
Karriereziele und Erwartungen an den Arbeitgeber von Studierenden und jungen Berufstätigen: Umfrageergebnisse 2008 bis 2013

2

Stefan Lake

Inhaltsverzeichnis

2.1	Arbeitgeberattraktivität aus Sicht der Generation Y	30
2.2	Zielgruppe Studierende	31
2.2.1	Erwartungen an den idealen Arbeitgeber	31
2.2.2	Karriereziele	34
2.3	Zielgruppe Young Professionals	38
2.3.1	Erwartungen an den idealen Arbeitgeber	38
2.3.2	Karriereziele	40
2.3.3	Ergebnisunterschiede Young Professionals und Studierende	44
2.4	Schlussbetrachtung	45

Zusammenfassung

Universum Communications ist der globale Spezialist und Pionier im Employer Branding – also dem Aufbau einer Arbeitgebermarke. Weltweit werden pro Jahr in 32 Ländern mehr als 500.000 Studierende und junge Berufstätige zu ihren Arbeitgeberpräferenzen, Karrierevorstellungen und Kommunikationsvorlieben befragt. Die Ergebnisse der Umfrage sind Grundlage für das Universum Arbeitgeber-Ranking und für Studien, in denen die Treiber der Arbeitgeberattraktivität analysiert werden. Auf Grundlage der Erkenntnisse aus diesen Umfragen und Studien können Unternehmen die Zufriedenheit ihrer Mitarbeiter und ihre Attraktivität als Arbeitgeber verbessern.

S. Lake (✉)
Thieboldsgasse 15, 50676 Köln, Deutschland
E-Mail: stefan.lake@universumglobal.com

2.1 Arbeitgeberattraktivität aus Sicht der Generation Y

Facharbeiter und Ingenieure aus dem Mint-Bereich – also Hochschulabsolventen der Fachbereiche Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften und gelernte Techniker – werden immer rarer. Das Institut der deutschen Wirtschaft Köln (IW) verweist darauf, dass hunderttausende Ingenieure und Facharbeiter in den Ruhestand verschwinden. Die Zahl der Techniker wird bis 2030 nach IW-Prognose um 1,8 Mio. sinken. Der Grund: Der Anteil der Mint-Kräfte unter den 40- bis 44-Jährigen liegt bei 24 %, bei den 30- bis 34-Jährigen nur noch bei 19 %.

Ingenieure und Techniker werden bereits händeringend gesucht. Fehlen die richtigen Leute, kann dies schnell zu geschäftskritischen Risiken führen, Imageschädigung inklusive. Unternehmen tun sich zunehmend schwer damit, junge Talente anzuziehen und dauerhaft an das Unternehmen zu binden, denn die Ansprüche der „digitalen Eingeborenen“ unterscheiden sich sehr von denen der Vorgängergenerationen.

Die Generation Y, also diejenigen, die zwischen 1985 und 2000 geboren wurden, kommt mit anderen Fähigkeiten, Erwartungen und einer anderen Motivation in die Unternehmen, und sie möchte Arbeit nach anderen Prinzipien organisieren. Im Vergleich zu den Vorgängergenerationen suchen die Angehörigen der Generation Y in der Arbeitswelt nicht einfach einen Beruf oder eine Karriere. Ganz oben bei ihren Wünschen an den künftigen Arbeitgeber steht die Vereinbarkeit von Privatleben, Familie und den beruflichen Anforderungen. Die hohe Wertschätzung einer ausgewogenen Work-Life-Balance ist das Kennzeichen der Generation Y und unterscheidet diese von früheren Generationen, denen ein hohes Gehalt und Aufstiegsmöglichkeiten wichtiger waren.

Welche Erwartungen haben Studierende und junge Berufstätige an ihre Karriere? Und wie ändern sich ihre beruflichen Ziele, wenn sie erst einmal ein paar Jahre gearbeitet haben? Sind die in Umfragen geäußerten Ansichten zu potentiellen Arbeitgebern und Karriereerwartungen überhaupt stabil – oder ändern sich diese von Jahr zu Jahr?

