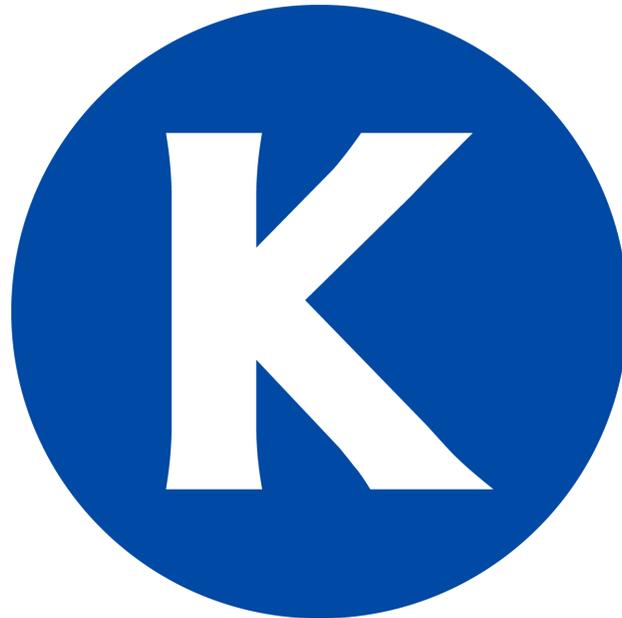


Absolventenstudie 2015 | 2016

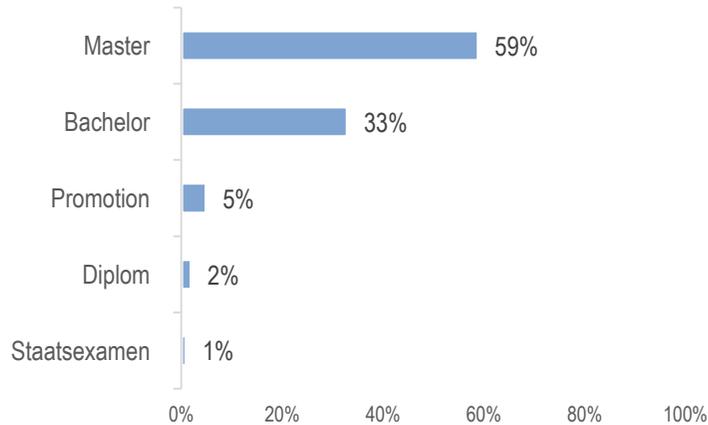
Ergebnisbericht



Einleitung und Methodik

- » Die Absolventenstudie wurde erstmalig im Jahr 2007 durchgeführt. Die Daten der diesjährigen Studie wurden auf dem Absolventenkongress am 26. und 27. November 2015 in Köln zum achten Mal erhoben.
- » Den Teilnehmern wurde ein Fragebogen in Papierform ausgehändigt, welchen sie schriftlich vor Ort beantworten konnten.
- » Die Teilnehmer wurden zu folgenden Themen befragt:
 - Kriterien bei der Arbeitgeberwahl
 - Merkmale eines Arbeitgebers
 - Bevorzugter Fachbereich im Berufseinstieg
 - Einstiegspräferenzen
 - Informationsverhalten
 - Wo werden Informationen gesucht?
 - Welche Informationen sind Absolventen wichtig?
 - Wie können Kanäle zur Bewerberansprache aus Sicht der Absolventen verbessert werden?

Merkmale der Studienteilnehmer



- » An der Befragung haben 313 Absolventen teilgenommen. Davon waren 50,2% weiblich und 49,8% männlich.
- » Der Großteil der Absolventen strebte einen Masterabschluss an, gefolgt vom Bachelorabschluss. Im Vergleich zum Vorjahr ist ein geringer Anstieg zu verzeichnen. Während der Anteil der Diplomstudenten gesunken ist, blieb der Anteil an Promovierenden stabil.
- » Der Großteil der Teilnehmer gehörte auch dieses Jahr der Fachrichtung Wirtschaftswissenschaften an (47,7%). Darauf folgen die Ingenieurwissenschaften (15%) und die Geistes- und Sozialwissenschaften (9,6%).
- » In der Kategorie „Sonstige“ sind vornehmlich Studenten aus interdisziplinären Studiengängen wie Gesundheitsmanagement oder Wirtschaftspädagogik und -psychologie zu finden.

Es reizt mich...

