



ÜBERBLICK

Bachelor: Nur jedes zweite Unternehmen sieht Imagegewinn

Der „Bachelor“ verbessert sein Image am Arbeitsmarkt nur langsam. Laut einer Umfrage der Plattform für berufsbezogene Erwachsenenbildung erwarten zwar 46 Prozent der Unternehmen einen Bedeutungsgewinn dieses Titels; 32 Prozent rechnen mit Stagnation, elf Prozent erwarten sogar einen Imageverlust.