

Absolventenstudie 2007/2008

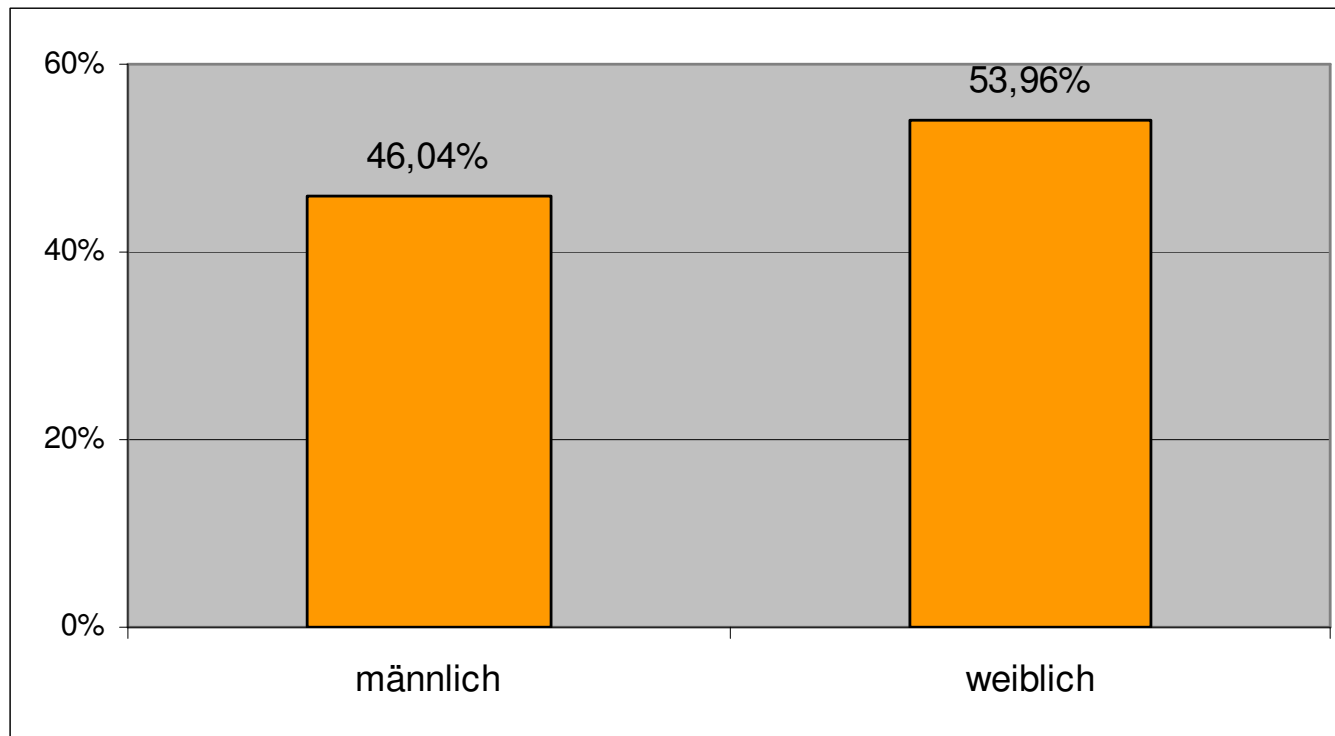
Gummersbach, 20. April 2008

Kienbaum 
Executive Search
Human Resource & Management Consulting

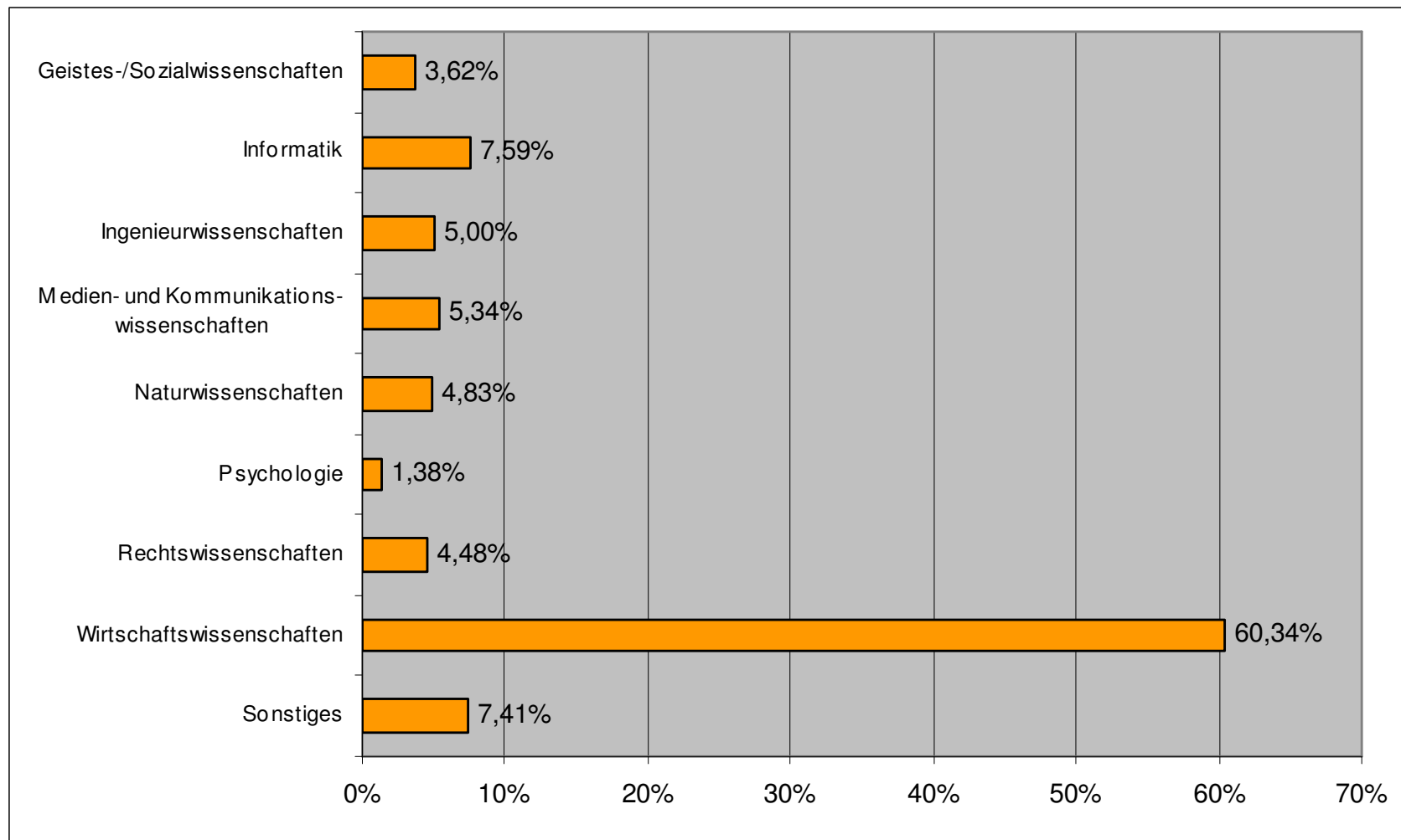
Absolventenstudie 2007/2008

- » Die Kienbaum-Absolventenstudie wurde 2007 zum ersten Mal durchgeführt. Teilgenommen haben 555 Absolventen verschiedener Fachrichtungen; davon sind 54 Prozent Frauen und 46 Prozent Männer.
- » Die größte Gruppe bilden mit Abstand die Studierenden der Wirtschaftswissenschaften mit mehr als 60 Prozent. Darunter sind 32 Prozent BWLer und fünf Prozent VWLer.
- » Darauf folgen Informatiker und Mathematiker (7,59 Prozent), die Medien- und Kommunikationswissenschaftler (5,34 Prozent), die Ingenieur- (5 Prozent) und Naturwissenschaftler (4,83 Prozent) und die Juristen (4,48 Prozent).
- » Kaum vertreten sind hingegen Absolventen der Geistes- und Sozialwissenschaften, der Psychologie und weiterer Fachrichtungen.
- » Die Daten wurden auf dem Hobsons-Absolventenkongress am 28. und 29. November 2007 in Köln erhoben.

