



Hochschule
Augsburg University of
Applied Sciences

Arbeitgeberattraktivität 2013

Betriebsklima vor Gehalt:
Was macht Arbeitgeber interessant?

Die Sicht der Absolventen der
Hochschule Augsburg

Christian Lebreuz und
Erika Regnet (Hrsg.)

Impressum:

Verantwortlich für den Inhalt:
Präsident Prof. Dr.-Ing. Dr. h.c. Hans-Eberhard Schurk

Hochschule Augsburg
Fakultät für Wirtschaft
An der Hochschule 1
86161 Augsburg

wirtschaft@hs-augsburg.de
www.hs-augsburg.de

Herausgeber:

Prof. Dr. Christian Lebrecht
Prof. Dr. Erika Regnet

Studentisches Projektteam

Katharina Brückl
Vanessa Essmann
Christina Feyerabend
Marina Fuchs
Muriel Heim
Franziska Jörg
Sabrina Kraus
Elvira Laase
Eva-Maria Lechner
Korbinian Marzahn
Maria Meisterling
Olga Paul
Stefanie Richter
Miriam Römer
Julian Schäble
Julia Schneider
Jasmin Schreiber
Martina Steiger
Teodora Velinova
Christian Weiser
Monika Winkler

Dieses Projekt wird aus dem Europäischen Sozialfonds kofinanziert

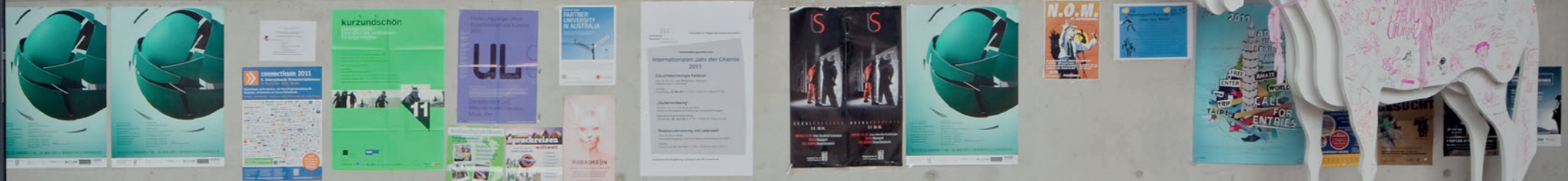


EUROPÄISCHE UNION
EUROPÄISCHER SOZIALFONDS

ESF IN BAYERN
WIR INVESTIEREN IN MENSCHEN



Deutsches
Rotes
Kreuz
Krankenhaus



Inhalt

| | | |
|-----------|---|-----------|
| 1. | Executive Summary | 8 |
| 2. | Arbeitgeberattraktivität – Fachkräftebedarf auch zukünftig sichern | 10 |
| 3. | Untersuchungsdesign | 12 |
| 4. | Gesamtergebnisse | 14 |
| 5. | Ergebnisse für die einzelnen Fakultäten | 18 |
| 5.1 | Fakultät für Architektur und Bauwesen | 20 |
| 5.2 | Fakultät für Elektrotechnik | 24 |
| 5.3 | Fakultät für Informatik | 28 |
| 5.4 | Fakultät für Maschinenbau und Verfahrenstechnik | 32 |
| 5.5 | Fakultät für Wirtschaft | 36 |
| 6. | Firmenkontaktmesse Pyramid 2013 | 40 |
| 7. | Fachkräftesicherung – Personalpolitische Empfehlungen | 44 |
| 8. | Quellen | 46 |

Abbildungsverzeichnis

| | | |
|----------|---|----|
| Abb. 1: | Befragte Studiengänge an der Hochschule Augsburg | 12 |
| Abb. 2: | Die wichtigsten Kriterien der Arbeitgeberattraktivität nach Gruppen | 14 |
| Abb. 3: | Welches ist der beliebteste Arbeitsort? | 15 |
| Abb. 4: | Gehaltserwartungen im Geschlechtervergleich | 15 |
| Abb. 5: | Wer hat schon ein Stellenangebot? | 16 |
| Abb. 6: | Gehaltsvergleich Bachelor- und Masterstudierende Architektur und Bauingenieurwesen | 20 |
| Abb. 7: | Das erwartete jährliche Einstiegsgehalt nach Berufserfahrung bei Bauingenieuren | 21 |
| Abb. 8: | Die Mobilitätsbereitschaft der Bauingenieur-Absolventen | 22 |
| Abb. 9: | Wie viele der Bauingenieure haben schon eine Stellenzusage? | 22 |
| Abb. 10: | Die Bedeutung einzelner Faktoren für die Arbeitgeberattraktivität bei Elektrotechnikern | 24 |
| Abb. 11: | Die wichtigsten Kriterien für die Arbeitgeberattraktivität im Vergleich | 25 |
| Abb. 12: | Die Bedeutung der Unternehmensgröße für die Arbeitgeberwahl bei Elektrotechnikern | 25 |
| Abb. 13: | Die Mobilitätsbereitschaft der Elektrotechniker und Mechatroniker | 26 |
| Abb. 14: | Welche Anstellungsverhältnisse bevorzugen Informatiker? | 28 |
| Abb. 15: | Die wichtigsten Kriterien der Arbeitgeberattraktivität bei Informatikern | 29 |
| Abb. 16: | Ausgleichsfaktoren für unattraktive Standorte bei Informatikern | 29 |
| Abb. 17: | Erwartete Jahreseinstiegsgehälter bei Informatikern | 29 |
| Abb. 18: | Mobilitätsbereitschaft bei Informatikern | 30 |
| Abb. 19: | Kriterien für die Arbeitgeberwahl bei den Maschinenbauern | 32 |
| Abb. 20: | Erwartungen an das Jahresgehalt im Maschinenbau | 33 |
| Abb. 21: | Stellenzusagen während des Maschinenbaustudiums nach Art des Abschlusses | 35 |
| Abb. 22: | Stellenzusagen während des Maschinenbaustudiums nach Geschlecht | 35 |
| Abb. 23: | Die wichtigsten Kriterien für angehende Betriebswirte im Geschlechtervergleich | 36 |
| Abb. 24: | Erwartete Jahreseinstiegsgehälter bei Betriebswirten nach Geschlecht | 36 |
| Abb. 25: | Arbeitszeitbereitschaft bei den Betriebswirten | 37 |
| Abb. 26: | Mobilitätsbereitschaft der Betriebswirte | 37 |
| Abb. 27: | Zukünftiger Arbeitgeber im Geschlechtervergleich | 38 |
| Abb. 28: | Zufriedenheit der Firmen mit den Standbesuchen | 40 |
| Abb. 29: | Interesse an Firmen nach Ort | 40 |
| Abb. 30: | Frequenz an den Ständen nach Standort | 41 |
| Abb. 31: | Die Auswirkung der Standgröße auf die Kontaktzahl | 41 |
| Abb. 32: | Der Einfluss der Werbegeschenke auf die Zahl der Interessenten | 42 |

1. Executive Summary

Während sich in der Vergangenheit Mitarbeiter beim Unternehmen bewarben, können sich heute viele qualifizierte Mitarbeiter ihren Arbeitgeber aussuchen. Daraus folgt, dass sich nicht mehr nur die Bewerber als attraktive Kandidaten darstellen müssen, sondern dass sich zunehmend Unternehmen als attraktive Arbeitgeber positionieren müssen.