Unternehmen müssen die Antworten auf solche Fragen kennen, wenn sie diese Zielgruppen erfolgreich ansprechen und binden wollen. Wichtige Erkenntnisse dazu lassen sich ableiten, wenn man die Ergebnisse von Studierenden-Umfragen und Umfragen unter jungen Berufstätigen näher analysiert. Weltweit werden von Universum Communications jährlich mehr als 500.000 Studierende und junge Berufstätige in 32 Ländern zu ihren Arbeitgeberpräferenzen, Karrierevorstellungen und Kommunikationsvorlieben befragt.

Um herauszufinden, welche Eigenschaften einen attraktiven Arbeitgeber ausmachen, hat Universum die Treiber der Arbeitgeberattraktivität in vier Themenkomplexe gegliedert. Diese sind:

- Ansehen und Image des Arbeitgebers
- Eigenschaften des Jobs
- Mensch und Kultur
- Gehalt und Aufstiegsmöglichkeiten

Fragen zum Themenkomplex „Ansehen und Image des Arbeitgebers“ beziehen sich auf die Eigenschaften des Arbeitgebers als Unternehmen. Die Fragen zu „Eigenschaften des Jobs“ befassen sich mit Inhalten und Anforderungen des Jobs einschließlich der Weiterbildungsmöglichkeiten, die die berufliche Tätigkeit bietet. Fragen zu „Mensch und Kultur“ beleuchten das soziale Umfeld und die Eigenschaften des Arbeitsplatzes. Auf den Abschnitt „Gehalt und Aufstiegsmöglichkeiten“ bezogene Fragen befassen sich mit den verschiedenen Dimensionen der monetären Vergütung.

Die Teilnehmer der Umfrage wurden gebeten, für die Unternehmen, die sie zuvor als „ideale Arbeitgeber“ ausgewählt haben, alle zutreffenden Eigenschaften auszuwählen (s. Tab. 2.1). Die Frageformulierung lautete jeweils: Welche der folgenden Eigenschaften verbinden Sie mit den einzelnen Arbeitgebern?

2.2 Zielgruppe Studierende

Von November 2012 bis März 2013 befragte Universum Communications in Deutschland insgesamt 22.714 Studierende sowohl zur Wahrnehmung und Attraktivität von Arbeitgebern als auch zu den Karrierezielen, die für sie in ihrem Berufsleben wichtig sind. Die Studierenden konnten aus einer Liste von 130 Unternehmen bis zu fünf Wunscharbeitgeber auswählen, ergänzt um eigene Vorschläge. Befragt wurden Studierende der Wirtschafts- und Ingenieurwissenschaften, Informatikstudierende sowie Studierende der Naturwissenschaften, angehende Juristen und Geisteswissenschaftler. Die meisten der Befragten waren angehende Wirtschaftswissenschaftler (39%) und Ingenieure (25%). Jeweils etwa 12% kamen aus den Naturwissenschaften und der Informatik. Etwa 11% waren Geisteswissenschaftler, Juristen und Mediziner.

2.2.1 Erwartungen an den idealen Arbeitgeber

Auf die Frage, was aus ihrer Sicht einen idealen Arbeitgeber ausmacht, nannten die meisten ein attraktives Grundgehalt, gefolgt von einem freundlichen Arbeitsumfeld und einer sicheren Anstellung. Vielfältige Arbeitsaufgaben, ein hohes Einkommen in der Zukunft und eine anspruchsvolle Tätigkeit sowie professionelles Training und Weiterentwicklung lagen auf den weiteren Plätzen, wenn nach den wichtigsten Eigenschaften eines idealen Arbeitgebers gefragt wurde. Zu den Top 10-Kriterien, die von den Studierenden herangezogen wurden, wenn sie ihre Arbeitgeber auswählen, gehörten auch der Respekt für die Mitarbeiter, ob ein Unternehmen als gute Referenz für die zukünftige Karriere gelten kann und ob Leistung Anerkennung findet (Abb. 2.1).