Geschlecht der Teilnehmer

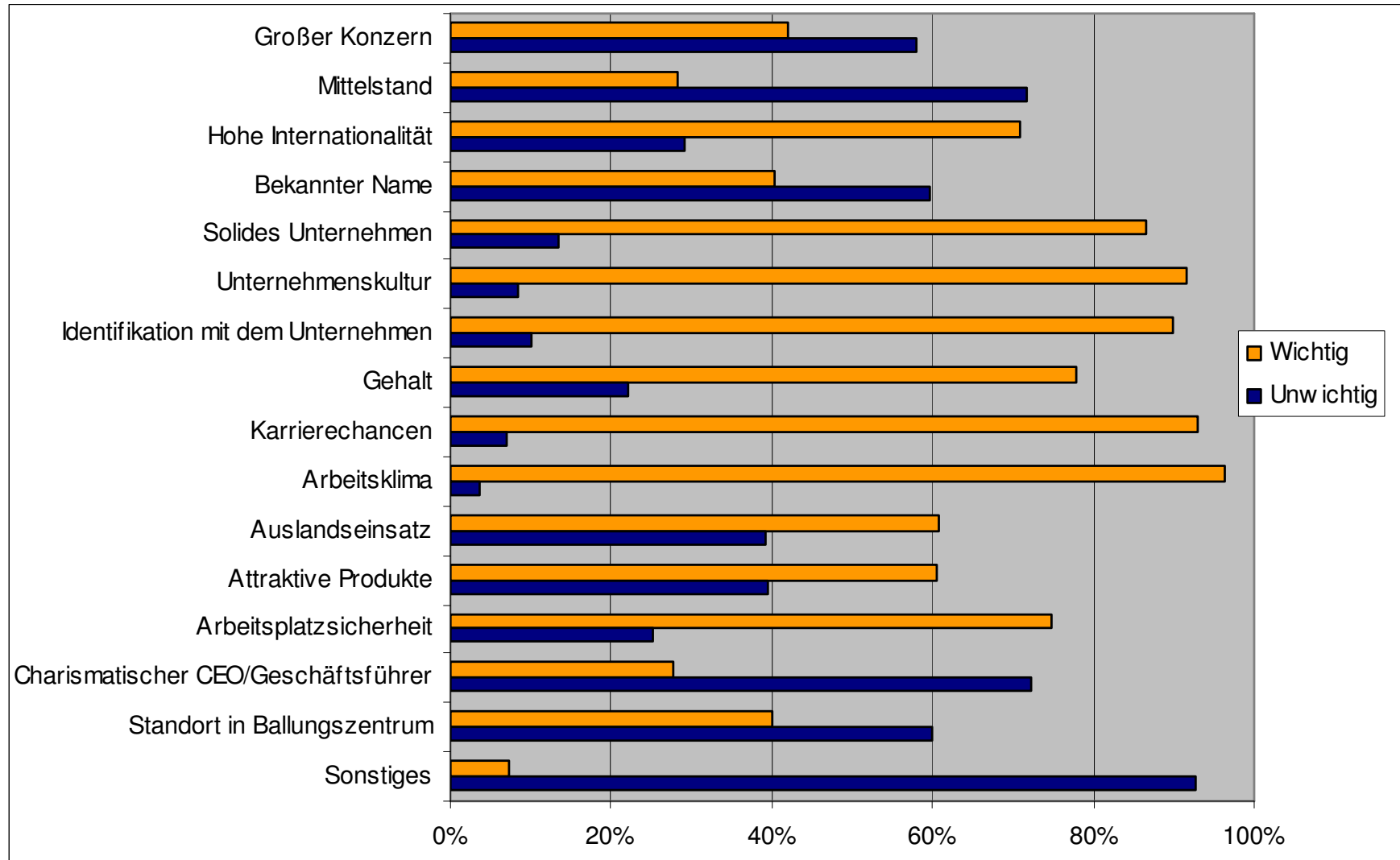


Fachrichtungen der Teilnehmer



1. Welche Rolle spielen die folgenden Faktoren für Ihre Arbeitgeberwahl?

Frage 1: Welche Rolle spielen die folgenden Faktoren für Ihre Arbeitgeberwahl?



Frage 1: Welche Rolle spielen die folgenden Faktoren für Ihre Arbeitgeberwahl?

	Wichtig	Unwichtig
Großer Konzern	42,02%	57,98%
Mittelstand	28,23%	71,77%
Hohe Internationalität	70,88%	29,12%
Bekannter Name	40,31%	59,69%
Solides Unternehmen	86,43%	13,57%
Unternehmenskultur	91,51%	8,49%
Identifikation mit dem Unternehmen	89,98%	10,02%
Gehalt	77,91%	22,09%
Karrierechancen	92,93%	7,07%
Arbeitsklima	96,33%	3,67%
Auslandseinsatz	60,70%	39,30%
Attraktive Produkte	60,51%	39,49%
Arbeitsplatzsicherheit	74,90%	25,10%
Charismatischer CEO/Geschäftsführer	27,84%	72,16%
Standort in Ballungszentrum	40,16%	59,84%
Sonstiges	7,23%	92,77%

Frage 1: Welche Rolle spielen die folgenden Faktoren für Ihre Arbeitgeberwahl?

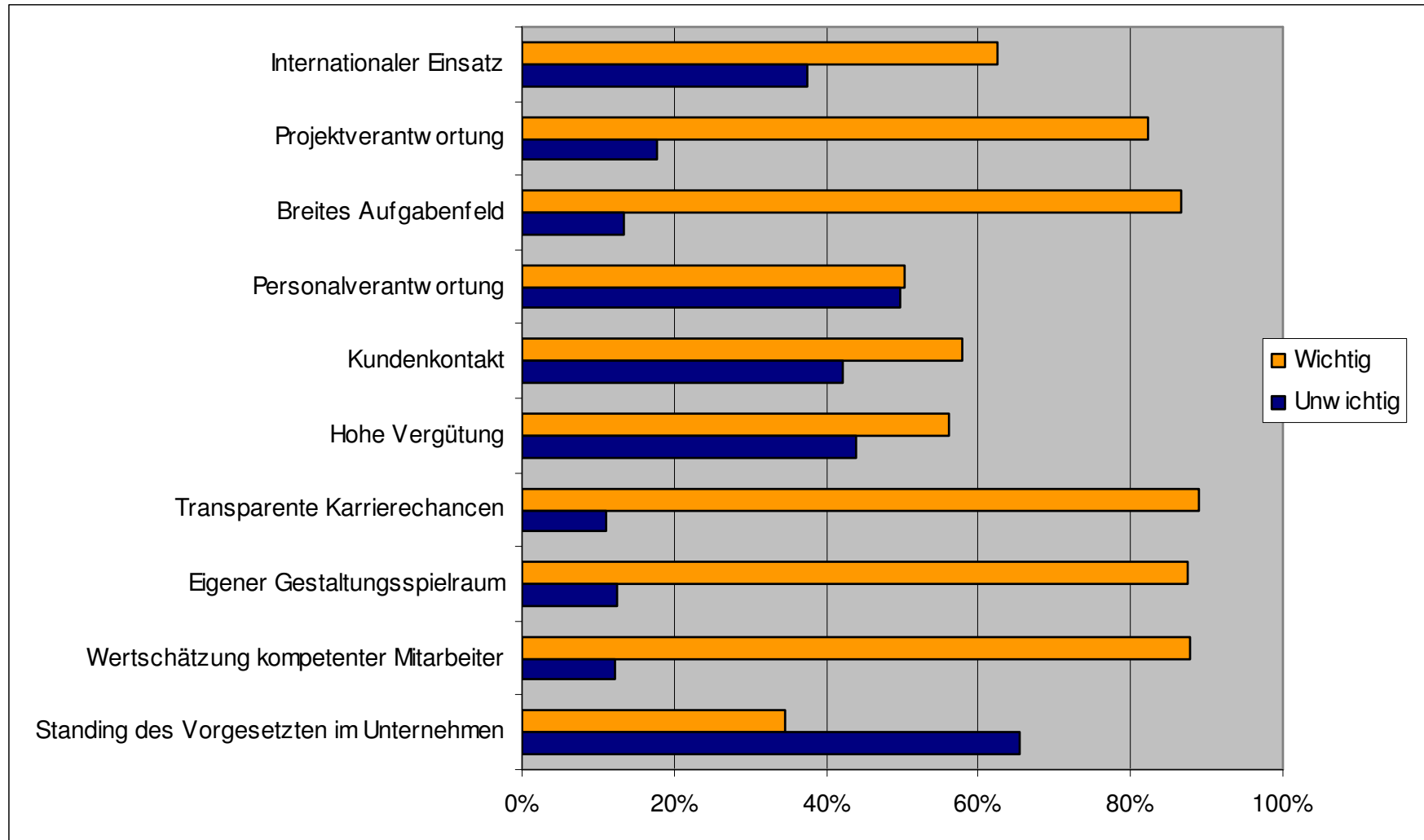
- » Wohlfühlen und Sicherheit sind Trumpf: Das Arbeitsklima (96 Prozent) und die Solidität des Unternehmens (86 Prozent) gehören zu den wichtigsten Faktoren, von denen Absolventen die Wahl ihres Arbeitgebers abhängig machen.
- » Absolventen möchten sich mit ihrem Arbeitgeber identifizieren können: Die Unternehmenskultur (92 Prozent) und die Identifikation mit dem Unternehmen (90 Prozent) sind wesentliche Faktoren.
- » Gute Karrierechancen (92 Prozent) und ein adäquates Gehalt (78 Prozent) sind weiterhin wichtige Auswahlfaktoren.
- » Internationalität steht dagegen weiter unten auf der Prioritätenliste: Eine hohe Internationalität des Unternehmens ist zwar noch 71 Prozent wichtig, selbst im Ausland arbeiten wollen aber nur 61 Prozent.

Frage 1: Welche Rolle spielen die folgenden Faktoren für Ihre Arbeitgeberwahl?

- » Weniger wichtig ist auch die Größe des Unternehmens: Nur 42 Prozent legen darauf Wert, dass ihr künftiger Arbeitgeber ein großer Konzern ist. Ein Standort in einem Ballungszentrum ist ebenfalls weniger relevant (40 Prozent).
- » Kaum entscheidungsrelevant ist die Frage, ob das Unternehmen einen charismatischen CEO hat. Seine Wirkung Richtung Börse scheint wichtiger zu sein als seine Bedeutung für die Gewinnung junger Mitarbeiter – und das, obwohl es eine seiner Kernaufgaben ist, dem Unternehmen ein Gesicht zu geben und die verschiedenen Zielgruppen anzusprechen.
- » Ein für Absolventen attraktives Unternehmen bietet seinen Mitarbeitern also ein angenehmes Arbeitsklima, eine ansprechende Unternehmenskultur, transparente und gute Karrierechancen und die Möglichkeit, sich mit dem Arbeitgeber zu identifizieren. Die gute Nachricht für viele kleinere Unternehmen: Der Top-Arbeitgeber kann durchaus mittelständisch sein, seinen Standort in der Provinz haben, von einem unscheinbaren CEO geleitet werden und ein eher langweiliges Produkt vertreiben.

2. Was macht für Sie eine
interessante Position aus?

Frage 2: Was macht für Sie eine interessante Position aus?



Frage 2: Was macht für Sie eine interessante Position aus?

