



trendence
Absolventenbarometer | **2009**

trendence Absolventenbarometer 2009
– Business & Engineering Edition

Abstract

Die Studie

Das Berliner trendence Institut befragte auch in diesem Jahr rund 25.000 examensnahe Studierende und Absolventen nach ihren Einstellungen bezüglich der beruflichen Zukunft, Karrierezielen und ermittelte die attraktivsten Arbeitgeber in dieser gefragten Zielgruppe. Das trendence Absolventenbarometer 2009 mit den vier Editionen Business, Engineering, Law sowie IT ist die größte Umfrage ihrer Art in Deutschland. Die Ergebnisse der Editionen Business und Engineering (rund 18.000 Teilnehmer) liegen nun vor.

Methode

- » Die Feldphase fand von Februar bis Juni 2009 statt.
- » Die Ergebnisse basieren auf Antworten von 9.159 Wirtschaftswissenschaftlern sowie 8.631 Ingenieurwissenschaftlern.
- » Die Teilnehmer der Studie wurden von den 109 kooperierenden Hochschulen per Brief eingeladen. Die Umfrage fand per anonymisiertem, passwortgeschütztem Onlinefragebogen statt. Eine Mehrfachteilnahme oder das Ausfüllen des Online-Fragebogens durch unberechtigte Personen wurde so verhindert.

Erstveröffentlichung

manager magazin
Wirtschaft aus erster Hand

Heft 09/09

Erscheinungsdatum: 21. August 2009

„Karriere 2009 – es geht doch“; Seite 96

Weitere Veröffentlichungen: manager magazin Online(20.08.2009) sowie Spiegel Online (21.08.2009).

Überblick

Der Arbeitsmarkt für den akademischen Nachwuchs wird von vielfältigen Faktoren beeinflusst. Diese Veränderungen spiegeln sich auch im trendence Absolventenbarometer wider. In diesem Jahr etwa sind die Auswirkungen der Wirtschaftskrise in den Ergebnissen deutlich ablesbar. So unterliegt zum Beispiel das Ranking der attraktivsten Arbeitgeber Deutschlands – das als ein wichtiger Indikator für die Stärke der Employer Brand eines Unternehmens gesehen werden kann – signifikanten Veränderungen, die auch mit dem Selbstverständnis der Studierenden eng verknüpft sind.

Die Ergebnisse der Studie werden Unternehmen, Hochschulen und Studierenden zugänglich gemacht sowie in verschiedenen Medien veröffentlicht. Absolventen und Studierenden werden die Studienergebnisse in Form des Karrierebuchs „Deutschlands 100 Top-Arbeitgeber“ und der Website deutschlands100.de zur Verfügung gestellt.

Deutschlands 100

Business Edition – Auszug

Rang 2009	Top-Arbeitgeber 2009	2009%	Rang 2008
1	Deutsche Lufthansa AG	8,1%	5
2	AUDI AG	8,0%	3
2	Porsche AG	8,0%	1
4	BMW Group	7,6%	2
5	Deutsche Bank AG	6,5%	9
5	KPMG	6,5%	7
7	Auswärtiges Amt	6,4%	13
8	Ernst & Young AG WPG StBG	6,2%	6
9	adidas AG	6,1%	8
10	PricewaterhouseCoopers	5,8%	4
11	McKinsey & Company	5,5%	12
12	L'Oréal Deutschland	4,6%	15
13	Siemens AG	4,5%	11
14	Daimler AG	4,4%	10
14	Procter & Gamble (inkl. Wella, Gillette, Braun)	4,4%	16
16	BCG The Boston Consulting Group	4,3%	14
17	Google	3,9%	20
17	Volkswagen AG	3,9%	21
19	Coca-Cola	3,8%	24
20	Robert Bosch GmbH	3,7%	16