Wenn man die Ergebnisse der aktuellen Umfrage zu den Eigenschaften, die einen Arbeitgeber für Studierende attraktiv machen, mit den Ergebnissen des Vorjahres vergleicht, lassen sich nur geringe Veränderungen erkennen. Lediglich der Wunsch nach einem guten Angebot an professionellem Training und Weiterentwicklung konnte sich um

Tab. 2.1 Fragenkatalog zur Erfassung der Treiber der Arbeitgeberattraktivität

<i>Ansehen und Image des Arbeitgebers:</i>
Attraktive/interessante Produkte und Dienstleistungen
Soziale Verantwortung des Unternehmens (CSR)
Ökologische Nachhaltigkeit
Ethische Standards
Schnell wachsend/unternehmerisch
Finanzielle Stärke
Innovation
Inspirierendes Management
Markterfolg
Prestige
<i>Eigenschaften des Jobs:</i>
Vielfältige Arbeitsaufgaben
Anspruchsvolle Tätigkeit
Kontrolle über die Anzahl der Arbeitsstunden
Flexible Arbeitsbedingungen (z. B. Home Office)
Hohes Maß an Verantwortung
Möglichkeit zu internationalen Reisen/Umzug
Professionelles Training und Weiterentwicklung
Sichere Anstellung
Teamorientiertes Arbeiten
Kontakt mit Kunden
<i>Mensch und Kultur:</i>
Akzeptanz von Minderheiten
Unterstützung der Gleichberechtigung der Geschlechter
Führungskräfte, die die Entwicklung fördern
Kreatives und dynamisches Arbeitsumfeld
Freundliches Arbeitsumfeld
Zusammenarbeit mit internationalen Kunden und Kollegen
Rekrutierung der besten Studenten
Respekt für Mitarbeiter
Integration persönlicher Interessen in den Zeitplan
Anerkennung von Leistung (Leistungsgesellschaft, Beförderung durch Leistung)
<i>Gehalt und Aufstiegsmöglichkeiten:</i>
Transparente Beförderungswege
Attraktives Grundgehalt
Attraktive Zusatzleistungen
Rasche Beförderung

Tab.2.1 (Fortsetzung)

Hohes Einkommen in der Zukunft
Gute Referenz für zukünftige Karriere
Möglichkeit, Führungsaufgaben zu übernehmen
Überstundenvergütung/-ausgleich
Leistungsabhängiger Bonus
Förderung zukünftiger Ausbildung



	2013	DIFF	2012
Ein attraktives Grundgehalt	1	▲ 1	2
Ein freundliches Arbeitsumfeld	2	▼ -1	1
Eine sichere Anstellung	3	↔ +/-	3
Vielfältige Arbeitsaufgaben	4	↔ +/-	4
Hohes Einkommen in der Zukunft	5	▲ +1	6
Eine anspruchsvolle Tätigkeit	6	▼ -1	5
Professionelles Training und Weiterentwicklung	7	▲ +3	10
Respekt für seine Mitarbeiter	8	▲ +1	9
Eine gute Referenz für meine zukünftige Karriere	9	▼ -1	8
Anerkennung von Leistung	10	▲ +1	11

© UNIVERSUM COMMUNICATIONS 2013

B2B@UNIVERSUM.SE

SOURCE: UNIVERSUM STUDENT SURVEY 2013

WWW.UNIVERSUMGLOBAL.COM

UNIVERSUM

Abb. 2.1 Treiber der Arbeitgeberattraktivität bei Studierenden: Top 10 (2013 und 2012)

drei Positionen verbessern – von Rang 10 im Jahr 2012 auf Rang 7 im Jahr 2013. Bei allen anderen Wünschen an den idealen Arbeitgeber lagen die Veränderungen im Vergleich zum Vorjahr bei maximal plus bzw. minus einer Position.