Unterschiede nach Geschlechtern

| | Total | männlich | weiblich |
|---|-------|----------|----------|
| mich weiterzuentwickeln | 1 | 1 | 1 |
| fachlich anspruchsvolle Aufgaben zu haben | 2 | 2 | 2 |
| Anerkennung meiner Leistungen von meinem Vorgesetzten zu erhalten | 3 | 2 | 3 |
| etwas zu verändern und zu gestalten | 4 | 3 | 4 |
| das Gefühl zu haben, gebraucht zu werden und anderen helfen zu können | 5 | 3 | 6 |
| neue Kontakte zu knüpfen und auf andere zuzugehen | 6 | 4 | 5 |
| Karriere zu machen | 7 | 6 | 5 |
| ein hohes Gehalt zu beziehen | 8 | 7 | 7 |
| Führungs- und Organisationsaufgaben zu übernehmen | 8 | 5 | 8 |
| Anerkennung meiner Leistungen durch meine Kollegen zu erhalten | 9 | 6 | 8 |
| mich besser kennenzulernen | 10 | 10 | 9 |
| einen hohen Lebensstil zu erreichen | 11 | 8 | 11 |
| kreative Wege zu gehen, um neue Produkte/Dienstleistungen zu entwickeln | 11 | 9 | 10 |
| Einfluss auf andere auszuüben | 12 | 11 | 12 |
| mich mit den Leistungen anderer zu messen | 13 | 12 | 13 |

- » In erster Linie geht es den Teilnehmern um die persönliche Weiterentwicklung, anspruchsvolle Aufgaben und die Anerkennung der Leistung.
- » Die Geschlechter unterscheiden sich kaum voneinander in den einzelnen Kategorien. Lediglich im Mittelfeld gibt es geringfügige Unterschiede.

Es reizt mich...

Unterschiede nach Fachrichtungen

| | Wirtschaft und Recht | Technische Fachrichtungen | Geistes- und Sozialwissenschaften |
|---|----------------------|---------------------------|-----------------------------------|
| mich weiterzuentwickeln | 1 | 1 | 1 |
| Anerkennung meiner Leistungen von meinem Vorgesetzten zu erhalten | 2 | 3 | 2 |
| fachlich anspruchsvolle Aufgaben zu haben | 2 | 1 | 3 |
| etwas zu verändern und zu gestalten | 3 | 2 | 3 |
| das Gefühl zu haben, gebraucht zu werden und anderen helfen zu können | 4 | 5 | 4 |
| neue Kontakte zu knüpfen und auf andere zuzugehen | 5 | 4 | 6 |
| ein hohes Gehalt zu beziehen | 6 | 6 | 7 |
| Anerkennung meiner Leistungen durch meine Kollegen zu erhalten | 6 | 6 | 8 |
| Karriere zu machen | 7 | 4 | 6 |
| Führungs- und Organisationsaufgaben zu übernehmen | 7 | 5 | 9 |
| mich besser kennenzulernen | 8 | 7 | 11 |
| einen hohen Lebensstil zu erreichen | 9 | 9 | 10 |
| kreative Wege zu gehen, um neue Produkte/Dienstleistungen zu entwickeln | 10 | 8 | 5 |
| Einfluss auf andere auszuüben | 11 | 10 | 12 |
| mich mit den Leistungen anderer zu messen | 12 | 11 | 13 |

» Die Unterschiede zwischen den Fachrichtungen sind deutlich größer als zwischen den Geschlechtern.

Präferenzen von Absolventen

Was ist Absolventen wichtig?



- » Absolventen ist es bei der Arbeitgeberwahl wichtig, sozial und finanziell abgesichert zu sein. So wünscht sich der Großteil eine kollegiale Arbeitsatmosphäre und gute Work-Life-Balance sowie Arbeitsplatzsicherheit und angemessene Bezahlung.
- » Zweitrangig sind hingegen Unternehmensaspekte, die sich aus den wirtschaftlichen Erfolgen des Unternehmens schließen lassen. Dazu zählen die Bekanntheit der Marke, Größe des Unternehmens und Zusatzleistungen.
- » Dies lässt darauf schließen, dass die Leistungen des Unternehmens für den Arbeitnehmer die Arbeitgeberwahl der Absolventen maßgeblich beeinflusst.