Um die Faktoren zu identifizieren, die für die Absolventen der Hochschule Augsburg die Attraktivität eines Arbeitgebers beeinflussen, wurden im Sommersemester 638 Studierende im letzten Studienjahr aus 22 ingenieur- und wirtschaftswissenschaftlichen Studiengängen sowie der Informatik befragt. Dabei standen vier Themen im Mittelpunkt unseres Interesses:

- Handelt es sich bei den Absolventen um eine homogene Gruppe oder unterscheiden sich die Präferenzen ggf. zwischen den Fakultäten, den Geschlechtern oder den Absolventen von Bachelor- und Masterstudiengängen?
- Unternehmen im ländlichen Raum haben im Vergleich zu Unternehmen in Städten größere Schwierigkeiten, geeignete Mitarbeiter zu rekrutieren. Am Beispiel des Landkreises Donau-Ries sind wir der Frage nachgegangen, ob es für Unternehmen in ländlichen Gebieten Möglichkeiten gibt, diesen Standortnachteil zu kompensieren? Wenn ja, welche?
- Wie verändern sich die Präferenzen der Absolventen im Laufe der Zeit? Unterscheidet sich die derzeitige Generation Y so stark von anderen Kohorten, dass das Employer Branding angepasst werden muss? Um Veränderungen über die Jahrgänge erfassen zu können, planen wir, die aktuelle Studie in regelmäßigen Abständen zu wiederholen und zu aktualisieren.
- Die Hochschule Augsburg verfügt mit der Firmenkontaktmesse Pyramid über eine erfolgreiche Plattform, um sich als potenzieller Arbeitgeber für Absolventen der Hochschule zu präsentieren. Was können Unternehmen tun, um die Jobmesse Pyramid optimal in ihr Hochschulmarketing zu integrieren?

Die wichtigsten Ergebnisse der Befragung in Kürze:

1. Für die Gesamtheit der Absolventen ist das Betriebsklima signifikant vor dem Gehalt der wichtigste Einflussfaktor auf die Arbeitgeberattraktivität: Für 62 Prozent der Befragten gehört das Betriebsklima zu den wichtigsten vier Faktoren, das Gehalt für 53 Prozent.
2. Während Betriebsklima und Gehalt über alle Gruppen hinweg von sehr hoher Bedeutung sind, gibt es bei den weiteren Einflussfaktoren teilweise deutliche Unterschiede hinsichtlich der Arbeitgeberattraktivität. So ist z.B. für Frauen die Work-Life-Balance viel wichtiger als für Männer, bei den Ingenieuren stehen die Aufgaben im Vordergrund.
3. Auch für die Absolventen der Hochschule Augsburg sind Großunternehmen und mittelständische Unternehmen grundsätzlich interessanter als Kleinunternehmen. Doch besteht für kleinere Unternehmen die Möglichkeit, diesen Nachteil durch ein höheres Gehalt oder durch Entwicklungsmöglichkeiten auszugleichen.
4. Der Standortnachteil von Unternehmen aus ländlichen Regionen bestätigt sich auch für die Absolventen der Hochschule Augsburg. Während gut die Hälfte der Absolventen gerne in Augsburg oder dem direkten Umland arbeiten will, kann sich nur gut ein Fünftel der Befragten vorstellen, im Landkreis Donau-Ries zu arbeiten. Doch durch das Schnüren eines ansprechenden „Gesamtpakets“ lässt sich für viele Absolventen der Standortnachteil im ländlichen Raum ausgleichen.
5. Bei den Gehaltserwartungen zeigt sich im Geschlechtervergleich ein signifikanter Unterschied. So liegen die Gehaltserwartungen der Männer insgesamt höher als die der Frauen. Gleichzeitig legen Absolventinnen mehr Wert auf eine Work-Life-Balance und möchten daher weniger arbeiten.
6. Die Absolventen legen bei der Arbeitgeberwahl Wert auf Perspektiven und Planungssicherheit. Unbefristete Arbeitsverträge sind eindeutig bevorzugt, befristete Anstellungsverträge werden – gerade wenn es sich

dabei um den Wunscharbeitgeber handelt – akzeptiert. Teilzeit- oder Leiharbeitsverträge sind für die Mehrheit der Absolventen uninteressant.

7. Der Wunsch nach Planungssicherheit zeigt sich auch bei der frühzeitigen Suche nach einer Einstiegsposition. Ein Drittel der Studierenden hat bereits eine Stelle in Aussicht. Allerdings zeigt sich, dass Frauen signifikant weniger Stellenzusagen haben als ihre männlichen Kommilitonen. Hier besteht Potenzial für die gezielte Rekrutierung weiblicher Absolventen.

8. Die teilnehmenden Unternehmen an der Firmenkontaktmesse Pyramid sind mit der Quantität der Standbesucher sehr zufrieden, allerdings nicht immer mit der Qualität der Gespräche. Diese lässt sich durch eine Visualisierung der angebotenen Stellen verbessern. Die

Teilnahme an der Pyramid führt im Nachfeld zu einem Anstieg der eingegangenen Bewerbungen.

9. Nach bisherigen Erfahrungen im Bewerbungsprozess sind die Absolventen mit der Freundlichkeit und der Fairness der Personaler sehr zufrieden. Verbesserungspotenzial besteht eindeutig im Bereich der Aktualität der Homepage und der Reaktionsgeschwindigkeit im Bewerbungsprozess. Hier liegt die Chance kleinerer Unternehmen, durch Schnelligkeit und Aktualität zu punkten.



Wir unterstützen Sie in jeder Lebensphase bei der Verwirklichung Ihrer individuellen Ziele und bieten zusätzlich zu einer fairen, attraktiven Entlohnung

- Kreative und herausfordernde Tätigkeiten
- Flexible, familienfreundliche Arbeitszeiten (Work-Life-Balance)
- Möglichkeiten zur beruflichen Entwicklung selbst zu gestalten
- Arbeitsplatzsicherung
- Unterstützung in einem funktionierenden Team
- Verantwortungsvolle und wertschätzende Führungskultur
- Betriebliche Altersversorgung

Wir sind davon überzeugt, dass motivierte Mitarbeiter mit ihrer Leistung und ihrem verantwortungsvollen Handeln dazu beitragen, die Zukunft des Unternehmens aktiv mit zu gestalten.

Bei uns arbeiten Sie in einem Unternehmen, das mit den Marken Pfaff-silberblau und Alltec Antriebstechnik seit vielen Jahrzehnten zu den Technologieführern bei Komponenten und Systemlösungen für mechanische Antriebs- und Hebetchnik zählt. Columbus McKinnon Engineered Products ist ein Tochterunternehmen der börsennotierten Columbus McKinnon Corporation (CMCO), Amherst/USA. Weltweit ist der Konzern mit rund 2.600 Mitarbeitern an 18 Fertigungsstandorten in sieben Ländern sowie an 52 weiteren Vertriebsniederlassungen vertreten.