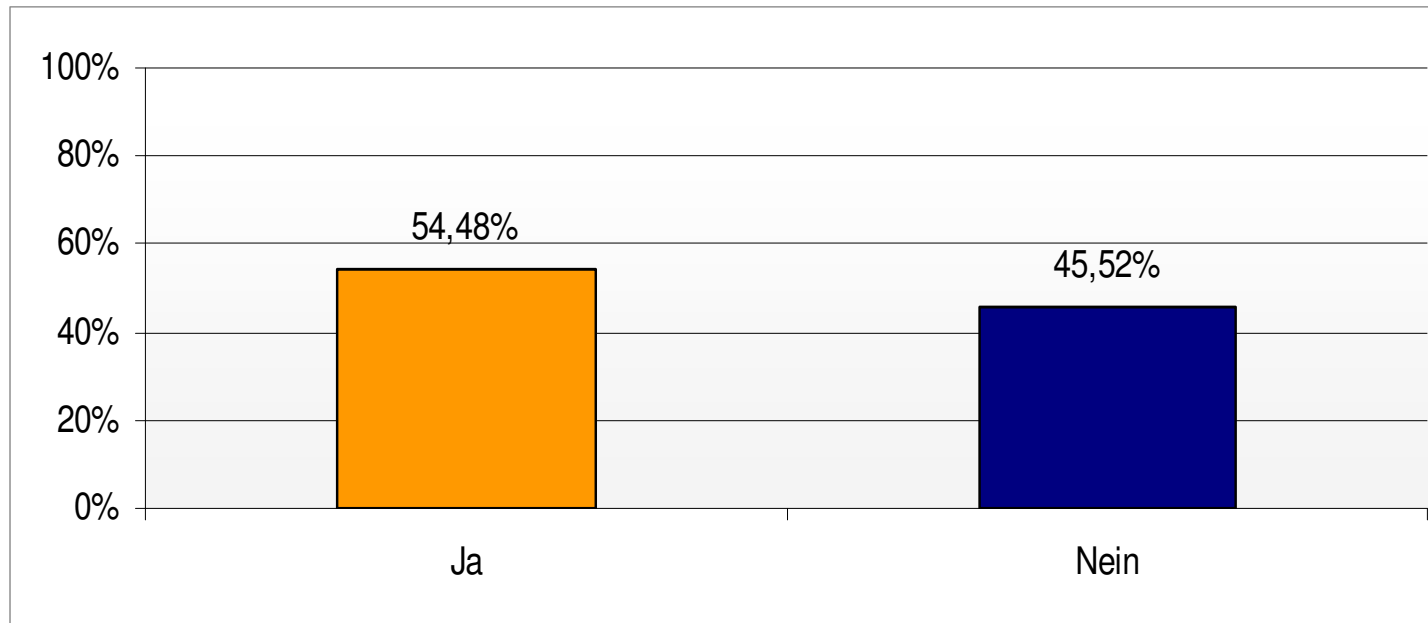
	Wichtig	Unwichtig
Internationaler Einsatz	62,42%	37,58%
Projektverantwortung	82,41%	17,59%
Breites Aufgabenfeld	86,68%	13,32%
Personalverantwortung	50,34%	49,66%
Kundenkontakt	57,94%	42,06%
Hohe Vergütung	56,07%	43,93%
Transparente Karrierechancen	88,87%	11,13%
Eigener Gestaltungsspielraum	87,46%	12,54%
Wertschätzung kompetenter Mitarbeiter	87,84%	12,16%
Standing des Vorgesetzten im Unternehmen	34,66%	65,34%

Frage 2: Was macht für Sie eine interessante Position aus?

- » Absolventen sind karrierebewusst, brauchen konstruktives Feedback, sind kreativ und vielseitig interessiert: Transparente Karrierechancen stehen bei ihnen an erster Stelle, wenn man sie fragt, was für sie eine interessante Position ausmacht (89 Prozent). Als nächstes nennen Berufseinsteiger die Wertschätzung kompetenter Mitarbeiter (88 Prozent). Eigenverantwortung ist ihnen ebenfalls wichtig: Sie legen Wert auf eigenen Gestaltungsspielraum (87 Prozent), ein breites Aufgabenfeld (87 Prozent) und Projektverantwortung (82 Prozent).
- » Im Ausland arbeiten wollen hingegen nur 63 Prozent.
- » Absolventen sind „menschenscheu“: Kundenkontakt (58 Prozent) und Personalverantwortung (50 Prozent) sind für sie weniger von Belang. Auf eine hohe Vergütung legen nur 56 Prozent Wert.
- » Taktik spielt bei den befragten Absolventen offenbar keine Rolle, denn das Standing des Vorgesetzten im Unternehmen beachten sie bei der Beurteilung einer angebotenen Position kaum (35 Prozent).

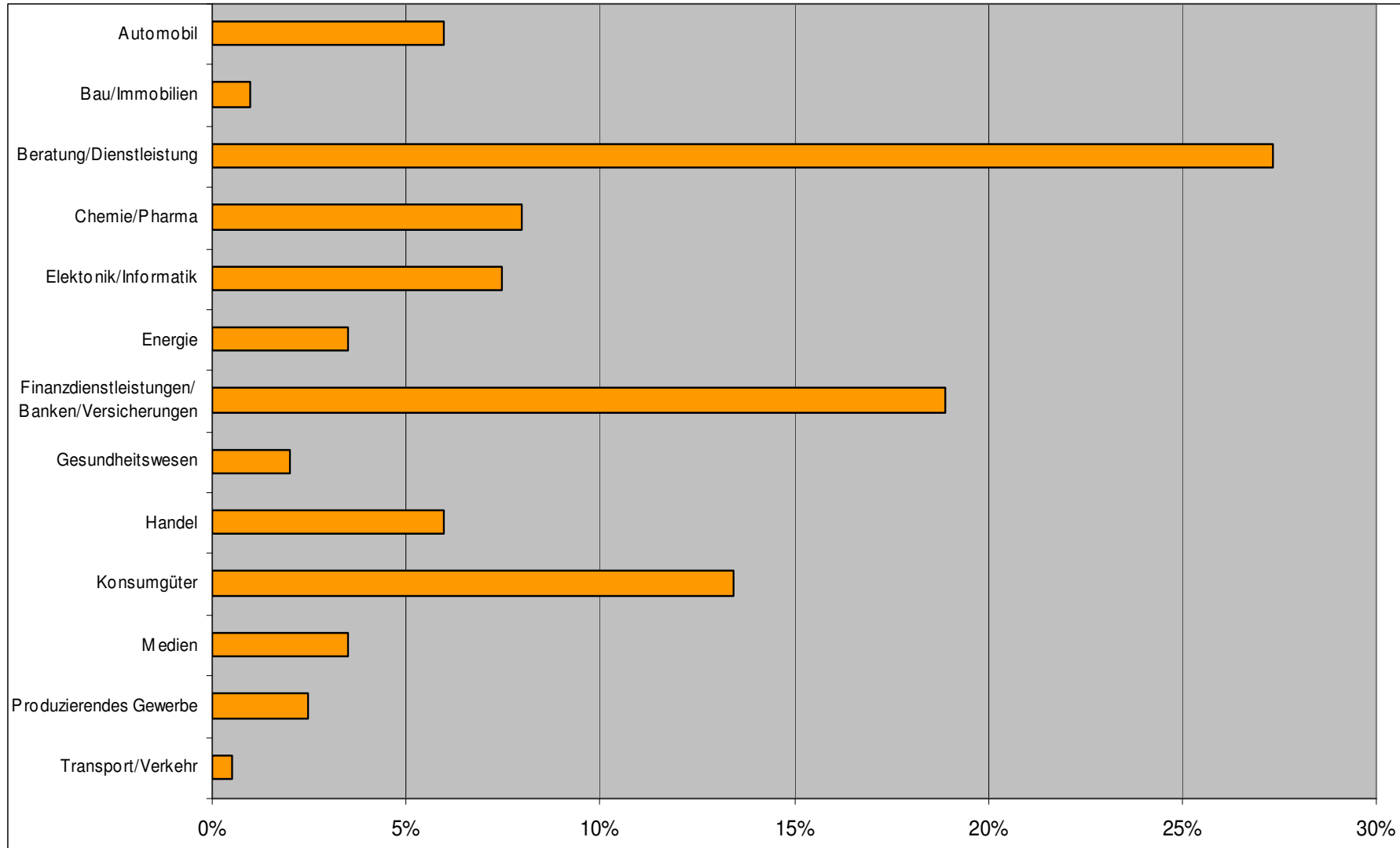
3. Haben Sie eine Präferenz für eine Branche, in der Sie gerne arbeiten möchten?

Frage 3: Haben Sie eine Präferenz für eine Branche, in der Sie gerne arbeiten möchten?



4. Wenn ja, welche Branche bevorzugen Sie?

Frage 4: Wenn ja, welche Branche bevorzugen Sie?



Frage 4: Wenn ja, welche Branche bevorzugen Sie?

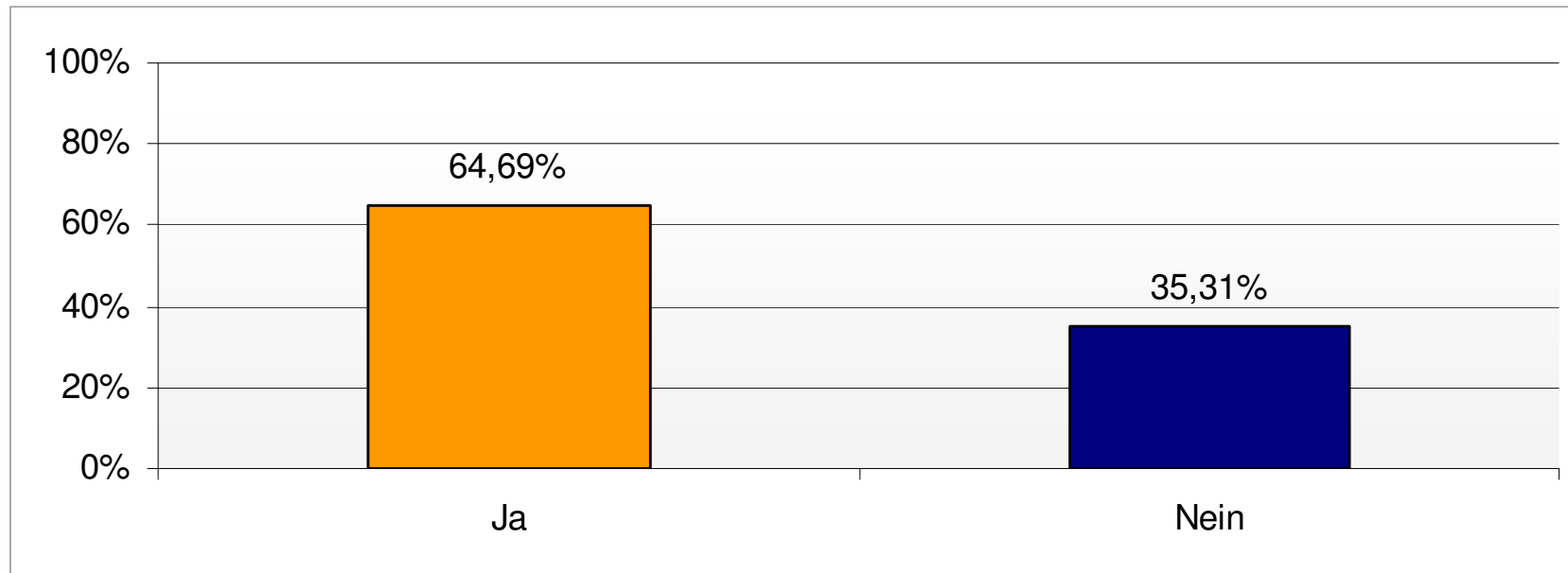
Automobil	5,97%
Bau/Immobilien	1,00%
Beratung/Dienstleistung	27,36%
Chemie/Pharma	7,96%
Elektronik/Informatik	7,46%
Energie	3,48%
Finanzdienstleistungen/ Banken/Versicherungen	18,91%
Gesundheitswesen	1,99%
Handel	5,97%
Konsumgüter	13,43%
Medien	3,48%
Produzierendes Gewerbe	2,49%
Transport/Verkehr	0,50%

Frage 4: Wenn ja, welche Branche bevorzugen Sie?