Präferenzen von Absolventen

Unterschiede nach Geschlechtern

| | Männlich | Weiblich |
|---|----------|----------|
| Work-Life-Balance | 56% | 59% |
| Bezahlung | 54% | 44% |
| Kollegiale Arbeitsatmosphäre | 54% | 67% |
| Karrieremöglichkeiten | 51% | 49% |
| Arbeitsplatzsicherheit | 49% | 51% |
| Weiterbildungsmöglichkeiten | 42% | 53% |
| Internationalität (Kunden, Projekte) | 29% | 39% |
| Kreativität & Innovation | 26% | 25% |
| Qualität des Führungsstils | 23% | 32% |
| Standort nah am Wohnort | 22% | 23% |
| Werte des Unternehmens | 22% | 22% |
| Beständigkeit des Unternehmens | 19% | 27% |
| Flache Hierarchien | 19% | 15% |
| Zusatzleistungen (z.B. Boni, Firmenwagen) | 17% | 3% |
| Großunternehmen | 11% | 6% |
| Ethisches Handeln des Unternehmens | 10% | 14% |
| Bekannte Marke | 9% | 7% |
| Mittelstand/Inhabergeführt | 8% | 6% |
| Soziales Engagement des Unternehmens | 8% | 9% |
| Standort in Ballungsgebiet | 6% | 10% |

» Die Arbeitgeberpräferenzen weisen deutliche Unterschiede auf.

Präferenzen von Absolventen

Unterschiede nach Fachrichtungen

| | Wirtschaft und Recht | Technische Fachrichtungen | Geistes- und Sozialwissenschaften |
|---|----------------------|---------------------------|-----------------------------------|
| Work-Life-Balance | 60% | 58% | 52% |
| Kollegiale Arbeitsatmosphäre | 58% | 64% | 62% |
| Arbeitsplatzsicherheit | 51% | 38% | 54% |
| Karrieremöglichkeiten | 51% | 51% | 43% |
| Bezahlung | 50% | 45% | 51% |
| Weiterbildungsmöglichkeiten | 45% | 58% | 42% |
| Internationalität (Kunden, Projekte) | 40% | 36% | 24% |
| Beständigkeit des Unternehmens | 23% | 18% | 25% |
| Qualität des Führungsstils | 22% | 33% | 33% |
| Standort nah am Wohnort | 22% | 18% | 25% |
| Kreativität & Innovation | 19% | 29% | 33% |
| Werte des Unternehmens | 19% | 24% | 24% |
| Flache Hierarchien | 17% | 25% | 10% |
| Zusatzleistungen (z.B. Boni, Firmenwagen) | 12% | 7% | 11% |
| Großunternehmen | 10% | 0% | 11% |
| Bekannte Marke | 9% | 9% | 6% |
| Standort in Ballungsgebiet | 9% | 11% | 5% |
| Mittelstand/Inhabergeführt | 8% | 5% | 8% |
| Ethisches Handeln des Unternehmens | 8% | 22% | 11% |
| Soziales Engagement des Unternehmens | 6% | 13% | 8% |

» Auch nach Fachrichtungen gibt es Unterschiede in den Arbeitgeberpräferenzen.