2. Arbeitgeberattraktivität – Fachkräftebedarf auch zukünftig sichern

Am deutschen Arbeitsmarkt ist in den letzten Jahrzehnten eine deutliche Zweiteilung zu beobachten: auf der einen Seite Massenarbeitslosigkeit, auf der anderen Seite ein ständig steigender Bedarf an Fachkräften, der über den Arbeitsmarkt nur unbefriedigend gedeckt werden kann. Die wirtschaftlich relativ starke Region Bayerisch-Schwaben ist in besonderem Umfang vom Fachkräftemangel betroffen. Während bei der Besetzung von Stellen, für die unqualifizierte oder gering qualifizierte Mitarbeiter benötigt werden, es immer noch eine ausreichend hohe Zahl von Bewerbern gibt, sieht die Situation bei Stellen für Bessero- oder Hochqualifizierte anders aus. Immer mehr Unternehmensvertreter klagen, dass sie zunehmend Schwierigkeiten haben, Stellen gerade für Ingenieure und Informatiker zu besetzen. Die Positionen bleiben immer länger unbesetzt, die Zahl der Bewerber auf diese Stellen sinkt.

Fachkräftemangel in der Region Bayerisch-Schwaben

Bereits 2008 führte die Hochschule Augsburg zusammen mit der Handwerkskammer Schwaben und der IHK Schwaben eine große, flächendeckende Befragung zum Fachkräftemangel bei den Mitgliedsunternehmen in der Region Bayerisch-Schwaben durch. Die Ergebnisse dieser Studie prognostizierten einen massiven Anstieg des Fachkräftemangels in den kommenden Jahren. Denn die Region ist nicht in der Lage, der stark steigenden Nachfrage nach Fachkräften gerade im Bereich der Technik ein ausreichend großes Angebot an qualifizierten Absolventen technischer Studien- und Ausbildungsgängen gegenüber zu stellen (Lebrenz & Regnet 2009a). Zwar ergab eine Folgeuntersuchung der Hochschule Augsburg für die Landkreise Augsburg und Aichach-Friedberg sowie die Stadt Augsburg, dass im Wirtschaftsraum Augsburg grundsätzlich genügend Ausbildungs- und Studienplätze für die Region vorhanden sind. Allerdings ist ein massiver Mismatch zwischen kaufmännischen und technischen Berufen zu beobachten. Dies gilt nicht nur auf der Ebene der Hochschulabsolventen, sondern auch bei den Fachkräften, Meistern und Technikern (Lebrenz & Regnet 2009b).

Diesen Fachkräftemangel spüren große Unternehmen weniger stark. Diese Unternehmen verfügen über eine ausreichende Bekanntheit, sodass sie – anders als mittelständische und Kleinunternehmen – für viele potenzielle Kandidaten Wunscharbeitgeber sind. Zudem ist die Stadt für viele potenzielle Mitarbeiter ein attraktiverer

Arbeits- und Lebensort als die ländliche Region. So tun sich vergleichbare Unternehmen in Augsburg viel leichter, qualifizierte Mitarbeiter zu bekommen, als jene im ländlichen Raum. Auch für Unternehmen, deren Produkt beim Verbraucher wenig bekannt ist oder über keine hohe Anziehungskraft verfügt, ist es deutlich schwieriger, ausreichend Fachkräfte zu rekrutieren.

Gleichzeitig zeigte die Befragung im Jahr 2008 aber auch schon, dass viele Unternehmen das Potenzial an Fachkräften nur bedingt ausschöpfen. So war z.B. die Bereitschaft, weibliche Bewerber, Bewerber über 50 oder Personen mit Migrationshintergrund zu rekrutieren, in vielen Unternehmen sehr gering (Lebrenz & Regnet 2010). Viele Unternehmen tun sich offenbar noch schwer damit, auf die Veränderungen des Arbeitsmarkts angemessen zu reagieren.

Durch den Ausbruch der Wirtschaftskrise 2008/2009 ging der Bedarf an Fachkräften kurzfristig massiv zurück. Dies schlug sich auch in einem deutlichen Rückgang der neu abgeschlossenen Auszubildungsverhältnisse nieder. Glücklicherweise war diese Wachstumsdelle in Deutschland nur von vorübergehender Natur, sodass seit 2010 der Bedarf an Fachkräften wieder deutlich angestiegen ist. Vor dem Hintergrund der anstehenden Pensionierungswelle vieler Babyboomer ist in den kommenden Jahren mit einer Verschärfung des Fachkräftemangels in Bayerisch-Schwaben zu rechnen. Als Folge dreht sich das Kräfteverhältnis zwischen Unternehmen und qualifizierten Mitarbeitern immer mehr in Richtung Mitarbeiter: Aus einem Arbeitgebermarkt ist gerade für Techniker und Ingenieure ein Arbeitnehmermarkt geworden. Während sich in der Vergangenheit Mitarbeiter beim Unternehmen bewarben, können sich heute viele qualifizierte Mitarbeiter ihren Arbeitgeber aussuchen. Daraus folgt, dass sich nicht mehr die Bewerber als attraktive Kandidaten darstellen müssen, sondern dass sich zunehmend Unternehmen als attraktive Arbeitgeber positionieren müssen.

Was erwarten die Absolventen der Hochschule Augsburg vom Arbeitgeber?

Was macht aber ein Unternehmen zu einem attraktiven Arbeitgeber? Zu dieser Frage gibt es mittlerweile eine ganze Reihe von Untersuchungen (z.B. Schleiter & Armutat 2004, Becker 2012). Auch wir haben in den letzten zehn Jahren zahlreiche Bachelor- und Masterarbeiten betreut, die das Employer Branding, Personalmarketing und Recruiting der Firmen in der Region zum Thema hatten.

Vor dem Hintergrund dieser früheren Untersuchungen in der Region Bayerisch-Schwaben und dem

Wirtschaftsraum Augsburg wollten wir die Frage diesmal noch konkreter und gleichzeitig breiter stellen: Was macht ein Unternehmen für die Absolventen der Hochschule Augsburg zu einem attraktiven Arbeitgeber? Als einzige Ausbildungsstätte für ingenieurwissenschaftliche Studiengänge und für die Informatik ist die Hochschule eine sehr wichtige Rekrutierungsquelle für viele Unternehmen in der Region. Aber auch, wenn Absolventen betriebswirtschaftlicher Studiengänge benötigt werden, ist die Hochschule Augsburg neben der Universität Augsburg eine wichtige Anlaufstelle. Daher ist es für viele Unternehmen der Region von großer Bedeutung zu wissen, wann und warum die Absolventen unserer Hochschule Arbeitgeber als attraktiv wahrnehmen.

Welche Aussagen können wir über die Präferenzen unserer Absolventen bezüglich ihrer zukünftigen Arbeitgeber machen, um Unternehmen der Region zu helfen, ihren Bedarf an Fachkräften (teilweise) an der Hochschule Augsburg zu decken? Dies ist die zentrale Zielsetzung der vorliegenden Untersuchung. Dazu befragten wir diejenigen Studierenden der Hochschule, die im Laufe der nächsten zwölf Monate ihren Bachelor- oder Masterabschluss erlangen werden und damit vor der Wahl ihres Arbeitgebers stehen. Konzentriert haben wir uns dabei auf die unternehmensnahen Qualifikationen und Studiengänge.