Engineering Edition – Auszug

Rang 2009	Top-Arbeitgeber 2009	2009%	Rang 2008
1	AUDI AG	16,1%	1
2	Porsche AG	12,3%	2
3	BMW Group	11,9%	3
4	Siemens AG	11,2%	4
5	Daimler AG	8,4%	5
6	Robert Bosch GmbH	7,5%	7
7	EADS	7,2%	6
8	Fraunhofer-Gesellschaft	6,8%	9
9	Lufthansa Technik AG	6,5%	10
10	Volkswagen AG	5,9%	8
11	Deutsches Zentrum für Luft- und Raumfahrt e.V.	5,0%	13
12	BASF SE	4,9%	12
13	E.ON	4,4%	13
13	ThyssenKrupp AG (Konzern)	4,4%	11
15	SolarWorld AG	3,8%	
16	Bayer	3,7%	16
17	Bosch Rexroth AG	3,3%	15
17	MTU Aero Engines GmbH	3,3%	
19	Max-Planck-Gesellschaft	3,2%	19
20	MAN Gruppe	3,1%	17

Arbeitszeit und Gehalt

Business Edition

	2009	2008
Erwartete Wochenarbeitszeit	47,0	46,5
Erwartetes Jahresgehalt (in tausend Euro)	42,2	42,7

Engineering Edition

	2009	2008
Erwartete Wochenarbeitszeit	44,1	44,0
Erwartetes Jahresgehalt (in tausend Euro)	43,8	44,5

Angehende BWLer erwarten ein Einstiegsgehalt von 42.200 €, rund 500 € weniger als im Vorjahr. Gleichzeitig gehen sie davon aus, mit einer Wochenarbeitszeit von 47 Stunden 30 Minuten länger am Arbeitsplatz zu verbringen als noch 2008. Zum Vergleich: Bei den angehenden Ingenieuren sanken die Gehaltserwartungen um 700 € auf 43.800 €. Sie gehen

davon aus mit 44,1 Wochenstunden am Arbeitsplatz lediglich 0,1 Stunden mehr zu arbeiten als im Vorjahr.

High Potentials

High Potentials zieht es zu Unternehmensberatungen. Die sehr guten Studierenden der Business Edition haben eine eindeutige Präferenz: McKinsey & Company ist der absolute Traumarbeitgeber der High Potentials unter den Studierenden. BCG The Boston Consulting Group folgt auf Platz zwei, Bain & Company auf Platz 16 und Roland Berger Strategy Consultants an 21. Stelle. Im Vergleich zum Vorjahr konnten Strategieberatungen jedoch ihre Position nicht ausbauen. Etwas anders sieht es bei den High Potentials der Engineering Edition aus: Zwar befinden sich auch hier McKinsey & Company (Platz sieben) und BCG The Boston Consulting Group (Platz 12) weit oben auf dem Wunschzettel der Befragten, ganz vorne liegen jedoch Audi, Bosch und BMW.

Absolventen-Sorgen und Work-Life-Balance in der Wirtschaftskrise

Die Wirtschaftskrise ist auch bei den Absolventen angekommen, die durchaus besorgter in ihre berufliche Zukunft sehen als noch im vergangenen Jahr. So machen sich unter den angehenden Ingenieuren 33 Prozent Sorgen um ihre berufliche Zukunft, über sechs Prozent mehr als 2008. Unter den BWLern sind es mit 47,5 Prozent fast zehn Prozent mehr im Vorjahresvergleich.

Fast zwei Drittel der Wirtschaftswissenschaftler glauben, dass es in diesem Jahr schwierig sein wird, einen Arbeitsplatz zu finden. 2008 hatten dieser Aussage nur gut 26 Prozent zugestimmt. Ähnlich sieht es bei den angehenden Ingenieuren aus: Sahen 2008 nur rund 12 Prozent Probleme darin, eine geeignete Arbeitsstelle zu finden, sind es 2009 über 51 Prozent.