2.2.2 Karriereziele

Um die langfristigen Karriereziele der Studierenden herauszufinden, wurde den Teilnehmern der Umfrage eine Liste mit neun Karrierezielen vorgelegt. Es konnten jeweils bis zu drei Karriereziele genannt werden. Die Frage nach den Karrierepräferenzen lautete: „Im Folgenden finden Sie eine Liste von neun möglichen Karrierezielen. Welche sind für Sie persönlich besonders wichtig?“ Die Liste der Karriereziele umfasste folgende Optionen:

- ausgewogene Work-Life-Balance
- sicherer und beständiger Job
- intellektuelle Herausforderung
- Führungskraft mit leitender Funktion
- unternehmerische kreativ/innovative Aufgaben
- internationale Laufbahn
- Selbständigkeit oder Unabhängigkeit
- Status als technischer oder Fachexperte
- Gemeinwohl/öffentliches Wohl im Fokus

Das Ergebnis der Umfrage: Eine ausgeglichene Work-Life-Balance ist über alle Fachrichtungen hinweg das Top-Karriereziel bei den Studierenden, gefolgt von dem Wunsch, einem sicheren und beständigen Job nachzugehen. Das dritt wichtigste Karriereziel ist, intellektuell herausfordernde Aufgaben zu übernehmen. Das Schlusslicht unter den neun vorgegebenen Karrierezielen bildet das Ziel, sich dem Gemeinwohl zu widmen.

Sieht man sich näher an, welche Bedeutung die Studierenden der einzelnen Fachbereiche den Karrierezielen zumessen, zeigen sich einige signifikante Unterschiede. Während für die Studierenden der Wirtschafts- und Naturwissenschaften die Work-Life-Balance das Top-Karriereziel ist, rückt für die angehenden IT-Experten und Ingenieure der Wunsch, einem sicheren und beständigen Job nachzugehen, noch stärker als die Work-Life-Balance in den Vordergrund. Intellektuelle Herausforderung suchen die Naturwissenschaftler in etwas höherem Maße als ihre Kommilitonen aus den Wirtschafts- und Ingenieurwissenschaften sowie der IT. Die Wirtschaftswissenschaftler wiederum streben stärker eine Karriere als Führungskraft mit leitender Funktion an als die Studierenden der Ingenieur- und der Naturwissenschaften sowie die angehenden IT-Experten (siehe Tab. 2.2, und 2.3).

Unterschiede in Karrierezielen von weiblichen und männlichen Studierenden Auffällig ist der große Unterschied bezüglich der langfristigen Karriereziele zwischen den Geschlechtern: Während für 61 % der Studentinnen die Work-Life-Balance ein besonders

Tab. 2.2 Karriereziele nach Fachrichtungen: Wirtschaftswissenschaften und Ingenieure. (Quelle: Universum Student Survey 2013 – Deutschland)

Karriereziele (nach Fachrichtung, in %)	Wirtschafts- wissenschaftler (%)	Ingenieure (%)	Gesamt (%)
Ausgewogene Work-Life-Balance	55	48	51
Sicherer und beständiger Job	44	49	46
Intellektuelle Herausforderung	35	29	35
Führungskraft mit leitender Funktion	35	29	29
Unternehmerische, kreativ/innovative Aufgaben	27	24	24
Internationale Laufbahn	27	19	22
Selbständigkeit oder Unabhängigkeit	21	17	20
Status als technischer oder Fachexperte	9	29	18
Gemeinwohl/öffentliches Wohl im Fokus	13	15	17

Tab. 2.3 Karriereziele nach Fachrichtungen: IT und Naturwissenschaften. (Quelle: Universum Student Survey 2013 – Deutschland)