Präferenzen von Absolventen

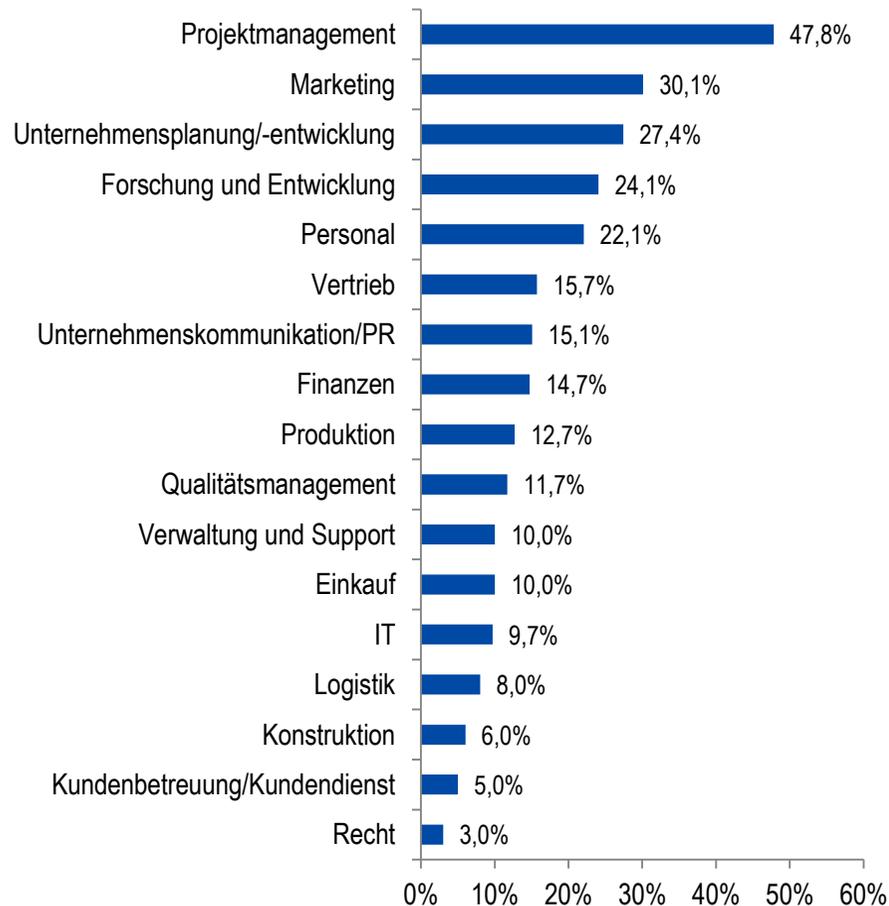
Unterschiede nach Beziehungsstatus

| | Single | In einer festen Beziehung | Verheiratet |
|---|--------|---------------------------|-------------|
| Kollegiale Arbeitsatmosphäre | 43% | 77% | 67% |
| Work-Life-Balance | 41% | 72% | 67% |
| Arbeitsplatzsicherheit | 36% | 62% | 61% |
| Weiterbildungsmöglichkeiten | 34% | 58% | 56% |
| Karrieremöglichkeiten | 33% | 67% | 44% |
| Bezahlung | 29% | 71% | 50% |
| Internationalität (Kunden, Projekte) | 29% | 33% | 28% |
| Qualität des Führungsstils | 19% | 37% | 33% |
| Kreativität & Innovation | 18% | 36% | 17% |
| Beständigkeit des Unternehmens | 16% | 32% | 11% |
| Flache Hierarchien | 16% | 17% | 6% |
| Werte des Unternehmens | 16% | 27% | 28% |
| Standort nah am Wohnort | 12% | 36% | 33% |
| Ethisches Handeln des Unternehmens | 11% | 11% | 11% |
| Zusatzleistungen (z.B. Boni, Firmenwagen) | 10% | 7% | 6% |
| Bekannte Marke | 8% | 7% | 6% |
| Soziales Engagement des Unternehmens | 6% | 9% | 22% |
| Standort in Ballungsgebiet | 6% | 9% | 6% |
| Großunternehmen | 6% | 11% | 6% |
| Mittelstand/Inhabergeführt | 3% | 14% | k.A. |

» Die größten Unterschiede sind in der Abhängigkeit vom Beziehungsstatus zu finden.

Interessen von Absolventen

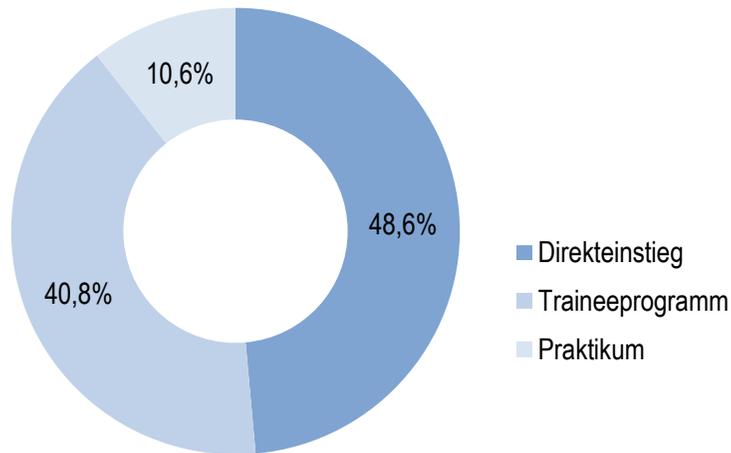
In welchem Bereich wollen Absolventen arbeiten?