Konkret interessierten uns vier Fragenkomplexe, die wir im Rahmen eines studentischen Projektes der Fakultät Wirtschaft an der Hochschule im Sommersemester 2013 untersucht haben. Erstens die Frage, ob es überhaupt Sinn macht, pauschal von den Absolventen der Hochschule zu sprechen? Stellen unsere Absolventen eine homogene Gruppe dar oder gibt es signifikante Unterschiede in den Präferenzen der Absolventen der verschiedenen Studiengänge oder zwischen den Geschlechtern? Falls es signifikante Unterschiede zwischen unterschiedlichen Gruppen von Absolventen gibt, welche sind das? Und vor allem: Wie kann ein Unternehmen seine Hochschulmarketing-Aktivitäten konkret gestalten, damit die von ihnen gewünschte Zielgruppe mit möglich wenig Streuverlusten erreicht wird?

Der zweite Themenbereich betrifft die geografische Lage von Unternehmen. Die Region Bayerisch-Schwaben ist zum einen durch das Zentrum Augsburg geprägt, zum anderen aber auch teilweise sehr ländlich und von einem gesunden Mittelstand geprägt. Gerade Unternehmen aus ländlichen Gebieten haben Schwierigkeiten, Fachkräfte zu rekrutieren. Gibt es für Unternehmen in ländlichen Gebieten Möglichkeiten, diesen Standortnachteil zu kompensieren? Wenn ja, welche? Um die Problematik des Standortnachteils zu konkretisieren, haben wir dem

Wirtschaftsraum Augsburg den Landkreis Donau-Ries gegenübergestellt.

Der dritte Fragenkomplex adressiert die Veränderung von Arbeitgeberattraktivität im Laufe der Zeit. Inwieweit bleiben die Faktoren konstant, die die Arbeitgeberattraktivität beeinflussen? Inwieweit erfordern veränderte Wertvorstellungen der Absolventen, dass Unternehmen ihr Angebot an die potenziellen Mitarbeiter anpassen? Diese Diskussion wird derzeit unter dem Stichwort der Generation Y von Praktikern intensiv geführt. Die aktuelle Gruppe der Absolventen sind Angehörige der Generation Y. Inwieweit sich diese Generation in ihren Werten und Präferenzen tatsächlich von früheren Kohorten unterscheidet, wird in der Literatur sehr unterschiedlich beantwortet (z.B. Wagner 2011, Biemann & Weckmüller 2013). Falls sich die Mitglieder der Generation Y von ihren Vorgängern unterscheiden, sind ggf. andere Faktoren für die Attraktivität der Arbeitgeber entscheidend als bei früheren Generationen. Unternehmen müssten dementsprechend ihr Angebot an die Absolventen ebenso anpassen wie die Eigendarstellung, ihr Employer Brand. Um solche Veränderungen über die Jahrgänge erfassen zu können, planen wir, die aktuelle Studie in regelmäßigen Abständen zu wiederholen und zu aktualisieren.

Als Hochschule für angewandte Wissenschaften ist es unser Ziel, anwendungsorientierte und praxisbezogene Forschung zu betreiben. Daher behandelt der vierte Themenkomplex konkrete personalpolitische Maßnahmen, die Unternehmen ergreifen können, um ihre Attraktivität auf dem Bewerbermarkt zu steigern. Ein Aspekt, der uns dabei besonders am Herzen liegt, ist der Einsatz der Jobmesse Pyramid. Sie wird seit vielen Jahren sehr erfolgreich an der Hochschule Augsburg durchgeführt und ist inzwischen für viele Unternehmen eine bewährte Plattform, um Absolventen der Hochschule auf sich aufmerksam zu machen und zu gewinnen. Was können Unternehmen tun, um die Jobmesse Pyramid optimal in ihr Hochschulmarketing zu integrieren?

Wir bedanken uns herzlich bei den sehr motivierten und engagierten Studierenden des Projektes, die die Untersuchung durchgeführt haben. Genauso bedanken wir uns bei den Studierenden der verschiedenen Fakultäten, die sich die Zeit genommen haben, an der Befragung teilzunehmen. Unser Dank gebührt auch den Kollegen, die sich bereit erklärt hatten, die Befragung im Rahmen ihrer Vorlesungen durchzuführen. Wir hoffen, dass wir mit unserer Studie nicht nur den Unternehmen der Region Anregungen geben können, sondern auch unseren Studierenden helfen können, den für sie passenden Arbeitgeber zu finden und so einen erfolgreichen Start in das Berufsleben zu gestalten.

3. Untersuchungsdesign

Im Rahmen einer Projektarbeit führten Frau Prof. Regnet und Herr Prof. Lebrecht mit einer Gruppe von Wirtschaftsstudierenden eine Befragung zur Arbeitgeberattraktivität durch. Das Ziel der Befragung war zu ermitteln, was ein Unternehmen für Absolventen zu einem attraktiven Arbeitgeber macht. Hierfür wurden insgesamt 638 Studierende befragt. Teilgenommen haben Studierende aus den Bachelorstudiengängen Bauingenieurwesen, Betriebswirtschaft, Elektrotechnik, Informatik, International Management, Maschinenbau, Mechatronik, Technische Informatik, Umwelt- und Verfahrenstechnik und Wirtschaftsinformatik. Bei den Masterstudierenden wurden die Fragebögen an die Studiengänge Umwelt- und Verfahrenstechnik, Projektmanagement, Allgemeiner Ingenieurbau, Energie Effizienz Design, Technologiemanagement, Applied Research, Informatik, Wirtschaftsinformatik, Personalmanagement, Steuern/Rechnungslegung und Marketing/Vertrieb verteilt.

| Masterstudiengänge | Prozent |
|--|---------|
| Fakultät Architektur und Bauwesen | |
| Master Allgemeiner Ingenieurbau | 1,6% |
| Master Projektmanagement | 4,4% |
| Master Energie Effizienz Design | 0,8% |
| Fakultät für Maschinenbau und Verfahrenstechnik | |
| Master Umwelt- und Verfahrenstechnik | 2,8% |
| Master Technologiemanagement | 2,5% |
| Fakultät für Informatik | |
| Master Informatik | 1,6% |
| Master Wirtschaftsinformatik | 1,7% |
| Fakultät für Wirtschaft | |
| Master Personalmanagement | 3,9% |
| Master Marketing/Vertrieb | 6,9% |
| Master Steuern/Rechnungslegung | 5,6% |

N=638, alle Angaben in Prozent

Die Befragung wurde mittels eines von den Studierenden erstellten Print-Fragebogens durchgeführt. Der Fragebogen bestand größtenteils aus geschlossenen Fragen mit vorgegebenen Antwortmöglichkeiten. Bei einem Teil der Fragen hatten die Studierenden die Möglichkeit, eigene Punkte zu nennen, die durch die Antwortvorgaben nicht abgedeckt waren. Am Ende des Fragebogens gab es zudem eine offene Frage, in der weitere wichtige Aspekte erwähnt werden konnten. Der Fragebogen umfasste zwei DIN-A4-Seiten, die Bearbeitungsdauer lag bei ca. zehn Minuten. Die Befragung richtete sich an Studierende aus den höheren Semestern, beginnend ab dem sechsten Semester bei den Bachelorstudiengängen und für alle Studierenden der Masterstudiengänge. Erreicht werden sollten also diejenigen, die aktuell oder innerhalb des nächsten Jahres auf Stellensuche gehen. Vorab wurde eine Testbefragung bei niedrigeren Semestern durchgeführt, um Unklarheiten und mögliche Verständnisprobleme zu identifizieren. Anschließend wurde der Fragebogen überarbeitet und angepasst.