- » In welcher Branche sie arbeiten, ist fast der Hälfte aller befragten Absolventen nicht wichtig (46 Prozent).
- » Diejenigen, die eine Präferenz für eine Branche haben, würden am liebsten im Bereich Beratung und Dienstleistung arbeiten (28 Prozent).
- » Auf Platz zwei und drei liegen die Bereiche Finanzdienstleistungen/Banken/Versicherungen (18 Prozent) und Konsumgüter (13 Prozent) – erstaunlich positive Werte für diese Branchen.
- » Die Klassiker Chemie/Pharma (8 Prozent) und Automobil (7 Prozent) sind dagegen kaum gefragt.
- » Selten als Wunschbranche genannt wurde auch der Medienbereich (4 Prozent). Die unattraktive Bezahlung schreckt hier wohl viele Bewerber ab.

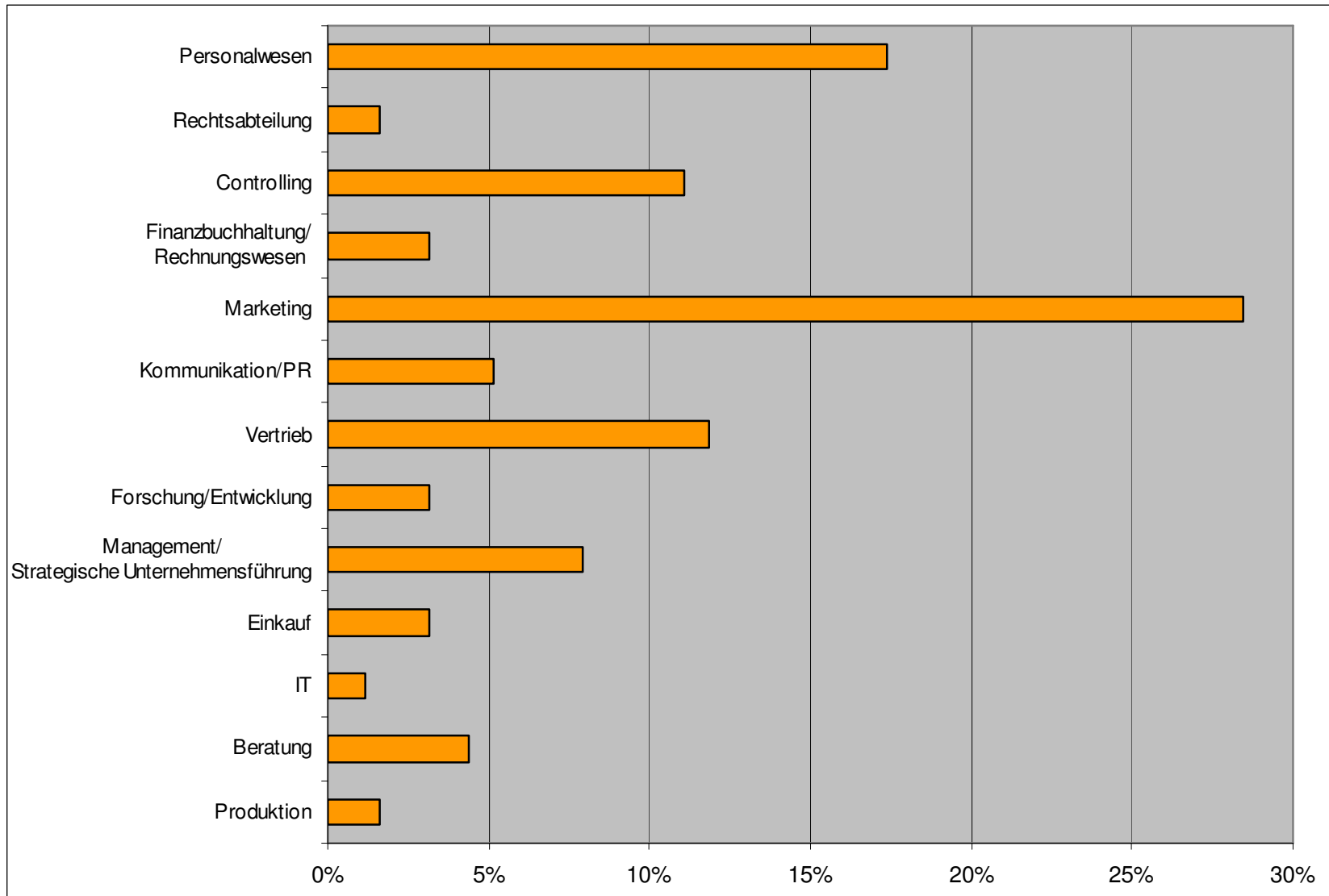
5. Haben Sie eine Präferenz für einen Unternehmensbereich, in dem Sie gerne arbeiten möchten?

Frage 5: Haben Sie eine Präferenz für einen Unternehmensbereich, in dem Sie gerne arbeiten möchten?



6. Wenn ja, welchen
Unternehmensbereich bevorzugen
Sie?

Frage 6: Wenn ja, welchen Unternehmensbereich bevorzugen Sie?



Frage 6: Wenn ja, welchen Unternehmensbereich bevorzugen Sie?

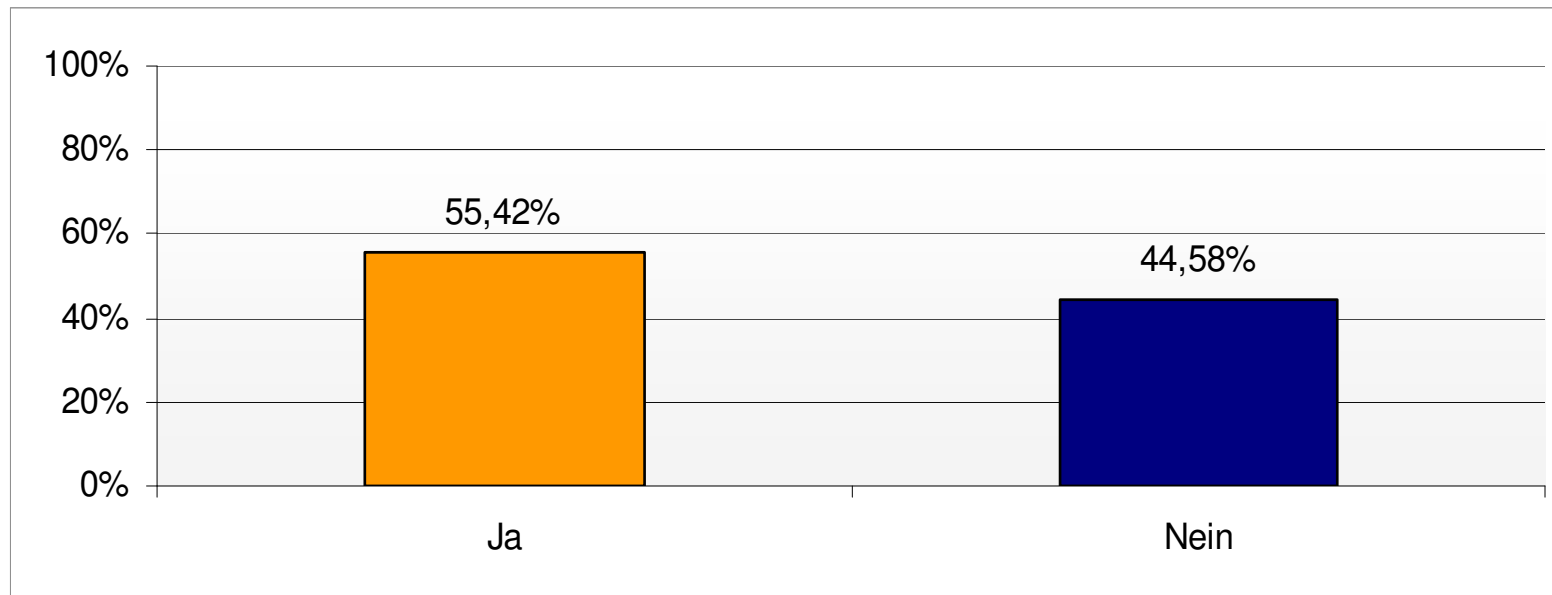
Personalwesen	17,39%
Rechtsabteilung	1,58%
Controlling	11,07%
Finanzbuchhaltung/ Rechnungswesen	3,16%
Marketing	28,46%
Kommunikation/PR	5,14%
Vertrieb	11,86%
Forschung/Entwicklung	3,16%
Management/ Strategische Unternehmensführung	7,91%
Einkauf	3,16%
IT	1,19%
Beratung	4,35%
Produktion	1,58%

Frage 6: Wenn ja, welchen Unternehmensbereich bevorzugen Sie?

- » Bei der Frage des bevorzugten Unternehmensbereichs ist bei mehr Absolventen eine Präferenz vorhanden (65 Prozent). Das heißt, sie wissen, was sie beruflich machen möchten, aber nicht, in welcher Branche (Präferenz nur bei 55 Prozent der Befragten).
- » Die beliebtesten Unternehmensbereiche unter den Absolventen sind Marketing (28 Prozent) und das Personalwesen (17 Prozent). Während ersteres gerade unter Betriebswirten eine klassische Präferenz ist, ist der Befund im Personalwesen untypisch – zumal nur 1,38 Prozent der Befragten Psychologie studieren – ein ansonsten in Personalabteilungen häufig anzutreffendes Studienfach.
- » An dritter Stelle liegt der Vertrieb (12 Prozent) – lange Zeit von einem Großteil der Absolventen verschmäht.
- » Erstaunlich ist, dass nur acht Prozent im Bereich Management/strategische Unternehmensführung tätig sein möchten – und das, obwohl mehr als 60 Prozent der Befragten angehende Wirtschaftswissenschaftler sind.