- » Das Projektmanagement sowie die Unternehmensplanung/-entwicklung und das Marketing sind für Absolventen die interessantesten Bereiche. Diese Bereiche zeichnen sich durch abwechslungsreiche Tätigkeiten aus.
- » Bereiche mit vorwiegend statischen Aufgaben wie Verwaltung, Finanzen und Vertrieb finden sich im Mittelfeld.
- » Andere Bereiche wie Konstruktion, Recht und IT finden sich im unteren Spektrum. Es ist jedoch möglich, dass dies aus der Überrepräsentation der Wirtschaftswissenschaftler resultiert.

Interessen von Absolventen

Wie wollen sie in den Beruf einsteigen?



- » Der Direkteinstieg ist der am meisten angestrebte Berufseinstieg, unabhängig vom Geschlecht und der gewählten Fachrichtung.
- » Der Wunsch über ein Traineeprogramm in den Beruf einzusteigen ist im Gegensatz zum Vorjahr um 5,2 pp. gesunken. Mit 40,8% bleibt das Traineeprogramm eine interessante Einstiegsmöglichkeit für Absolventen. Dabei interessieren sich Frauen (55%) häufiger für diese Option als Männer (45%).
- » Der Einstieg in den Beruf über das Praktikum wird nur von 10,6% gewünscht. Wie auch bei dem Traineeprogramm entscheiden sich Frauen häufiger für diese Option als Männer. Geistes- und Sozialwissenschaftler wählendiese Variante des Einstiegs häufiger als Vertreter der anderen Fachrichtungen.

Informationsverhalten

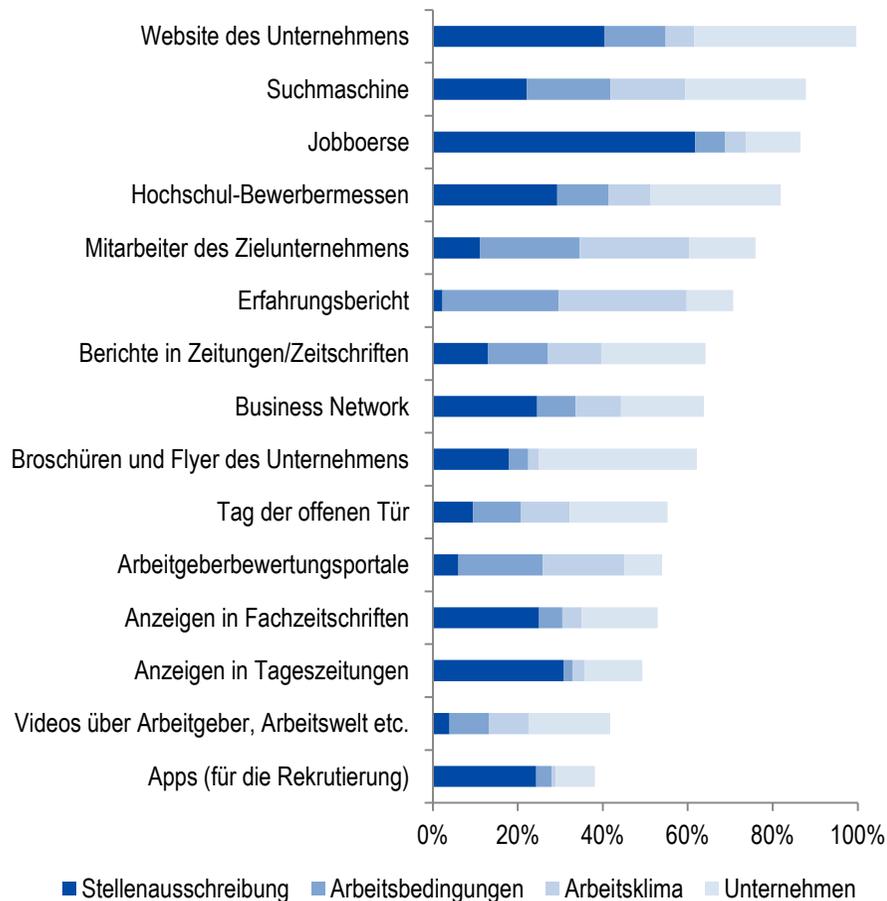
Welche Informationen bzgl. des Arbeitgebers sind Absolventen wichtig?

Frage: Welche Information ist für Sie am wichtigsten in einer Stellenanzeige?