Die Studierenden der Projektgruppe schlossen sich in Kleingruppen von je drei bis vier Personen zusammen und waren jeweils für die Befragung einer Fakultät zuständig. Die Befragungen erfolgten im Rahmen regulärer Vorlesungen. Am vereinbarten Termin kamen die Studierenden in die Veranstaltung, gaben einen kurzen Überblick über das Projekt und verteilten anschließend die Fragebögen. Die Auswertung wurde mit Hilfe der Statistik- und Analysesoftware SPSS vorgenommen, um umfangreiche statistische und grafische Datenanalysen erstellen zu können.

Die Teilnehmer der Befragung sind überwiegend männlich (62 Prozent) und zu 62 Prozent aus den technischen Studiengängen. Der Anteil der Frauen beträgt 37 Prozent, ein Prozent der Befragten verzichtet auf die Angabe ihres Geschlechts. Der Altersdurchschnitt liegt bei 24,2 Jahren für die Bachelorabsolventen und 26,6 Jahre für die Absolventen in Masterstudiengängen.

Eva-Maria Lechner, Korbinian Marzahn, Martina Steiger, Christian Weiser

Abb. 1: Befragte Studiengänge an der Hochschule Augsburg

| Bachelorstudiengänge | Prozent |
|--|---------|
| Fakultät Architektur und Bauwesen | |
| Bauingenieurwesen | 7,1% |
| E2D | 5,2% |
| Fakultät für Elektrotechnik | |
| Elektrotechnik | 6,9% |
| Mechatronik | 7,7% |
| Technische Informatik | 1,4% |
| Fakultät für Maschinenbau und Verfahrenstechnik | |
| Maschinenbau | 6% |
| Umwelt- und Verfahrenstechnik | 4,9% |
| Fakultät für Informatik | |
| Informatik | 6,4% |
| Wirtschaftsinformatik | 1,4% |
| Fakultät für Wirtschaft | |
| Betriebswirtschaft | 12,9% |
| International Management | 8,5% |



4. Gesamtergebnisse

Im Rahmen der Absolventenstudie zum Thema Arbeitgeberattraktivität der Hochschule Augsburg hat das Projektteam Personalmanagement 638 Absolventen verschiedener Fachrichtungen befragt. Die größte Gruppe bildeten die Studierenden der Wirtschaftswissenschaften mit mehr als 38 Prozent.

Abb. 2: Die wichtigsten Kriterien der Arbeitgeberattraktivität nach Gruppen

| Gesamt (N=638) | Männer (N=393) | Frauen (N=234) | Technik (N=397) | Wirtschaft (N=241) |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Betriebsklima | Betriebsklima | Betriebsklima | Betriebsklima | Betriebsklima |
| Gehalt | Gehalt | Work-Life-Balance | Gehalt | Gehalt |
| Aufgaben | Aufgaben | Gehalt | Aufgaben | Work-Life-Balance |
| Standort | Standort | Aufgaben | Standort | Karriere |
| Karriere | Sicherer Arbeitsplatz | Karriere | Sicherer Arbeitsplatz | Aufgaben |
| Work-Life-Balance | Karriere | Standort | Weiterbildung | Weiterbildung |
| Weiterbildung | Weiterbildung | Weiterbildung | Karriere | Standort |
| Sicherer Arbeitsplatz | Work-Life-Balance | Sicherer Arbeitsplatz | Work-Life-Balance | Sicherer Arbeitsplatz |

Betriebsklima für die meisten Absolventen bedeutsamer als Gehalt

Welche Kriterien sind für die Wahl des Arbeitgebers besonders wichtig? Die Studierenden hatten zwölf Kriterien zur Auswahl, unter denen sie die aus ihrer Sicht vier wichtigsten Einflussfaktoren auf die Arbeitgeberattraktivität auswählen konnten. Eindeutig wichtigstes Kriterium für die Wahl des Arbeitgebers ist überraschenderweise mit 62 Prozent ein gutes Betriebsklima. Auf Platz zwei folgt das Gehalt mit 53 Prozent. Die Plätze drei und vier belegen das Aufgabenfeld (43 Prozent) und der Standort (37 Prozent). Den geringsten Einfluss auf die Attraktivität des Arbeitgebers hat dessen Internationalität. Diese ist für lediglich 8 Prozent der Studierenden ein wichtiges Kriterium. Auf den Plätzen davor liegen die Produkte des Unternehmens (12 Prozent), die freie Einteilung der Arbeitszeit (13 Prozent) und das Image des Unternehmens (19 Prozent).

Während die Faktoren Betriebsklima und Gehalt über alle Gruppen der Studierenden hinweg auf den ersten beiden Plätzen liegen, ergeben sich auf den weiteren Rängen

teilweise deutliche Unterschiede. Für Frauen spielt die Work-Life-Balance eine signifikant größere Rolle als für Männer. Bei den Studentinnen liegt dieser Punkt auf Platz drei, während er bei den männlichen Kommilitonen erst auf Platz acht kommt. Für Ingenieure sind die Aufgaben wichtiger (Platz drei) als für die Wirtschaftsabsolventen (Platz fünf). Dafür sind Work-Life-Balance und Karrierechancen (Platz drei und vier) den Wirtschaftsabsolventen bedeutsamer als den Ingenieuren, die die Karriere auf Rang sieben und die Work-Life-Balance auf Platz acht setzen.

Großunternehmen werden von Absolventen bevorzugt

Die an der Umfrage beteiligten Studierenden wurden auch zu ihren Präferenzen hinsichtlich der gewünschten Unternehmensgröße befragt. Zur Auswahl standen folgende festgelegte Größenklassen: Internationaler Konzern (> 5.000 Mitarbeiter), Großunternehmen (500-5.000 Mitarbeiter), mittelständisches Unternehmen (<500 Mitarbeiter) und Kleinunternehmen (< 50 Mitarbeiter). Studierende hatten die Möglichkeit, in vier unterschiedlichen Abstufungen zu bewerten: 1 („am liebsten“) bis 4 („weniger gerne“).

Ausgehend von den Mittelwerten der vier Bewertungskriterien werden Großunternehmen mit einem durchschnittlichen Wert von 2,09 am attraktivsten beurteilt, gefolgt von den mittelständischen Unternehmen (Mittelwert 2,15). Internationale Konzerne landen mit einem Wert von 2,51 auf dem dritten Rang. Das Schlusslicht bilden kleine Unternehmen mit weniger als 50 Angestellten (Mittelwert 3,23).