7. Haben Sie eine Präferenz für ein Land, in dem Sie gerne arbeiten möchten?

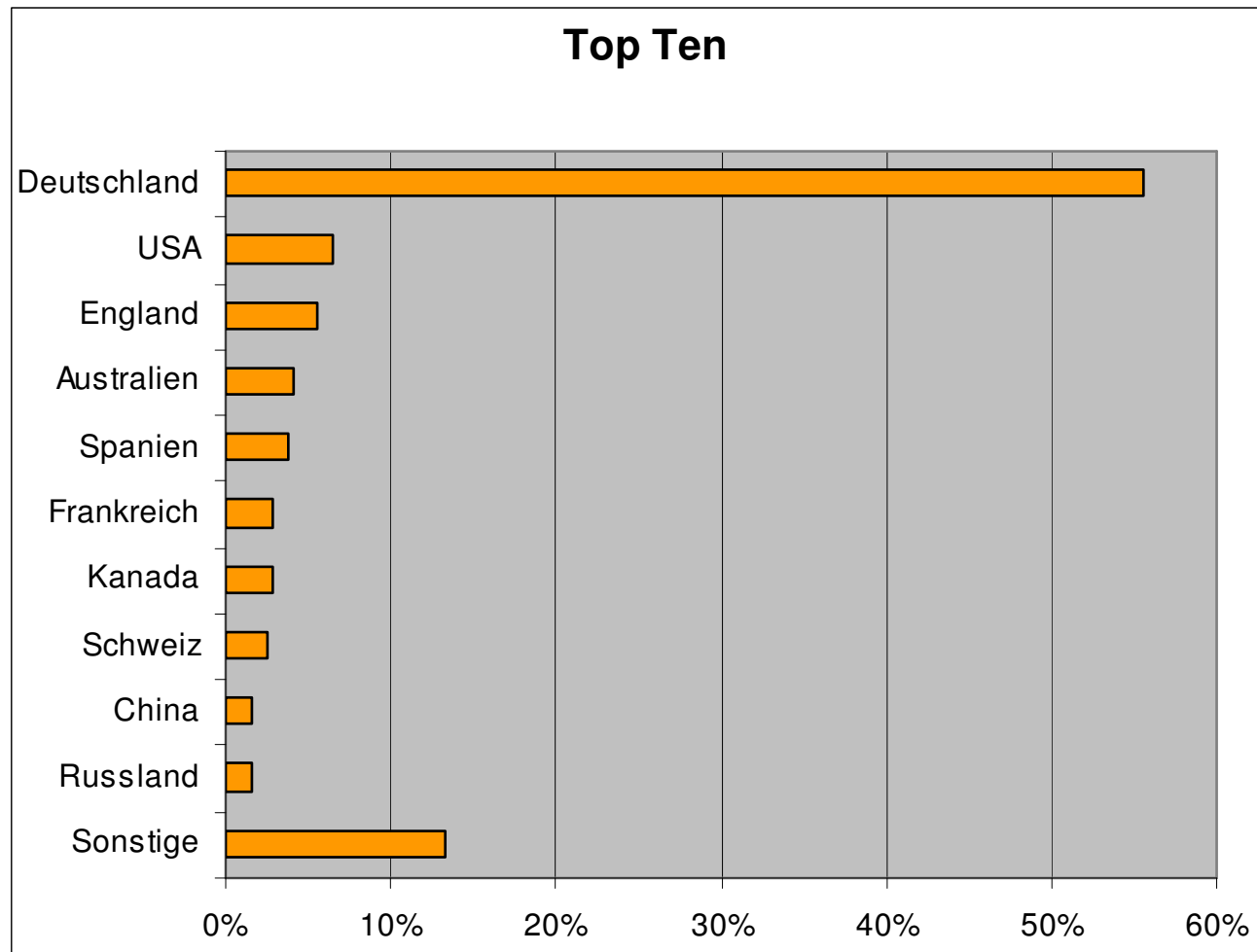
Frage 7: Haben Sie eine Präferenz für ein Land, in dem Sie gerne arbeiten möchten?



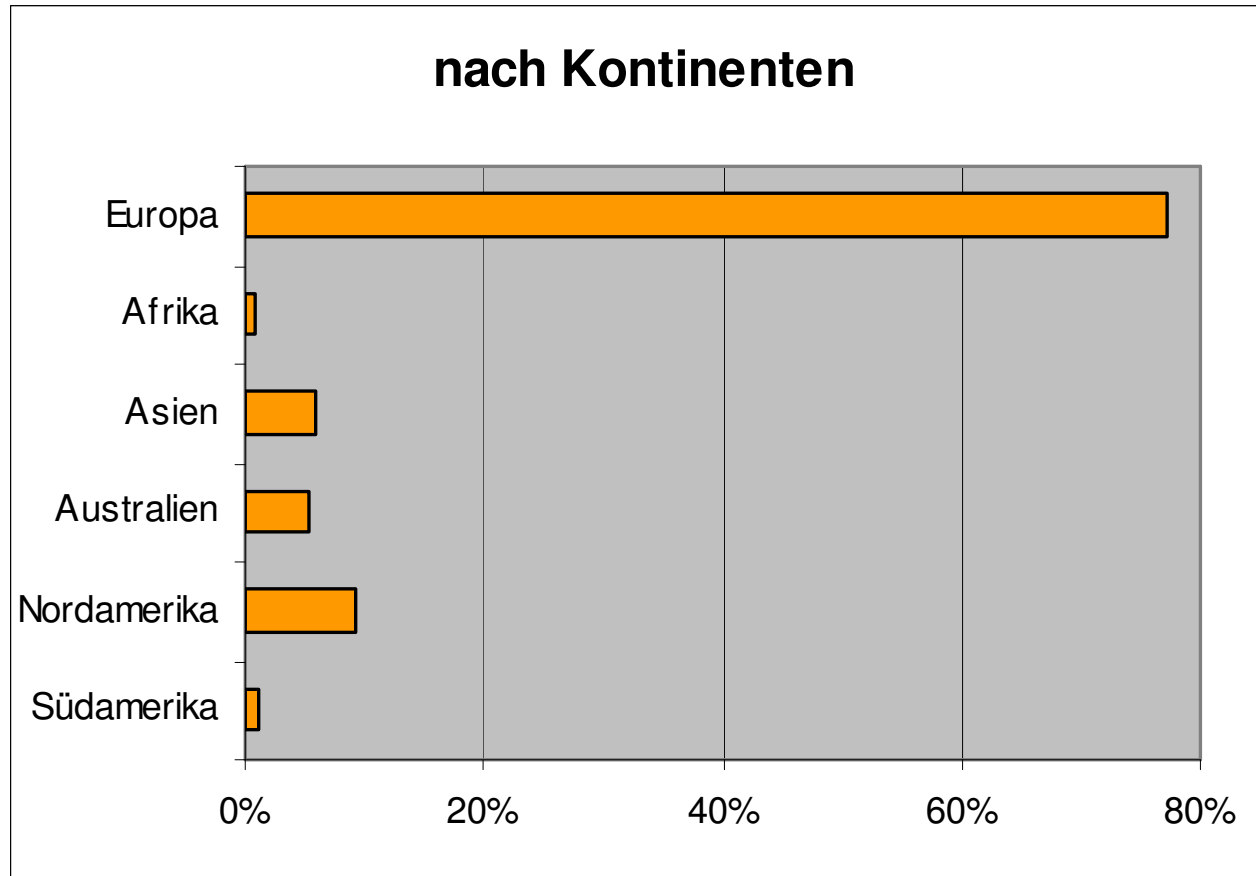
Absolventenstudie 2008

8. Wenn ja, welches Land bevorzugen Sie?

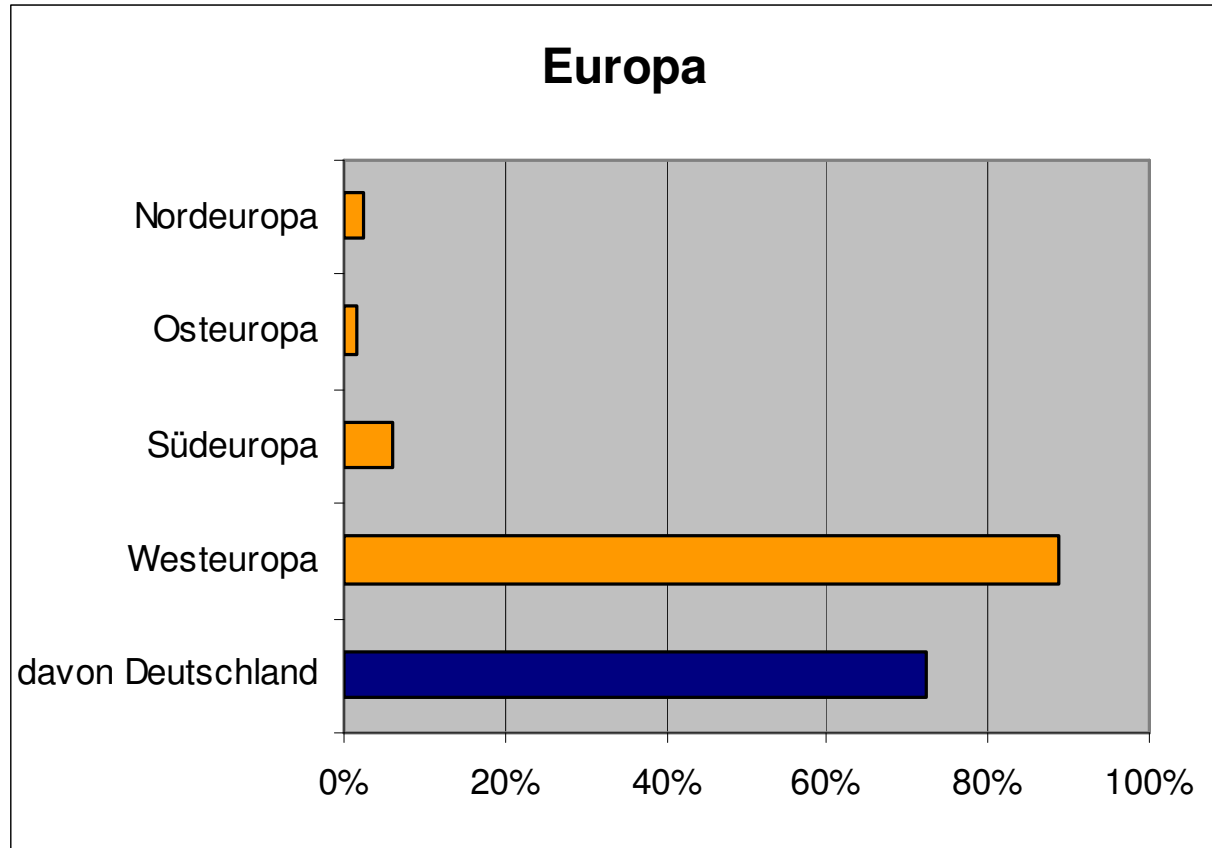
Frage 8: Wenn ja, welches Land bevorzugen Sie?