Karriereziele (nach Fachrichtung, in %)	IT (%)	Naturwissen- schaftler (%)	Gesamt (%)
Ausgewogene Work-Life-Balance	42	52	51
Sicherer und beständiger Job	44	50	46
Intellektuelle Herausforderung	33	44	35
Übernahme von Führungsfunktionen	25	21	29
Unternehmerische, kreativ/innovative Aufgaben	24	19	24
Internationale Laufbahn	18	16	22
Selbständigkeit oder Unabhängigkeit	20	20	20
Status als technischer oder Fachexperte	29	20	18
Gemeinwohl/öffentliches Wohl im Fokus	13	23	17

wichtiges Karriereziel ist, sprachen sich nur 47 % ihrer männlichen Kommilitonen dafür aus. Weitere Unterschiede zwischen Männern und Frauen zeigen sich in der Beurteilung von Karrierezielen wie Jobsicherheit und dem Ziel, eine Führungsfunktion zu übernehmen. Jobsicherheit wird von 51 % der Studentinnen als wichtiges Karriereziel genannt. Bei den männlichen Studierenden ist sie hingegen nur für 42 % besonders relevant. Und während für 35 % der Männer das Ziel, eine Führungsfunktion zu übernehmen, besonders wichtig ist, wird dieses Ziel nur von einem Viertel der Studentinnen verfolgt. Auch das Ziel, ein technischer Experte oder Fachexperte zu sein, spielt bei männlichen Studierenden eine wichtigere Rolle: Während 24 % der Männer dies als wichtiges Ziel sehen, ist dies nur für 10 % der weiblichen Studierenden besonders erstrebenswert ist (siehe Tab. 2.4).

Was verbinden Studierende mit Work-Life-Balance? Die hohe Bedeutung der Work-Life-Balance ist das prägnanteste Kennzeichen der Generation Y. Es liegt daher nahe, das

Tab. 2.4 Karriereziele nach Geschlecht. (Quelle: Universum Student Survey 2013 – Deutschland)

Karriereziele (nach Geschlecht, in %)	Weiblich (%)	Männlich (%)	Gesamt (%)	Differenz weiblich/männlich
Ausgewogene Work-Life-Balance	61	47	51	+ 14
Sicherer und beständiger Job	51	42	46	+ 8
Intellektuelle Herausforderung	40	33	35	+ 6
Übernahme von Führungsfunktionen	25	35	29	– 11
Unternehmerische, kreativ/innovative Aufgaben	24	25	24	– 1
Internationale Laufbahn	26	22	22	+ 4
Selbständigkeit oder Unabhängigkeit	19	19	20	0
Status als technischer oder Fachexperte	10	24	18	– 13
Gemeinwohl/öffentliches Wohl im Fokus	18	15	17	+ 3

Begriffsverständnis aus Studierendensicht zu erfassen. Auf die Frage, was unter Work-Life-Balance verstanden wird, nennen die Studierenden am häufigsten einen Punkt, der sich auf den Bereich „Beruf“ beschränkt: ein positives Arbeitsklima. Erst an zweiter Stelle und mit deutlichem Abstand folgt die Aussage „Familien- und Karriereplanung stören sich nicht“. „Ausreichende Freizeit“ steht an zehnter Stelle. Work-Life-Balance heißt offenbar nicht mehr nur, verschiedene Lebenswelten miteinander in Einklang zu bringen. Es geht nicht darum, das „schwere“ Berufsleben so zu dosieren, dass genügend „leichtes“ Privatleben gegenübersteht, damit die Balance stimmt. Die Grenzen verwischen und verlieren für den Einzelnen an Bedeutung. Junge Talente erwarten von ihrem Berufsleben, dass es in keinem starken Kontrast zu ihrem sonstigen Leben stehen wird – dass eben beides als „leicht“ wahrgenommen werden kann. Vom Arbeitgeber wird dabei viel Flexibilität erwartet, wie sich bei der Auswertung für die Wirtschaftswissenschaftler zeigt: Am dritt- und vierthäufigsten nannten sie flexible Arbeitszeiten und flexible Arbeitsbedingungen, zum Beispiel durch Home Office. Auch ausreichende Erholungsphasen nach Belastungsspitzen stehen bei ihnen hoch im Kurs. Die Vereinbarkeit von Karriere- und Familienplanung ist ein Aspekt, mit dem sich noch immer vornehmlich die Frauen beschäftigen: Während dies für 38 % der befragten Frauen zur Work-Life-Balance gehört, nannten nur 26 % ihrer männlichen Kommilitonen diesen Punkt. Im Gegenzug ist die ausreichende Freizeit etwas, was vor allem männlichen Studierenden in den Sinn kommt, wenn von Work-Life-Balance die Rede ist.