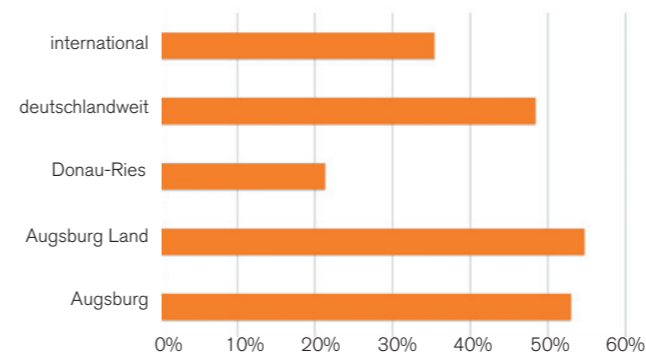
Die Studierenden bevorzugen Augsburg und dessen Umland als Arbeitsort, sind aber deutschlandweit flexibel

Für die Auswertung ist die Frage „Wo würden Sie eine Arbeitsstelle annehmen?“ herangezogen worden. Bei dieser Frage waren sechs Antwortmöglichkeiten gegeben, wobei Mehrfachantworten möglich waren. Die Befragten konnten zwischen Augsburg, Augsburg Land, Landkreis Donau-Ries, Deutschland, international und „ich bin zu keinem Umzug bereit“ wählen. Um eine signifikante Aussage über die Flexibilität der Studierenden treffen zu können, wurde die Frage „Wie viel Zeit sind Sie bereit, täglich zu Ihrem Wunscharbeitgeber zu fahren?“

(Einfache Strecke)“ ergänzend hinzugezogen. Zur Auswahl standen: weniger als 30 Minuten, zwischen 30 und 45 Minuten, zwischen 45 und 60 Minuten und mehr als 60 Minuten.

Bei der Wahl des Arbeitsortes ist eine klare Präferenz zu erkennen. Augsburg und sein ländliches Umland werden von über 50 Prozent der Absolventen favorisiert. Dies ist nicht überraschend, da über 60 Prozent der Studierenden bereits dort leben. Das Umland von Augsburg setzt sich mit 55 Prozent knapp gegen Augsburg durch, das mit 53 Prozent ähnlich beliebt ist. Der Landkreis Donau-Ries hingegen schneidet am schlechtesten ab. Nur 21 Prozent können sich vorstellen, dort einmal zu arbeiten. Allerdings sind 49 Prozent der 638 Umfrageteilnehmer deutschlandweit flexibel und würden ihren Wohn- und Arbeitsort auch woanders sehen. Eine Stelle im Ausland wird aber eher verhalten betrachtet. Lediglich 35 Prozent würden ihr Glück außerhalb Deutschlands suchen.

Abb. 3: Welches ist der beliebteste Arbeitsort?



Die Flexibilität der Studierenden zeigt sich auch in ihrer Bereitschaft, zu ihrem Wunscharbeitgeber zu pendeln. 57 Prozent der Studierenden geben an, dass sie bis zu 45 Minuten zu ihrer Arbeitsstelle fahren würden. Für 26 Prozent sind sogar Strecken bis zu 60 Minuten möglich. Die Toleranz für noch längere Fahrtzeiten ist sehr gering. Nur 5 Prozent können sich vorstellen, mehr als eine Stunde Arbeitsweg auf sich zu nehmen.

Zukünftige Studierende engagieren sich zeitlich stärker als vermutet

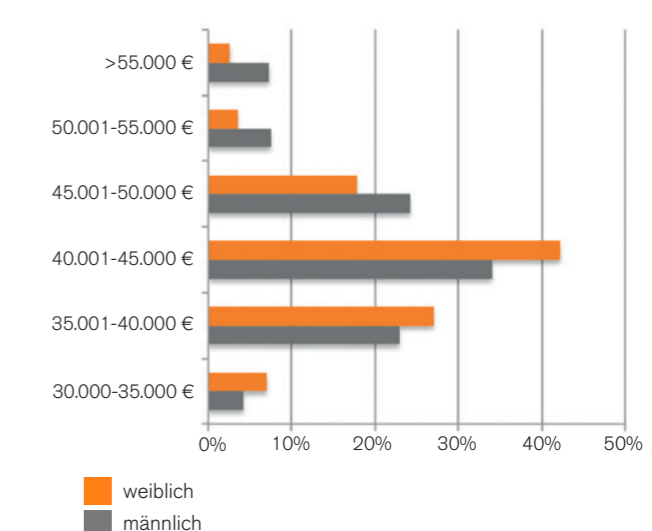
Auch die Frage nach dem gewünschten Jahresgehalt wurde innerhalb unserer Umfrage gestellt. Die Ergebnisse über die Gehaltsvorstellungen der zukünftigen Absolventen der verschiedensten Fachrichtungen

variieren sichtlich. Die wenigsten der 638 Studierenden geben sich mit einem Einstiegsgehalt von bis zu 35.000 Euro pro Jahr zufrieden. Mit 36 Prozent favorisieren die meisten der Studierenden ein Jahresgehalt im Bereich zwischen 40.000 und 45.000 Euro. Jeder vierte Absolvent erwartet ein Jahreseinkommen bis zu 40.000 Euro, der am zweithäufigsten angegebene Wert. Vor allem Unternehmen, die mit einer attraktiven Gehaltszahlung Absolventen locken möchten, sollten dieses Ergebnis bei der Festlegung ihrer Entgeltstufen mit einbeziehen. Einen Verdienst ab 50.000 Euro hält letztlich nur noch jeder zehnte Absolvent für realistisch.

Auch im Geschlechtervergleich zeigt sich bezüglich der Gehaltserwartungen ein signifikanter Unterschied. So liegen die Gehaltserwartungen der Männer insgesamt höher als die der Frauen. Das könnte dadurch begründet sein, dass Absolventinnen mehr Wert auf Work-Life-Balance legen und daher weniger arbeiten möchten. Ein Einstiegsgehalt zwischen 40.001 und 45.000 Euro wird von beiden Geschlechtern am häufigsten erwartet, 42 Prozent der Frauen und 34 Prozent der Männer.

Wer ein hohes Gehalt fordert, würde auch mehr arbeiten – und umgekehrt. Das belegen die Resultate aus der Frage nach den vertretbaren wöchentlichen Arbeitsstunden. Fast jeder siebte zukünftige Absolvent will höchstens bis zu 39 Stunden pro Woche arbeiten. Dafür kann sich aber knapp jeder zweite Befragte eine Arbeitswoche mit einem Zeitpensum zwischen

Abb. 4: Gehaltserwartungen im Geschlechtervergleich



40 und 44 Arbeitsstunden vorstellen. Sogar von einer Erhöhung auf weitere fünf Arbeitsstunden lässt sich noch ein Viertel der befragten Studierenden nicht abschrecken. Mit einer wöchentlichen Arbeitszeit von über 50 Stunden ist nur noch eine zehnpromtente Minderheit einverstanden.

