigen Stelle sogar entscheidend war.

Beim Thema Einkommen zeichnet sich ebenfalls ein klares Bild ab, denn hier zeigen sich erstaunliche 88% *zufrieden* bzw. *sehr zufrieden* mit ihrem Gehalt. Den Weg der wissenschaftlichen Forschung zu bereuen, kommt für die meisten nicht in Frage – Im Gegenteil: Starke 85% würden sich erneut für die Promotion entscheiden. Dabei ist das Gehalt für die meisten jedoch eher nebensächlich. Viel wichtiger ist für sie der Spaß am wissenschaftlichen Arbeiten sowie die eigene persönliche und fachliche Entfaltung. Promovieren sollte man also nicht nur für das Gehalt, sondern vor allem für sich selbst.

Über die Studie

Online-Umfrage

Zielgruppe: Promovierte und Promovierende in der Lebensmittelwirtschaft

Stichprobe: 272 Personen

Zeitraum: 17. Januar bis 21. Februar 2022

Die Studie sowie das Infochart stehen kostenlos zum Download bereit unter:

www.foodjobs.de/gehalt/promotion

Projektteam

Konzeption und Auswertung
Redaktion
Gestaltung

Bianca Burmester
Pia Schorlemmer
Sabine Michels

foodjobs GmbH

Kaarster Weg 19
40547 Düsseldorf
info@foodjobs.de
www.foodjobs.de

HERAUSGEBER

foodjobs GmbH
Kaarster Weg 19
40547 Düsseldorf

info@foodjobs.de
www.foodjobs.de

In Kooperation mit der



UNIVERSITÄT
HOHENHEIM