Trends in der Entwicklung der Karriereziele Studierender Betrachtet man die Entwicklung der Karriereziele von 2008 bis 2013 (Abb. 2.2), zeigt sich, dass eine ausgewogene Work-Life-Balance seit 2008 kontinuierlich das Top-Karriereziel ist.

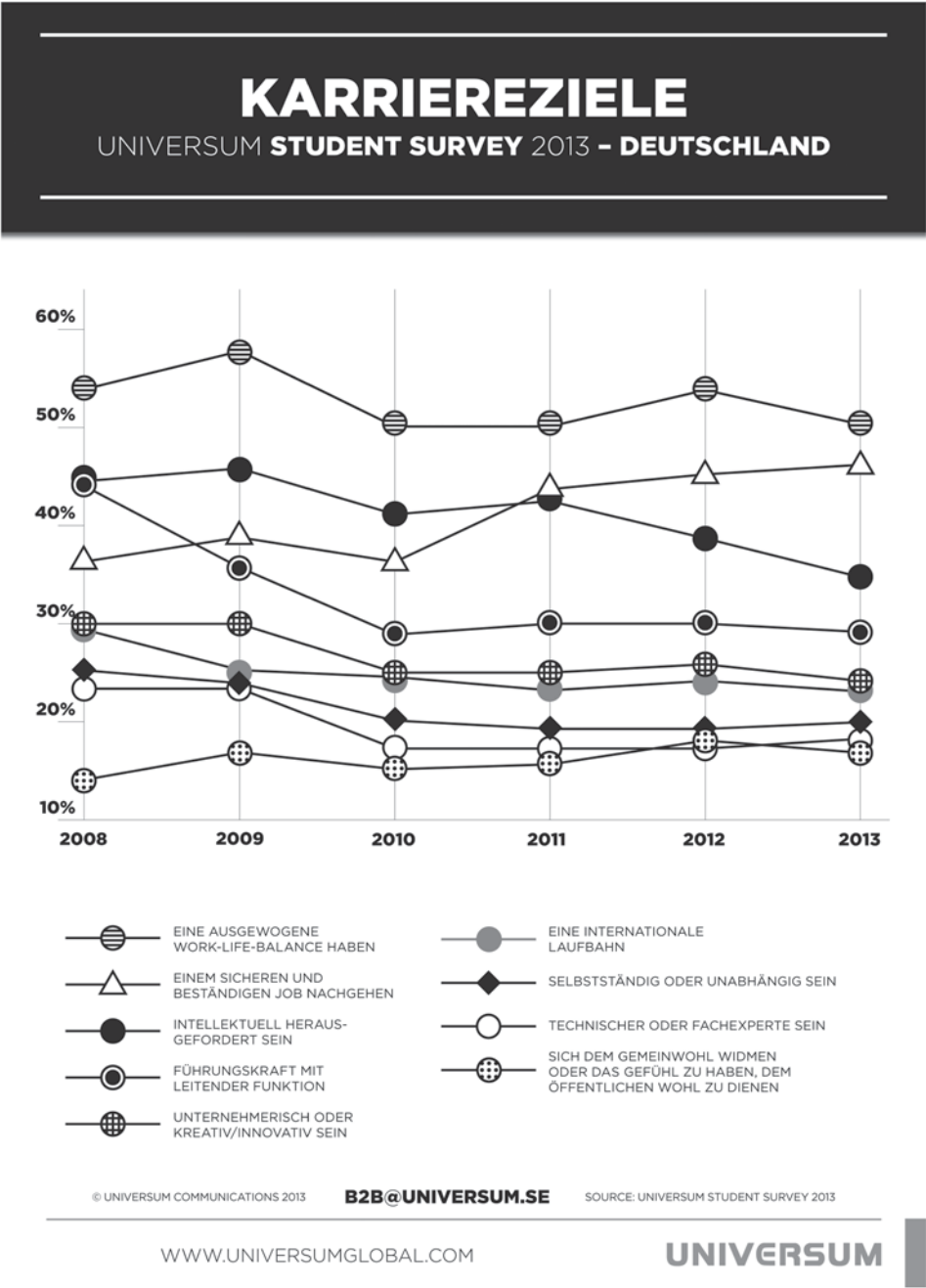


Abb. 2.2 Entwicklung der Karriereziele Studierender in Deutschland (2008 bis 2013)