Berufseinsteiger legen bei der Arbeitgeberwahl Wert auf Perspektiven und Planungssicherheit

Neben den monetären Faktoren wie dem Gehalt und nicht-monetären Einflussfaktoren wie dem Betriebsklima sind die Einstiegsmöglichkeiten für den qualifizierten Nachwuchs ebenfalls bedeutsam bei der Wahl des potenziellen Arbeitgebers. Wir haben deshalb nachgefragt, welche Vertragsformen die zukünftigen Berufseinsteiger bevorzugen. Die Studierenden konnten innerhalb der Beschäftigungsverhältnisse in vier Intervallen abstimmen: von 1 („keinesfalls“) bis 4 („auf jeden Fall“). Analysen anhand der Mittelwerte zeigen, dass die Mehrheit der Absolventen nach dem Studium am liebsten mit einem unbefristeten Arbeitsvertrag (hoher Mittelwert von 3,8) in das Berufsleben starten möchte. Nach der „Generation Praktikum“ legen die Befragten deutlich mehr Wert auf Planungssicherheit, die ein unbefristeter Arbeitsvertrag verspricht. Dennoch ist mit einem Mittelwert von 2,7 ein befristetes Anstellungsverhältnis für die Studierenden gleichwohl eine Alternative, zumindest für den ersten Arbeitsplatz. Weniger Planungssicherheit versprechen hingegen Vertragsformen wie freie Mitarbeit oder Projektverträge mit je einem Mittelwert von 2,0; sie sind deshalb für die Absolventen weniger attraktiv. Weit abgeschlagen auf den Plätzen 4 und 5 sind

Einstiegsmodelle wie Teilzeit oder Leiharbeit, wobei die Nachwuchstalente noch eher einen Teilzeitjob (Mittelwert 1,6) annehmen würden als einen Leiharbeitsvertrag (Mittelwert 1,2).

Absolventen ziehen eine Stelle bei ihrem Wunscharbeitgeber einem unbefristeten Arbeitsverhältnis vor

Zur Bewertung der Vorstellungen der Studierenden über Befristung von Arbeitsverhältnissen und zur Krisensicherheit wurden die Umfrageteilnehmer in einer weiteren Frage vor die Wahl gestellt: Sie sollten zwischen einem befristeten Arbeitsverhältnis bei ihrem Wunscharbeitgeber und einem unbefristeten Arbeitsverhältnis bei einem Arbeitgeber zweiter Wahl entscheiden. 61 Prozent der Befragten würden ein befristetes Arbeitsverhältnis bei ihrem Wunscharbeitgeber akzeptieren. Wohingegen 38 Prozent der Teilnehmer einen unbefristeten Vertrag vorziehen und damit eine Beschäftigung beim zweitbeliebtesten Arbeitgeber in Kauf nehmen würde. Darüber hinaus konnten die Umfrageteilnehmer zwischen einem Risiko-Unternehmen mit spannenden Aufgaben und einem krisensicheren Unternehmen mit weniger interessanten Aufgaben wählen. Hier fällt die Bewertung weniger deutlich aus: Während sich 50 Prozent für das Risiko-Unternehmen entscheiden würden, ziehen 48 Prozent ein krisensicheres Unternehmen vor.

Frühzeitige Jobzusagen für qualifizierte Absolventen

Der Wunsch nach Planungssicherheit zeigt sich auch bei der frühzeitigen Suche der Befragten nach einer Einstiegsposition. Der zukünftige Fachkräftenachwuchs ist gut ausgebildet und weiß um seine fachlichen Qualitäten. Diese Fachkräfte sind auf dem Arbeitsmarkt begehrt. Ein Drittel der Studierenden hat schon während des Studiums mit der Suche nach einer ersten Arbeitsstelle begonnen und bereits eine Stelle in Aussicht. Auffällig dabei ist, dass 16 Prozent der Studierenden eine Jobzusage erhalten, wenn sie bereits früher einmal ein Praktikum beim potenziellen Arbeitgeber absolviert oder bereits dort gearbeitet haben (8 Prozent). Die Hälfte der Absolventen mit einer Zusage können beim jetzigen Arbeitgeber ihre Karriere fortsetzen. Eigene Netzwerke und persönliche Kontakte verschaffen jedem vierten Absolventen den schnellen Einstieg in die Berufswelt.

Katharina Brückl, Muriel Heim, Olga Paul, Stefanie Richter

Zwischen den Absolventen der unterschiedlichen Studienrichtungen sowie zwischen Frauen und Männern gibt es teilweise deutliche Unterschiede hinsichtlich der Arbeitgeberattraktivität. So ist z.B. für Frauen die Work-Life-Balance viel wichtiger als für Männer, bei den Ingenieuren stehen die Aufgaben im Vordergrund. Unternehmen sind gut beraten, dies bei einer zielgruppenspezifischen Ansprache zu berücksichtigen.

Abb. 5: Wer hat schon ein Stellenangebot? (Angaben in Prozent) BW= Betriebswirtschaft IM= Internationales Management

| | Technische Studiengänge (N=397) | Männer in techn. Fächern (N=314) | Frauen in techn. Fächern (N=76) | BW / IM Studierende (N=241) | Männer in BW / IM (N= 79) | Frauen in BW / IM (N=158) |
|---------------|---------------------------------|----------------------------------|---------------------------------|-----------------------------|---------------------------|---------------------------|
| Stelle ja | 39,9 | 40,3 | 33,8 | 22,4 | 24,7 | 21,3 |
| Unsicher | 19,1 | 21,1 | 10,8 | 21,6 | 26 | 19,4 |
| Noch zu haben | 41,9 | 38,6 | 55,4 | 56,0 | 49,4 | 59,4 |

Hochschulabsolventen für Ihr Unternehmen begeistern?

Dual Studierende gewinnen?

Azubis werben?

Wir wissen wie.
Jetzt informieren: Tel. 0821-45033710

Corporate Publishing. PR. Social Media.

Hutter und Donner GmbH • Annastr. 3 • 86150 Augsburg
Tel +49 (0)821-450 33 710 • Fax +49 (0)821-450 33 729
info@hutterunddonner.de • www.hutterunddonner.de





5. Ergebnisse für die einzelnen Fakultäten

5.1 Fakultät für Architektur und Bauwesen

Aus der Fakultät Architektur und Bauwesen (A+B) wurden die Bachelorstudiengänge Bauingenieurwesen und Energieeffizientes Planen und Bauen (E2D) befragt. Ebenso die Masterstudiengänge Allgemeiner Ingenieurbau, Energie Effizienz Design sowie der berufsbegleitende Studiengang Projektmanagement. Insgesamt wurden 121 Studierende an der Fakultät befragt. Davon sind 64 Prozent in einem Bachelorstudiengang eingeschrieben, 36 Prozent absolvieren einen Masterstudiengang. Der Frauenanteil der Befragten beträgt 31 Prozent. Es beteiligten sich 66 Prozent Männer an dieser Umfrage und 3 Prozent der Befragten gaben ihr Geschlecht nicht an.

Das Gehalt ist entscheidend

Die Studierenden hatten zwölf Kriterien zur Auswahl, unter denen sie die aus ihrer Sicht vier wichtigsten Einflussfaktoren auf die Arbeitgeberattraktivität auswählen sollten. Bei den befragten Studiengängen handelt es sich um sehr technikbezogene Studiengänge. Entgegen der Annahme, Studierende aus technischen Studiengängen würden vor allem auf das Produkt eines Unternehmens Wert legen, ergab die Umfrage, dass das bedeutendste Kriterium, mit über 62 Prozent, das Gehalt ist. Es folgen Betriebsklima (60 Prozent), Standort und Karrierechancen (mit je 43 Prozent) sowie ein interessantes Aufgabengebiet (40 Prozent). Die Produkte landeten mit nur 9 Prozent auf dem letzten Platz. Auch bei der Betrachtung nach den einzelnen Studiengängen ergeben sich nur geringe Verschiebungen. Bei den E2D-Studierenden befindet sich das Betriebsklima mit knapp 75 Prozent an erster Stelle, während das Gehalt hier nur 67 Prozent ausmacht. Die Projektmanager legen neben dem Gehalt mit 64 Prozent auch hohen Wert auf den Standort (56 Prozent). Die geringste Abweichung zur Gesamtheit zeigt sich bei den Bauingenieuren. Hier achten 65 Prozent bei der Wahl des Arbeitgebers an erster Stelle auf die Höhe des Gehalts und an zweiter Stelle auf das Betriebsklima (46 Prozent).