Frage 8: Wenn ja, welches Land bevorzugen Sie?



Frage 8: Wenn ja, welches Land bevorzugen Sie?



Frage 8: Wenn ja, welches Land bevorzugen Sie?

- » Trotz Erasmus-Stipendien, Auslandsstudium und Globalisierung: Mehr als die Hälfte der Absolventen möchte am liebsten in Deutschland arbeiten.
- » Außerhalb Deutschlands stehen die Klassiker ganz oben auf der Beliebtheitsskala: USA (6,5 Prozent), England (5,6 Prozent) und Australien (4 Prozent).
- » Betrachtet man die Kontinente, liegt Europa mit großem Abstand auf Platz eins (78 Prozent), gefolgt von Nordamerika (9 Prozent), Asien (6 Prozent) und Australien (5 Prozent).
- » Innerhalb Europas gibt es eine starke Präferenz für Westeuropa (87 Prozent), während Nord-, Süd- und Osteuropa kaum als Arbeitsorte gefragt sind.
- » Der Befund ist eindeutig: Ein Großteil der Absolventen möchte nah der Heimat arbeiten – entweder direkt in Deutschland oder, wenn im Ausland, dann in Westeuropa, damit der Heimweg nicht allzu weit ist.

9. Welche fünf Unternehmen haben für Sie höchste Arbeitgeberattraktivität?

Frage 9: Welche fünf Unternehmen haben für Sie höchste Arbeitgeberattraktivität?

1. BMW	8,29%
2. Bayer AG	5,95%
3. Deutsche Bank	5,77%
4. E.ON	5,59%
5. Ikea	5,59%
6. KPMG	5,41%
7. PWC	5,22%
8. Google	4,32%
9. Accenture	4,14%
10. Deloitte	4,14%
11. Porsche	4,14%
12. Bosch-Gruppe	4,14%
13. Daimler	3,96%
14. Siemens	3,78%
15. Audi	3,60%
16. Peek & Cloppenburg	3,42%
17. Ernst & Young	3,24%
18. SAP	3,24%
19. BASF	3,06%
20. McKinsey	2,70%

21. Rewe	2,70%
22. IBM	2,52%
23. Kienbaum	2,52%
24. Lufthansa	2,34%
25. Metro	2,16%
26. Procter & Gamble	2,16%
27. BCG	1,98%
28. Commerzbank	1,98%
29. Deutsche Post	1,98%
30. Kaufland	1,98%
31. Mars	1,98%
32. Roland Berger Consultants	1,98%
33. Adidas	1,80%
34. UBS	1,80%
35. Aldi	1,62%
36. Henkel	1,62%
37. RWE	1,62%
38. Axel Springer	1,44%
39. Bertelsmann	1,44%

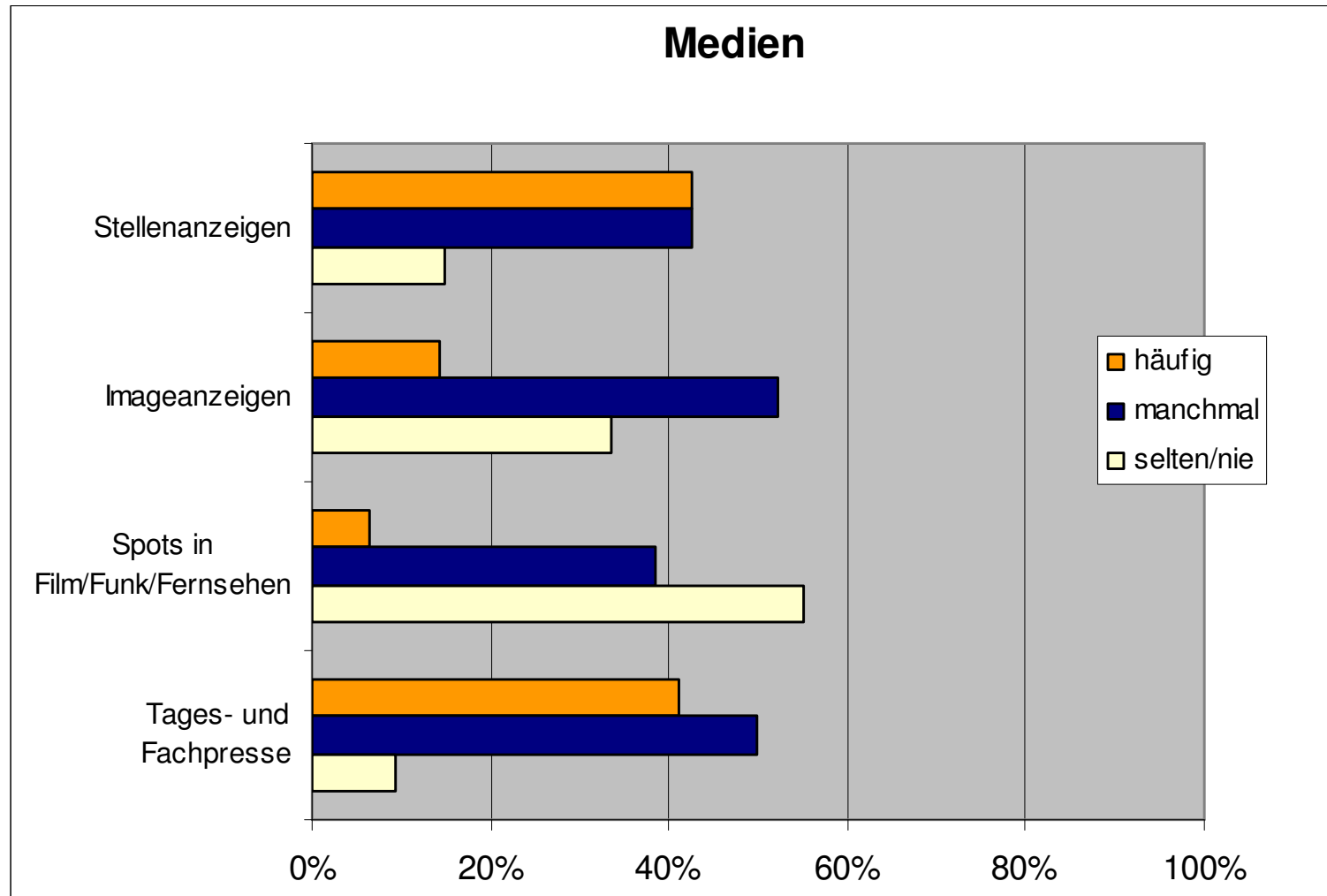
40. Hochtief	1,44%
41. Unilever	1,44%
42. Otto	1,26%
43. Philips	1,26%
44. HP	1,08%
45. Barilla	1,08%
46. Lidl	1,08%
47. Telekom	1,08%
48. VW	1,08%
49. Brain & Company	0,90%
50. Capgemini	0,90%
51. Claas	0,90%
52. Coca-Cola	0,90%
53. Dell	0,90%
54. Evonic	0,90%
55. H & M	0,90%
56. Haribo	0,90%
57. KfW Bankgruppen	0,90%
58. L'Oreal	0,90%

Frage 9: Welche fünf Unternehmen haben für Sie höchste Arbeitgeberattraktivität?

