



Bild: Beat Märki

Was Hochschulabsolventen in Europa suchen – ein Vergleich

Wer sich im Wettbewerb um die besten Absolventen als ein attraktiver Arbeitgeber positionieren will, muss die Erwartungen und Wünsche der künftigen Berufseinsteiger kennen und seine Personalmarketing-Aktivitäten konsequent danach ausrichten. Das «European Student Barometer 2007» gibt Aufschluss über die Präferenzen.

Rund 40 000 examensnahe Studierende aus 18 europäischen Ländern wurden in dieser Umfrage bereits zum fünften Mal zur Arbeitgeberattraktivität sowie zu ihren Erwartungen an das Berufsleben befragt. Erstmals wurden 2007 auch Studierende aus Österreich, Ungarn, Polen und der Tschechischen Republik in die Stichprobe aufgenommen. Die Studie erscheint jeweils in der Business und in der Engineering Edition, in denen Studierende der Wirtschafts- respektive Technikstudiengänge befragt werden.

Was zeichnet ein attraktives Unternehmen aus Sicht potenzieller Bewerber in Finnland oder Italien aus? Was macht Arbeitgeber-Attraktivität im Einzelnen aus, wie sind deren Merkmale zu

messen und zu bewerten? Welche Erwartungen hegen die Arbeitnehmer von morgen in den einzelnen Ländern in Bezug auf Lohn, Arbeitszeiten oder Arbeitsort? Diese und andere Fragen beantwortet das «European Student Barometer 2007» des Berliner trendence Instituts. Unternehmen, die europaweit agieren und rekrutieren, können aus der Studie entsprechend wichtige Erkenntnisse über Unterschiede in den europäischen Ländern sowie Informationen für ihr Verhalten auf den verschiedenen Bewerbermärkten gewinnen. Und auch ein Bild der Berufserwartungen von Schweizer Studierenden lässt sich auf Grundlage des Barometers zeichnen.

Mit Geld allein sind gut ausgebildete Arbeitskräfte nicht langfristig zu halten. Was aber macht ein Unternehmen für Studierende und Absolventen wirklich attraktiv? Der zu erwartende Lohn, die gebotenen Aufstiegschancen, ein spannendes Arbeitsumfeld oder der prestigereiche Firmename? Die Bedürfnisse und Wünsche, die junge Hochschulabsolventen mitbringen, sind sehr verschieden. Und doch lassen sich einige Gemein-

samkeiten ableiten, die auf Berufseinsteiger in allen europäischen Ländern eine grosse Anziehungskraft ausüben.

Faktoren wie Salär und Aufstiegschancen sind zwar bedeutsam, stehen aber nicht an vorderster Stelle, wenn es um die Attraktivität eines Arbeitgebers geht. Unternehmen sind vor allem dann als Arbeitgeber interessant, wenn sie den neuen Mitarbeitenden eine attraktive Arbeitsaufgabe mit erfüllenden Tätigkeiten bieten können. 95 Prozent der Befragten sehen diesen Faktor als einen wichtigen oder sehr wichtigen Grund der Arbeitgeberwahl. Ebenso wichtig sind für eine grosse Zahl der Studierenden (90 Prozent) hilfsbereite und freundliche Kollegen. Auch die Weiterbildungsmöglichkeiten empfinden sehr viele europäische Studierende (knapp 90 Prozent) als bedeutend.

Auch bei den Schweizer Studierenden stehen die guten Aufstiegsmöglichkeiten erst an vierter Stelle der wichtigsten Gründe für die Arbeitgeberwahl – erst nach der Attraktivität von Arbeitsaufgaben, einem freundlichen Kollegium und Weiterbildungsmöglichkeiten. Am wenig-



Der Autor

Oliver Viel ist Leiter CRM im Berliner trendence Institut, das als Dienstleister auf die Bereiche Personalmarketing und Employer Branding spezialisiert ist.
Kontakt: oliver.viel@trendence.ch

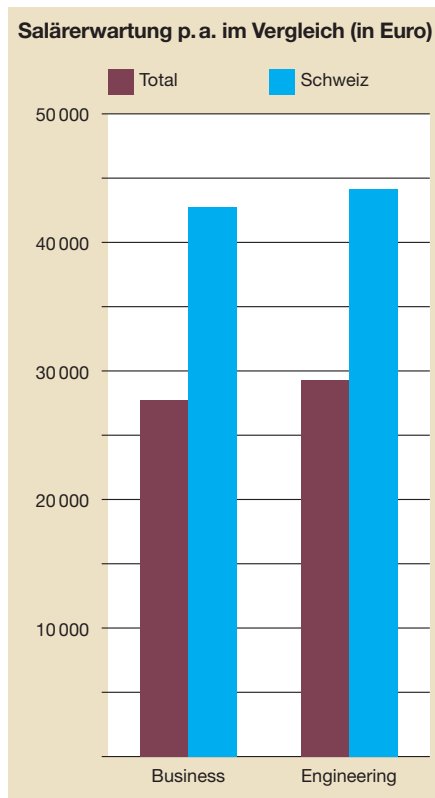
ten entscheidend sind für sie das Einstiegssalär sowie die Frage, ob das Unternehmen soziale Verantwortung übernimmt.