Der Wunsch, einem sicheren und beständigen Job nachzugehen, hat im Verlauf der letzten Jahre an Bedeutung gewonnen und liegt seit 2011 jeweils auf dem zweiten Platz der Rangliste.

Das Karriereziel, intellektuell herausfordernde Aufgaben zu übernehmen, lag bis 2010 auf dem zweiten Platz, hat seitdem aber etwas an Bedeutung verloren und nimmt nun den dritten Platz in der Hierarchie der Karriereziele ein.

Im Jahr 2008 strebten noch mehr als 40 % der Studierenden eine Führungsfunktion an. Dieses Ziel lag damals nahezu gleichauf mit dem Wunsch, intellektuell herausfordernde Aufgaben zu übernehmen, doch schon 2009 sprachen sich nur noch etwas mehr als ein Drittel der Studierenden für dieses Karriereziel aus. Seit 2010 liegt der Wunsch nach Übernahme einer Führungsfunktion in der Rangliste der Karriereziele auf Rang 4 und wird nur noch von etwa 30 % der Studierenden genannt.

Auch beim Karriereziel, am Arbeitsplatz unternehmerisch oder kreativ sein zu können, ist eine abnehmende Tendenz festzustellen: Während es in den Jahren 2008 und 2009 noch von jeweils etwa 30 % der Studierenden genannt wurde, sprachen sich seit 2010 nur noch ein Viertel der Befragten dafür aus. Dazu passt auch, dass das Ziel, im Beruf selbständig oder unabhängig zu sein, immer seltener angestrebt wird.

Eine internationale Laufbahn als Karriereziel ist in den vergangenen Jahren für die Studierenden ebenfalls unattraktiver geworden. Waren 2008 noch 30 % und 2009 noch 26 % der Studierenden daran interessiert, sank der Anteil derer, die sich für eine internationale Laufbahn begeistern können, bis zum Jahr 2013 auf nur noch 22 %.

Die beiden Ziele, ein technischer Fachexperte zu sein und sich dem Gemeinwohl zu widmen, liegen kontinuierlich am Ende der Hierarchie der Karriereziele und wurden seit 2010 von jeweils weniger als 20 % der Studierenden als wichtiges Ziel genannt.

2.3 Zielgruppe Young Professionals

Im Rahmen der Young Professional Studie 2013 in Deutschland befragte Universum Communications 4955 Berufstätige mit mindestens einem und höchstens acht Jahren Berufserfahrung und akademischem Hintergrund. Die meisten der Befragten – insgesamt 2428 – waren Young Professionals mit wirtschaftswissenschaftlichem Hintergrund. Die zweitstärkste Gruppe in der Umfrage sind die Ingenieure mit 973 Teilnehmern, gefolgt von Young Professionals mit naturwissenschaftlichem Hintergrund mit 695 Teilnehmern und den IT-Experten mit 638 Teilnehmern. Das Geschlechterverhältnis der Teilnehmer war nahezu ausgeglichen: 47 % Frauen und 53 % Männer.

2.3.1 Erwartungen an den idealen Arbeitgeber

Wenn man die Young Professionals fragt, was für sie einen idealen Arbeitgeber ausmacht, stehen ein attraktives Grundgehalt, eine sichere Anstellung und ein freundliches

Rekrutierung in einer zukunftsorientierten Arbeitswelt

HR-Aufgaben optimal vernetzen

Hartmann, M. (Hrsg.)

2015, XV, 234 S. 23 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-05083-2