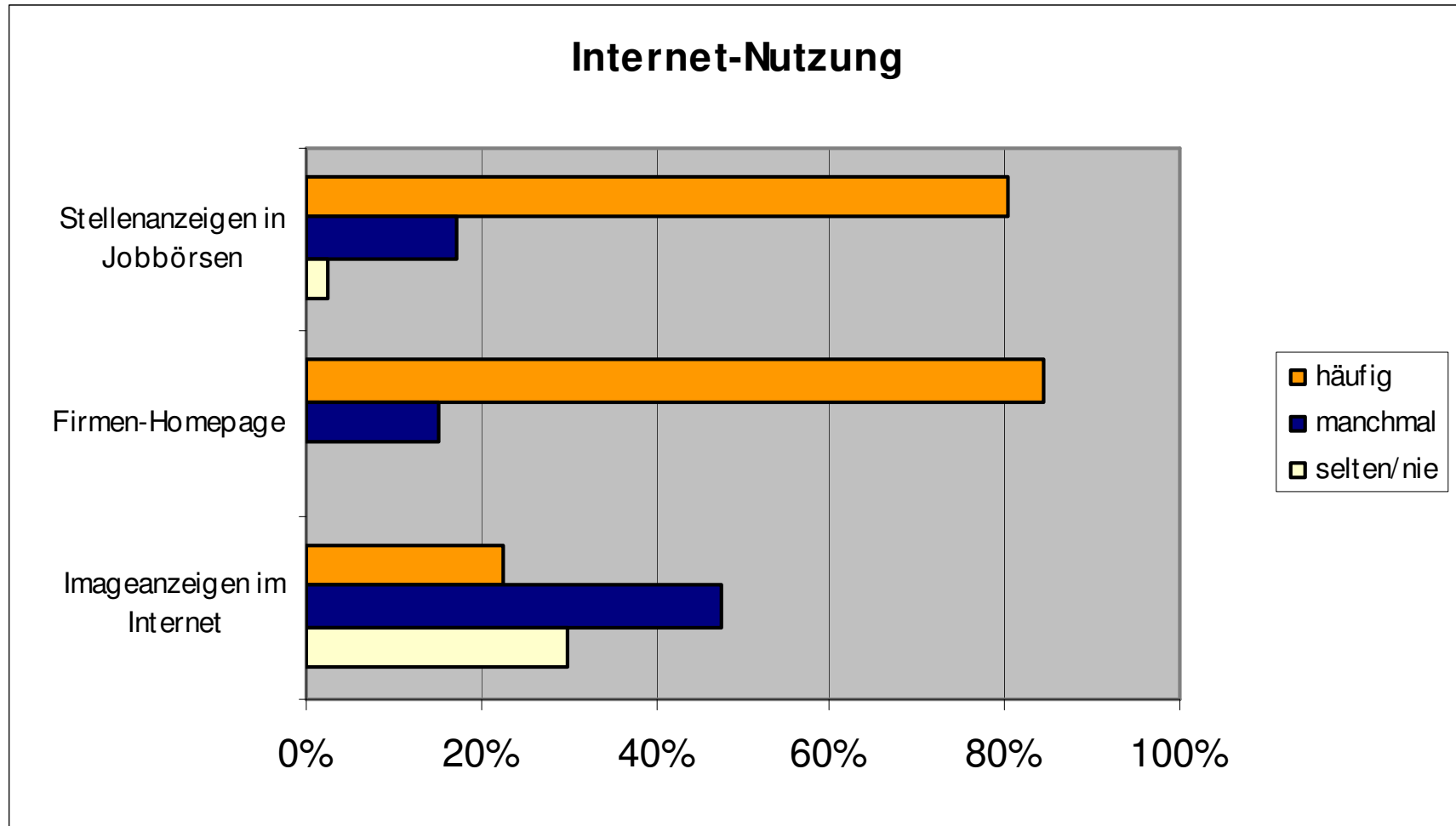
- » Unter den Top 5 der beliebtesten Arbeitgeber sind vier deutsche Großunternehmen aus den Traditionsbranchen Automobil, Chemie, Banken und Energie: Auf Platz eins der Autobauer BMW, an zweiter Stelle die Bayer AG, auf Platz drei die wirtschaftlich äußerst erfolgreiche Deutsche Bank und viertens der Energieriese E.ON. Auf Platz fünf folgt schließlich Ikea.
- » Die Top 10 komplettieren die Wirtschaftsprüfungsgesellschaften KPMG (Platz 6), Pricewaterhouse Coopers (Platz 7) und Deloitte (Platz 10), der US-amerikanischen Internet-Konzern Google (Platz 8) und die internationale Managementberatung Accenture (Platz 10).
- » Andere klassische Top-Arbeitgeber wie Porsche, Daimler, Audi, Lufthansa und Adidas landen auf hinteren Plätzen: Porsche auf Platz 11, Daimler auf Rang 13, Audi auf Platz 15, Lufthansa nur auf Rang 24 und Adidas sogar erst an 33. Stelle.
- » Die Relevanz der bei Frage 1 genannten Faktoren für die Arbeitgeberwahl zeigt sich bei der Kür der zehn beliebtesten Arbeitgeber Deutschlands: Dass die Solidität der Firma sehr wichtig ist, zeigt sich in der Wahl der vier deutschen Großunternehmen BMW, Bayer, Deutsche Bank und E.ON an die Spitze des Rankings. Ein gutes Arbeitsklima und eine attraktive Unternehmenskultur erhoffen sich die Absolventen wohl insbesondere von Ikea und Google. Bei der Wahl der drei Wirtschaftsprüfungsgesellschaften und der Managementberatung Accenture in die Top 10 könnten insbesondere die Faktoren „gute Karrierechancen“ und „adäquates Gehalt“ ausschlaggebend sein.

10. Wie informieren Sie sich über
potentielle Arbeitgeber?

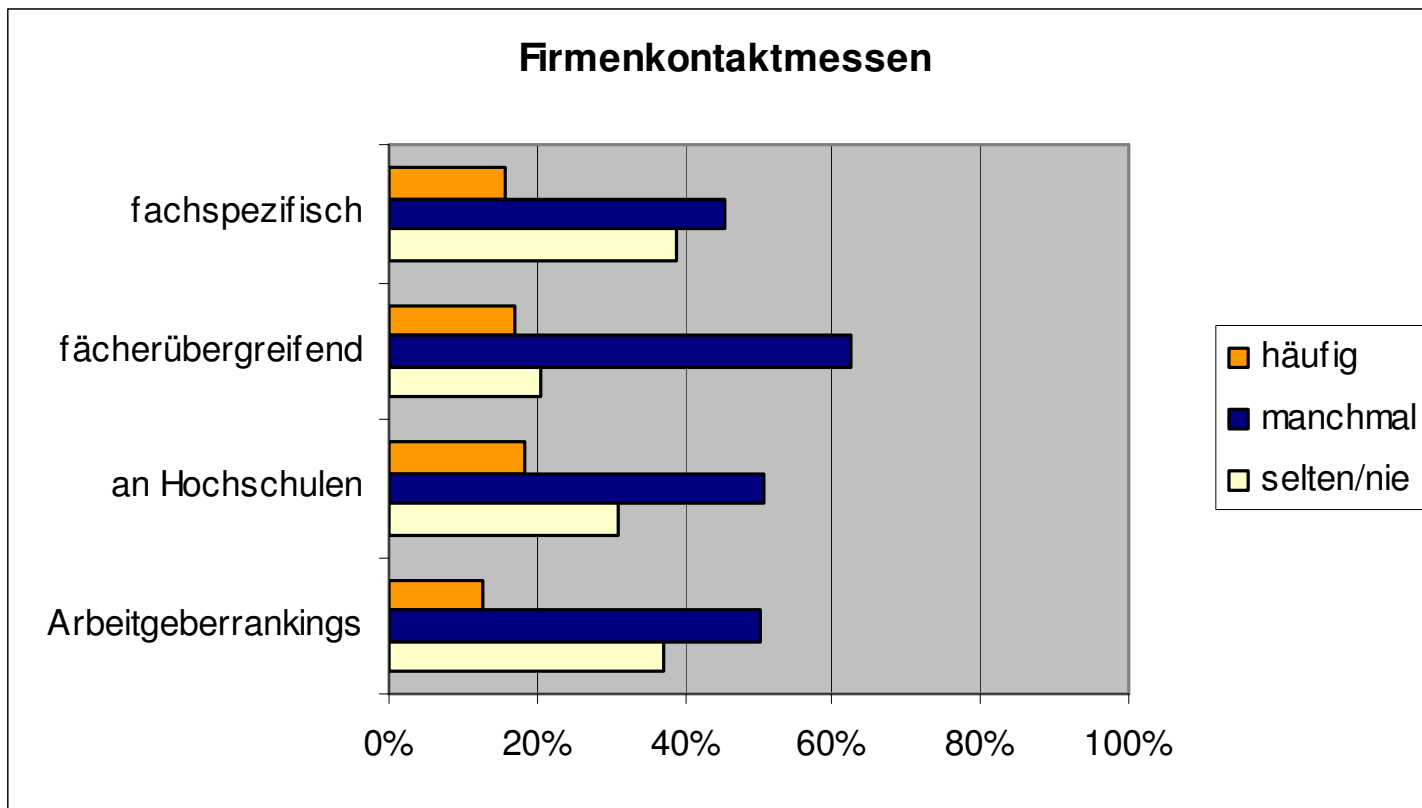
Frage 10: Wie informieren Sie sich über potentielle Arbeitgeber?



Frage 10: Wie informieren Sie sich über potentielle Arbeitgeber?



Frage 10: Wie informieren Sie sich über potentielle Arbeitgeber?



Frage 10: Wie informieren Sie sich über potentielle Arbeitgeber?

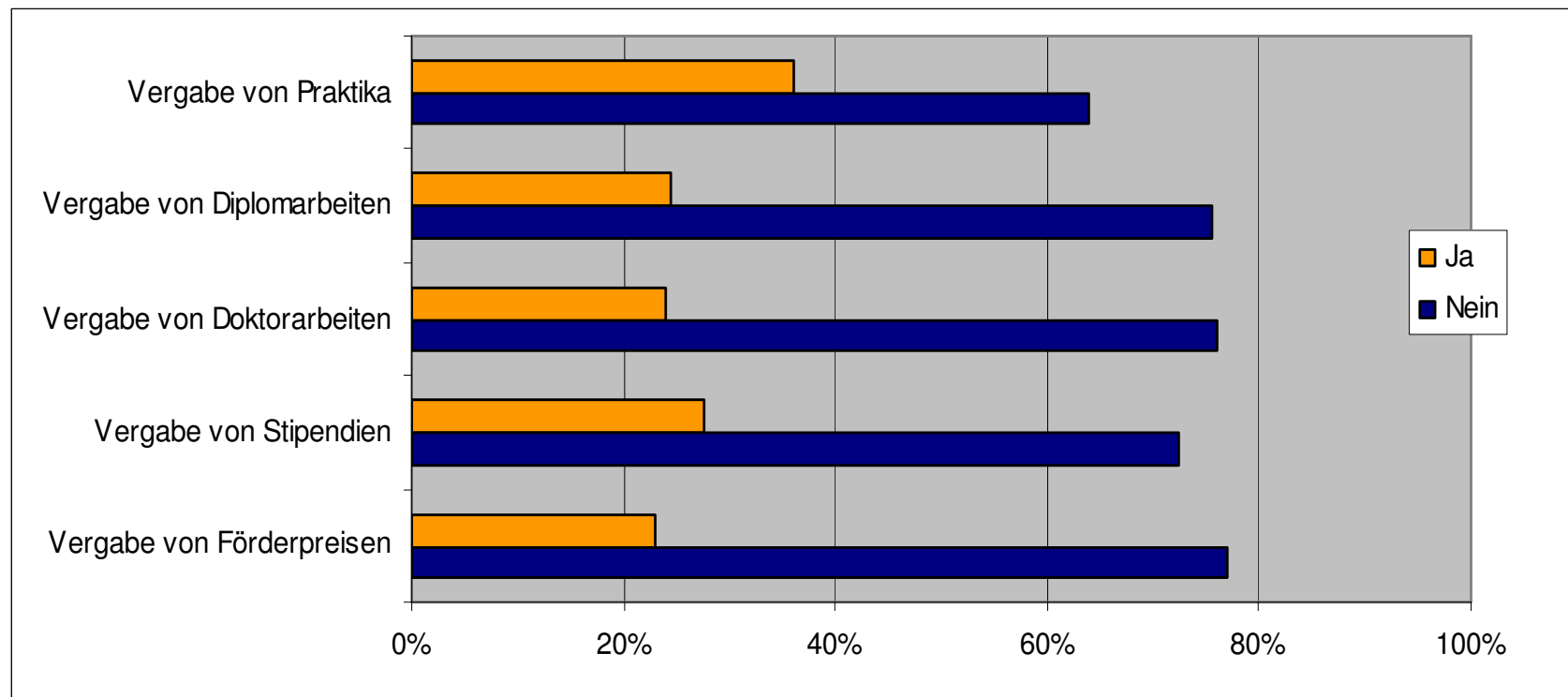
	häufig	manchmal	selten/nie
Medien			
Stellenanzeigen	42,50%	42,68%	14,82%
Imageanzeigen	14,26%	52,29%	33,46%
Spots in Film/Funk/Fernsehen	6,38%	38,62%	55,01%
Tages- und Fachpresse	41,08%	49,73%	9,19%
Internet-Nutzung			
Stellenanzeigen in Jobbörsen	80,22%	17,27%	2,52%
Firmen-Homepage	84,44%	15,03%	0,54%
Imageanzeigen im Internet	22,39%	47,52%	30,09%
Firmenkontaktmessen			
fachspezifisch	15,74%	45,22%	39,04%
fächerübergreifend	16,91%	62,64%	20,45%
an Hochschulen	18,47%	50,56%	30,97%
Arbeitgeberrankings	12,64%	50,19%	37,17%

Frage 10: Wie informieren Sie sich über potentielle Arbeitgeber?