Zum Wunschprofil des idealen Arbeitgebers gehört für die europäischen Studierenden auch eine gute Work-Life-Balance. Rund 87 Prozent denken, dass dies ein wichtiger beziehungsweise sehr wichtiger Faktor bei der Wahl ihres Arbeit-

74 Prozent der Wirtschafts- und 70 Prozent der Technikstudierenden sind an einer Tätigkeit ausserhalb der Schweiz interessiert

gebers ist; in der Schweiz sind es sogar noch etwas mehr. Die Studierenden messen ihrem Privatleben zudem eine hohe Wichtigkeit bei, so dass sie auch angesichts schlechter Jobaussichten eher nicht bereit sind, dieses zurückzustellen.

Bei welchem Unternehmen sie am liebsten arbeiten möchten, darüber sind sich Studierende und Absolventen einig: Platz eins im Ranking der attraktivsten Arbeitgeber nimmt wie bereits im vorangegangenen Jahr L'Oréal ein. Für mehr als 15 Prozent aller Befragten ist der Kosmetikerhersteller ein attraktiver Arbeitgeber – sicher ein Ergebnis der umfangreichen pan-europäischen Rekrutierungsaktivitäten des Unternehmens. Bei den Studierenden und Absolventen der Wirtschaftswissenschaften ist zudem eine gestiegene Attraktivität der Wirtschaftsprüfungsgesellschaften zu verzeichnen: PricewaterhouseCoopers ist auf Platz zwei (13,8 Prozent), Ernst & Young auf Platz vier (13,4 Prozent) und Deloitte auf Platz 9 (11,2 Prozent) der Rangliste zu finden.



Langfristig gesehen haben vor allem Handelsunternehmen und Konsumgüterhersteller bei den angehenden Wirtschaftswissenschaftlern stark an Attraktivität gewonnen. Beispielsweise sind die Unternehmen Coca-Cola und Adidas in den letzten fünf Jahren dauerhaft in der Gunst der Studierenden gestiegen. Und mit Nestlé auf Platz 12 (10,1 Prozent) schaffte es auch eine Schweizer Firma unter die Top 20 des Rankings.

Bei den Studierenden der technischen Studiengänge liegt IBM mit 19,5 Prozent an erster Stelle des Rankings der Toparbeitgeber, gefolgt von Microsoft (17,5 Prozent) und BMW (15,1 Prozent). Intel wählten die Befragten auf den fünften Platz (12,9 Prozent) hinter Apple auf Rang vier (14,1 Prozent). ABB kommt auf Platz 19 mit 6,4 Prozent.

Die Ermittlung der Rangliste stützt sich auf ein zweistufiges Verfahren. Zuerst mussten die an der Befragung teilnehmenden Studierenden auf einer Liste mit über 100 europaweit tätigen Unternehmen diejenigen streichen, die sie nicht kennen. Im Anschluss wurden sie gebeten, von den übrig gebliebenen Arbeitgebern jene sechs anzukreuzen, die sie als «attraktiv» bezeichnen. Hierbei handelt es sich um die Unternehmen, bei denen sich die Studierenden am ehesten bewerben würden.

Die beliebtesten Schweizer Unternehmen rangiert das Schweizer Absolventenbarometer, das jährlich im Frühjahr erscheint – ebenfalls in einer Business und in einer Engineering Edition. An der Spitze des Rankings standen 2006 bei den Wirtschaftsstudenten vor allem Unternehmen der Bankenbranche. UBS kommt bei den Studierenden auf knapp 33 Prozent Wertschätzung, auf Platz zwei folgt die Credit Suisse (18,8 Prozent). Nestlé steht – trotz beträchtlichem Abstand zu den zwei Spitzenplätzen – noch bei rund 13 Prozent der Wirtschaftswissenschaftler hoch im Kurs.

Im Schweizer Engineering Ranking steht ABB mit 18,3 Prozent an erster Stelle der Beliebtheitskala, es folgen IBM (14,9 Prozent) und Google (14,6 Prozent), das sich damit schon nach kurzer Zeit auf dem Schweizer Arbeitsmarkt bei den Studierenden etablieren konnte. Ob sich dies auch im kommenden Jahr bestätigen lässt, wird das Schweizer Absolventenbarometer 2008 zeigen, das im nächsten Frühjahr erscheint.