Und dennoch: Das Bedürfnis nach Work-Life-Balance steigt. Rund fünf Prozent (Business) beziehungsweise vier Prozent (Engineering) weniger der Befragten als im vergangenen Jahr sind bereit, ihr Privatleben in den nächsten Jahren zu Gunsten ihrer Karriere zurückzustellen. Auch wird es den Absolventen wichtiger, in einem glaubhaft auftretenden Unternehmen anzuheuern.

Weitere Themenbereiche

Neben den vorgestellten Themenbereichen gibt das trendence Absolventenbarometer 2009 – Business und Engineering Edition unter anderem Antworten auf folgende Fragen:

» Employer Brands

Wie bekannt, attraktiv bzw. top-attraktiv sind einzelne Unternehmen? Welche Eigenschaften bewirken den großen bzw. weniger großen Erfolg von Employer Brands?

» Hochschulen

Wie attraktiv und erfolgreich ist die Arbeit von Arbeitgebermarken an Hochschulen?

» Kommunikation

Welche Medien eignen sich zur Durchführung effizienter Personalmarketing-Kampagnen? Welche Bedeutung spielen Personalmarketing-Kampagnen bei der Steigerung der Arbeitgeberattraktivität?

» Absolventen

Welche Kriterien motivieren die Arbeitgeberwahl? Welche beruflichen Ziele haben Absolventen? Welche Qualifikationen und persönlichen Stärken zeichnen die Absolventen aus? Welche Meinungen und Einstellungen herrschen unter Absolventen?

Neben der Business und Engineering Edition veröffentlichen wir in unserer Studienreihe trendence Absolventenbarometer eine Law sowie eine IT Edition. Darüber hinaus stehen in der Studie trendence Graduate Barometer Daten auf europäischer Ebene aus 22 Ländern zur Verfügung.

Über trendence

trendence, Europas führendes Forschungsinstitut im Bereich Employer Branding, Personalmarketing und Recruiting, ist ein Unternehmen der Group GTI. Die Ergebnisse der trendence Studien nutzen Arbeitgeber und Universitäten, um mehr über die Studenten zu erfahren. Dabei bilden die Daten eine wichtige Verbindung zwischen dem Hochschulwesen und dem Arbeitsmarkt.

trendence befragt jährlich über 260.000 Schüler, Studenten und Young Professionals in ganz Europa, China, Singapur und Malaysia, um Informationen über ihre Erwartungen und ihr Entscheidungsverhalten in Bezug auf ihre Wunscharbeitgeber und ihre Karrierewahl zu erhalten.

Die Ergebnisse dieser Studien unterstützen die Personalabteilungen in Unternehmen bei wichtigen Entscheidungen bezüglich ihrer Recruiting- und Marketingstrategien, indem sie maßgebliche Informationen über potenzielle Arbeitnehmer liefern. Gleichzeitig ermöglichen die Ergebnisse den Hochschulen, ihre Leistung einzuschätzen.

trendence führt Barometerstudien in 22 europäischen Ländern durch, hierzu gehören neben dem trendence Absolventenbarometer, „Das Schweizer Absolventenbarometer“ und in Frankreich „Le Baromètre Etudiants“. Des Weiteren bietet trendence auf Kunden speziell zugeschnittene Studien an. Ein Beispiel hierfür ist der AGR's Graduate Recruitment Review, den trendence zwei Mal jährlich für die britische Association of Graduate Recruiters erstellt.

Tel.: +49 30 259 29 88-0 | Fax: +49 30 259 29 88-901

www.trendence.com | www.deutschlands100.de

Kontakt

Gesa Bartels
Manager PR & Marketing
Phone +49 30 259 29 88-207
Fax +49 30 259 29 88-902
gesa.bartels@trendence.com

Katrin Posern
Customer Relations Executive
Phone +49 30 259 29 88-210
Fax +49 30 259 29 88-902
katrin.posern@trendence.com