- » Aufgabenbeschreibung
 - » Gehalt
 - » Ansprechpartner
 - » Anforderungen an die Qualifikation
 - » Klare und authentische Beschreibung der ausgeschriebenen Stelle
 - » Wo wird man eingesetzt? (Standort, Reisebereitschaft)
 - » Zusatzleistungen
 - » Weiterbildungsmöglichkeiten
-
- » Absolventen suchen in Stellenanzeigen vorwiegend nach Informationen, die ihnen Aufschluss darüber geben, ob die Stellenanzeige für sie reizvoll ist.
 - » Es sollten Informationen erhalten sein, die das Aufgabenfeld definieren, „Benefits“ beschreiben und Rahmenbedingungen festlegen.

Informationsverhalten

Wo suchen Absolventen nach Informationen über Arbeitgeber und wofür?



- » Der Großteil der Absolventen nutzt die Webseite des Unternehmens um sich über dieses zu informieren.
- » Informationen über Stellenanzeigen werden größtenteils über die Unternehmenswebsite, Jobbörsen und Anzeigen und Tageszeitungen gesucht.
- » Um sich über Arbeitsbedingungen und Arbeitsklima schlau zu machen, nutzen Absolventen vorwiegend Erfahrungsberichte, Arbeitgeberbewertungsportale (z.B. Kununu) und Mitarbeiter des Unternehmens (z.B. Freunde, Bekannte).
- » Für Informationen über das Unternehmen selbst stehen Unternehmensmedien an erster Stelle (Unternehmenswebsite, Unternehmensbroschüren etc.).

Informationsverhalten

Was würden Absolventen an den aktuellen Kanälen der Bewerberansprache verändern?

- » Personalisierung
 - » Direkte Ansprache des Absolventen
 - » Bewerbung ohne Registrierung
 - » Elektronische Bewerbungsmöglichkeiten
 - » Ein konkretes Portal/ein Kanal für alle Unternehmen
 - » Klar definierte Anforderungen
 - » Sowohl der Wunsch, Anzeigen breiter zu fassen als auch direkt Absolventen mit gewissen Qualifikationen anzusprechen
 - » Einheitliche Bezeichnungen für Stellen über Unternehmensgrenzen hinweg
-
- » Absolventen wünschen sich ein Portal mit klaren, authentischen und einheitlichen Angaben zu Stellenausschreibungen.
 - » Bewerbungsverfahren soll vereinfacht und direkter werden. Wunsch nach Initiative der Unternehmen.

Informationsverhalten

Über welches Medium würden Absolventen gerne angesprochen werden?

- » Business-Netzwerk (vorwiegend XING)
 - » Direktansprache per E-Mail (oder via personalisiertem Newsletter mit den relevanten Jobs)
 - » Online-Medien
 - » App
 - » Telefon/Handy
 - » Direktansprache
 - » Soziale Netzwerke
 - » Hochschule
-
- » Absolventen wünschen sich Medien, die einen direkten Austausch mit den Unternehmen erlauben.
 - » Sie wünschen sich klar definierte Kanäle, die allein der Stellensuche dienen (Messen, Business-Network).
 - » Außerhalb von Messen und Universitäten werden fast ausschließlich Online-Kanäle genannt.
 - » Keine signifikanten Unterschiede nach Geschlecht

Informationsverhalten

Welche Eigenschaften müssen Medien künftig aufweisen?

- » Allgemein:
 - Übersichtlich und klar strukturiert
 - Schnell und aktuell
 - Möglichkeit des beidseitigen Austauschs
 - Personalisiert – Matching mit den persönlichen Interessen
 - Vertrauenswürdig
 - Informativ
- » Stellenausschreibungen:
 - Die Stellen müssen Vergleichbarkeit aufweisen und ehrlich beschrieben sein.
 - Die Stellen sollen aktuell sein.
 - Keine generischen Aussagen
 - Klare Anforderungen, dennoch einen Spielraum lassen
 - Gehaltsangabe
- » Bewerbungsverfahren
 - Einfacher gestalten
 - Schnellere Reaktion
 - Ein Profil, mit dem man sich auf verschiedene Stellen bewerben kann
- » Hier findet sich vor allem der Wunsch, das, was man in der digitalen Welt bereits als Usability kennt, auch bei den arbeitsmarktbezogenen Medien wiederzufinden.
- » In der Zukunft wünschen sich die Teilnehmer Medien, die ein umfassendes/hohes MATCHING ermöglichen.



www.kienbaum.de