Ihrer beruflichen Zukunft sehen die Studierenden europaweit optimistischer entgegen als in den Vorjahren. Sie schätzen ihre wirtschaftlichen Aussichten positiver ein: Über zwei Drittel der examensnahen Studierenden und Absolventen würden die momentane wirtschaftliche Lage nicht als schlecht bezeichnen und sind der Meinung, dass es nicht schwierig sein wird, nach dem Hochschulabschluss eine Arbeitsstelle zu finden. Auch die Salärvorstellungen der europäischen Absolventen belegen diesen Optimismus. Das Barometer 2007 zeigt, dass schweizerische Hochschulabsolventen ein deutlich höheres Einstiegssalär als ihre europäischen Kommilitonen erwarten. Die befragten Schweizer Wirtschaftswissenschaftler wünschen sich eine Vergütung von EUR 42 801 (ca. CHF 71 300) pro Jahr, die Ingenieure sogar EUR 43 800 (ca. CHF 72 960). Der europäische Durchschnitt liegt bei EUR 27 855 (ca. CHF 46 400) in der Business Edition und bei EUR 29 400 (ca. CHF 48 975) in der Engineering Edition. Am bescheidensten zeigen sich Studierende aus osteuropäischen Ländern. Lediglich EUR 8892 (ca. CHF 14 812) erwarten

beispielsweise die ungarischen Befragten aus den Wirtschaftswissenschaften als Einstiegssalär, mehr als EUR 37 000 weniger als ihre dänischen Kommilitonen (EUR 45 947, ca. CHF 76 540). Auch bei den technischen Studiengängen ist die Spanne der Salärerwartungen sehr breit: von EUR 9100 (ca. CHF 15 160) jährlich bei den ungarischen Studierenden bis zu EUR 45 600 (ca. CHF 75 960) bei den dänischen Befragten.

Bezüglich der Wochenarbeitszeit wären die Studierenden der Wirtschaftswissenschaften bereit, bei ihrem ersten Arbeitgeber 43,4 Stunden zu arbeiten, während Studierende der Ingenieurwissenschaften durchschnittlich 42,4 Stunden pro Woche veranschlagen. Die befragten Schweizer erwarten eine höhere Wochenarbeitszeit als ihre Kommilitonen. Sie gehen davon aus, 46,9 Stunden (Business Edition) bzw. 44,5 Stunden (Engineering Edition) pro Woche investieren zu müssen. Die niedrigsten Erwartungen betreffend die Arbeitszeit, die in ihrem ersten Job auf sie zukommt, haben spanische Wirtschaftsstudenten: Sie gehen davon aus, nach ihrem Abschluss 40,6 Wochenstunden zu arbeiten. Ganz im Gegensatz zu den deutschen Wirtschaftsstudenten, die eine Arbeitszeit von 47,9 Stunden pro Woche annehmen.

Der Grossteil der europäischen Studenten zeigt sich mobil. Die Frage, ob sie gerne im Ausland tätig sein möchten, beantworteten 68 Prozent der befragten Wirtschaftswissenschaftler und 71 Prozent der Technikstudenten mit Ja. Am geringsten ist das Interesse an einer internationalen Karriere in den Niederlanden – hier geben 54 Prozent an, kein Interesse an einer Tätigkeit im Ausland zu haben – und in Belgien, wo die

Die Salärerwartungen der Schweizer Absolventen liegen deutlich über dem europäischen Durchschnitt

Hälfte der Befragten keinen Reiz im Arbeiten im Ausland sieht. Besonders stark zieht es die Schweden und Franzosen über die eigenen Landesgrenzen hinaus – 77 respektive 76 Prozent würden für den Berufsstart ins Ausland gehen.

Die Schweizer Studierenden haben einen ähnlich hohen Grad an Mobilität – 74 Prozent der Wirtschaftswissenschaftler und 70 Prozent der Technikstudenten bekunden ihr grundsätzliches Interesse an einer Tätigkeit ausserhalb der Schweiz, obwohl eine Notwendigkeit dafür angesichts der guten Arbeitsmarktlage in der Schweiz kaum gegeben ist.

Was die konkrete Mobilität im eigenen Land betrifft, zeigen sich die befragten Schweizer Studierenden dagegen etwas weniger flexibel: 12 Prozent würden am liebsten in ihrer Heimatregion bleiben, immerhin 42 Prozent würden überall innerhalb der Landesgrenzen tätig werden wollen. Noch viel heimatverbundener sind allerdings die Niederländer und Belgier: In diesen beiden Ländern würde es rund ein Drittel der Befragten vorziehen, in ihrer Heimatregion zu bleiben.

Oliver Viel

Weiterführende Informationen sind unter www.trendence.ch abrufbar oder direkt bei trendence, Kochstrasse 27, DE-10969 Berlin, info@trendence.ch, erhältlich.