- » Stellenanzeigen (43 Prozent) und die Tages- und Fachpresse (41 Prozent) werden von Absolventen für Informationen über potentielle Arbeitgeber am häufigsten genutzt. Das zeigt, dass neben dem klassischen Schalten von Stellenanzeigen die Pressearbeit für das Employer Branding von Unternehmen sehr wichtig ist - wichtiger sogar als die klassische Werbung mittels Imageanzeigen (14 Prozent). Darüber hinaus wird deutlich: Die Mischung macht's. Anstatt sich auf ein Instrument zu verlassen, ist ein Mix aus verschiedenen Tools Erfolg versprechend.
- » Im Internet informieren sich die Absolventen vorzugsweise mittels Stellenanzeigen (80 Prozent) und Firmen-Homepages (84 Prozent). Imageanzeigen im Internet sind dagegen weniger von Belang (22 Prozent).
- » Firmenkontaktmessen besuchen Absolventen nur gelegentlich: Durchschnittlich rund die Hälfte der Befragten gibt an, sich dort manchmal über ihre Wunschunternehmen zu informieren. Zwischen 15 und 20 Prozent besuchen Firmenkontaktmessen häufig.
- » Überschätzt scheinen Arbeitgeberrankings zu sein: Nur ein Fünftel der Absolventen nutzt diese häufig als Informationsquelle. Anstatt auf Umfragen und Rankings zu vertrauen, informieren sich die jungen Menschen offenbar lieber selbst und bilden sich so eine eigene Meinung. Ein professionelles ganzheitliches Employer Branding ist daher besonders wichtig.

11. An welchen Angeboten
potentieller Arbeitgeber hätten
Sie Interesse?

Frage 11: An welchen Angeboten potentieller Arbeitgeber hätten Sie Interesse?



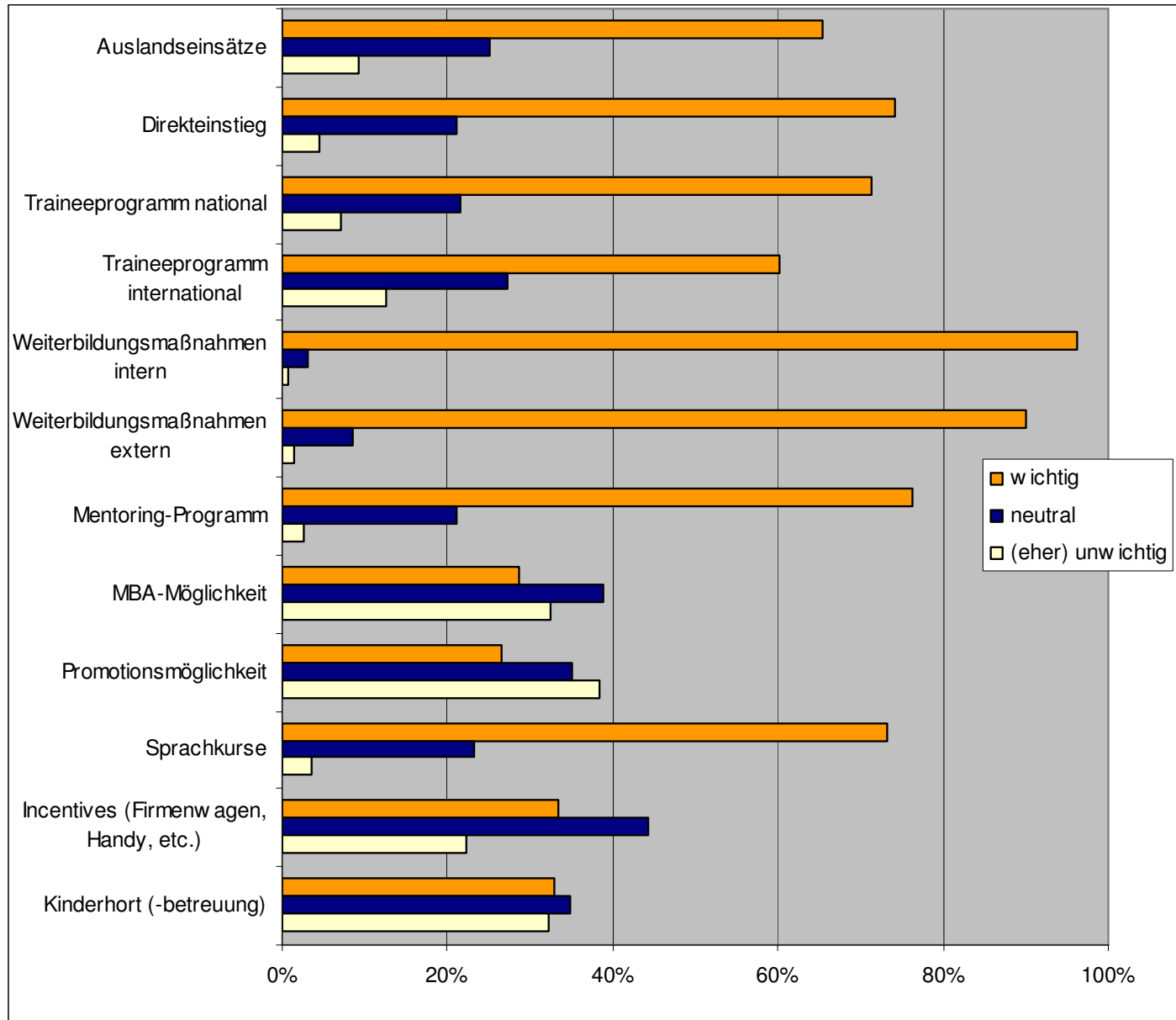
Frage 11: An welchen Angeboten potentieller Arbeitgeber hätten Sie Interesse?

	Ja	Nein
Vergabe von Praktika	36,16%	63,84%
Vergabe von Diplomarbeiten	24,49%	75,51%
Vergabe von Doktorarbeiten	24,02%	75,98%
Vergabe von Stipendien	27,60%	72,40%
Vergabe von Förderpreisen	23,11%	76,89%

- » Auf die Vergabe von Praktika, Diplom- und Doktorarbeiten, Stipendien und Förderpreisen legt nur eine Minderheit der Absolventen Wert: Zwischen 64 und 77 Prozent haben kein Interesse an solchen Angeboten der Unternehmen.

12. Wie wichtig sind Ihnen die folgenden Maßnahmen der Personalentwicklung, die Ihnen ein Unternehmen bieten kann?

Frage 12: Wie wichtig sind Ihnen die folgenden Maßnahmen der Personalentwicklung, die Ihnen ein Unternehmen bieten kann?



Frage 12: Wie wichtig sind Ihnen die folgenden Maßnahmen der Personalentwicklung, die Ihnen ein Unternehmen bieten kann?

	wichtig	neutral	(eher) unwichtig
Auslandseinsätze	65,47%	25,22%	9,30%
Direkteinstieg	74,27%	21,17%	4,56%
Traineeprogramm national	71,38%	21,56%	7,06%
Traineeprogramm international	60,15%	27,19%	12,66%
Weiterbildungsmaßnahmen intern	96,23%	3,05%	0,72%
Weiterbildungsmaßnahmen extern	90,14%	8,42%	1,43%
Mentoring-Programm	76,33%	21,10%	2,57%
MBA-Möglichkeit	28,78%	38,80%	32,42%
Promotionsmöglichkeit	26,46%	35,04%	38,50%
Sprachkurse	73,24%	23,15%	3,62%
Incentives (Firmenwagen, Handy, etc.)	33,39%	44,22%	22,38%
Kinderhort (-betreuung)	32,97%	34,78%	32,25%

Frage 12: Wie wichtig sind Ihnen die folgenden Maßnahmen der Personalentwicklung, die Ihnen ein Unternehmen bieten kann?

- » Heutige Absolventen haben das Prinzip des lebenslangen Lernens offenbar verinnerlicht: Mehr als 90 Prozent der Befragten sind interne und externe Weiterbildungsmaßnahmen wichtig, wenn man sie nach den gewünschten Instrumenten der Personalentwicklung fragt. Auch auf Sprachkurse legen sie besonderen Wert (73 Prozent).
- » Formale Weiterbildung ist den Absolventen aber offenbar weniger wichtig: Die Möglichkeit, einen MBA oder einen Dokortitel zu erlangen, wünschen sich nur rund ein Viertel von ihnen.
- » Die Befragten wollen ohne den „Umweg“ Praktikum ins Unternehmen einsteigen (Direkteinstieg: 74 Prozent) und dabei an die Hand genommen werden (Mentoring-Programm: 76 Prozent).
- » Die relative Zurückhaltung bezüglich des Arbeitens im Ausland zeigt sich auch hier: Während 71 Prozent ein nationales Traineeprogramm für wünschenswert erachten, tun dies nur 60 Prozent, wenn es international ausgerichtet ist. Auch Auslandseinsätze sind mit 65 Prozent weniger gefragt.
- » Incentives wie Firmenwagen oder Handy und Kinderbetreuung nehmen eine Platz weiter hinten auf der Prioritätenliste der Befragten ein. Rund einem Drittel sind diese Angebote wichtig.

Kontakt

Für Rückfragen stehen wir gerne zur Verfügung:

Kienbaum Consultants International GmbH

Ahlefelder Straße 47

51645 Gummersbach

Ansprechpartner:

Erik Bethkenhagen

Telefon: +49 (22 61) 7 03 – 5 79

Telefax: +49 (22 61) 7 03 – 6 39

Email: erik.bethkenhagen@kienbaum.de

www.kienbaum.de