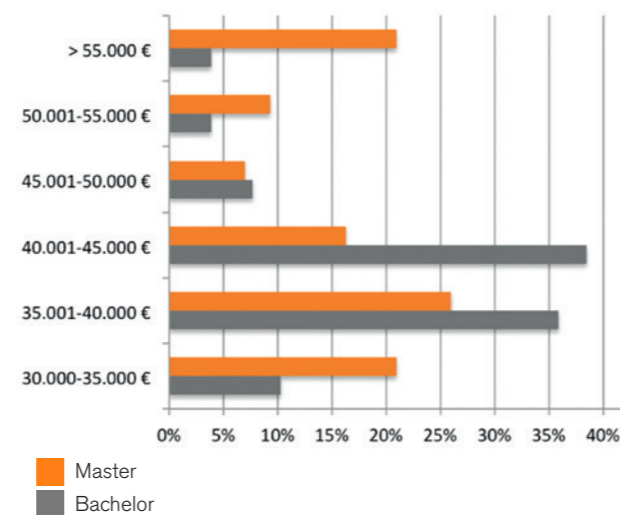
Beim Ausgleich der Standortnachteile sieht es nicht anders aus. Da nicht jeder Standort gleich attraktiv ist, wurden die Studierenden gefragt, wie Standortnachteile ausgeglichen werden können. Für 5 Prozent ist der Standort unwichtig und für 8 Prozent sind Standortnachteile gar nicht auszugleichen. Der überwiegenden Mehrheit von 87 Prozent kommt es auf das Gesamtangebot an. Hier können die Nachteile am ehesten durch

eine höhere Bezahlung (1,99 bei einer Skalierung von 1=„auf alle Fälle“, 6=„unwichtig“) ausgeglichen werden. Auf die Bezahlung alleine kommt es aber nicht an. Interessante Aufgaben (2,1) und Aufstiegschancen (2,2) werden als ähnlich wichtig eingestuft. Entscheidend ist also das Gesamtpaket, das stimmen muss.

Kein Einstiegsgehalt unter 40.000 Euro

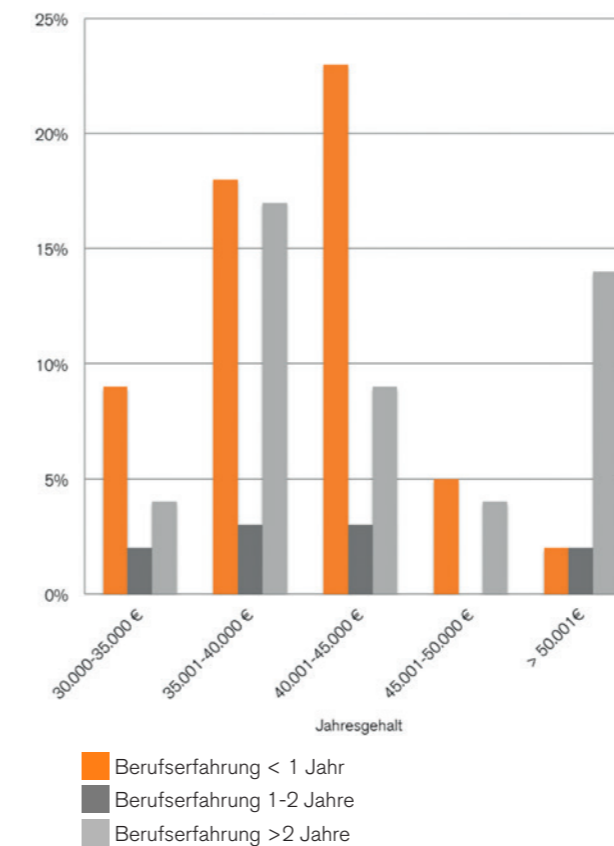
Welches Einstiegsgehalt halten Sie für realistisch? Diese Fragen stellten wir den Absolventen. Im Ergebnis halten 54 Prozent der Studierenden ein Einstiegsgehalt von mindestens 40.000 Euro für angemessen. Besonders auffällig ist dies bei dem Studiengang Projektmanagement. Hier geben 30 Prozent der Befragten ein Einstiegsgehalt von über 55.000 Euro an. Dabei ist aber zu beachten, dass der Masterstudiengang Projektmanagement berufsbegleitend ist, sprich die Studierenden im Regelfall bereits mehrjährige Berufserfahrung haben.

Abb. 6: Gehaltsvergleich Bachelor- und Masterstudierende Architektur und Bauingenieurwesen



Vergleicht man allerdings die Bachelorstudierenden mit den übrigen Masterstudierenden kommt man zu einem überraschenden Ergebnis. Die Masterstudierenden verlangen nicht durchgehend ein höheres Einstiegsgehalt. So halten 54 Prozent der Bachelorstudierenden ein Jahreseinstiegsgehalt von mindestens 40.000 Euro für realistisch. Bei den Bauingenieuren sind es sogar knapp 65 Prozent. Bei den übrigen Masterstudierenden nehmen 40 Prozent an, ein Einstiegsgehalt von 40.000 Euro zu erhalten. Das Gehalt wurde auch

Abb. 7: Das erwartete jährliche Einstiegsgehalt nach Berufserfahrung bei Bauingenieuren



in Verbindung mit der Berufserfahrung der Studierenden betrachtet. Es könnte angenommen werden, dass Studierende mit höherer Berufserfahrung ein höheres Einstiegsgehalt fordern, da sie bereits längere Zeit in der Praxis gearbeitet haben. Bei den Studierenden mit mehr als 2 Jahren Berufserfahrung erwarten 38 Prozent ein Einstiegsgehalt von über 45.000 Euro. Hingegen hält von den Studierenden, die weniger als 6 Monate Berufserfahrung haben, nur 10 Prozent ein Gehalt von über 45.000 Euro für realistisch.

Mittelstand und Ausgleichsfaktoren sind wichtig

Die deutsche Wirtschaft wird getragen von kleinen und mittelständischen Unternehmen. Aus diesem Grund wurden die Studierenden befragt, in welcher Art von Unternehmen sie gerne arbeiten möchten. Ergebnis: Der Mittelstand wird als sehr attraktiv angesehen. Er erhält

die Durchschnittsnote 1,95 (bei einer Skalierung von: 1=„am liebsten“, 4=„weniger gerne“) und landet damit auf dem ersten Platz. An zweiter Stelle, aber abgeschlagen mit einer durchschnittlichen Bewertung von 2,5 liegen die Großunternehmen. Am uninteressantesten finden die Befragten Kleinunternehmen und internationalen Konzerne.

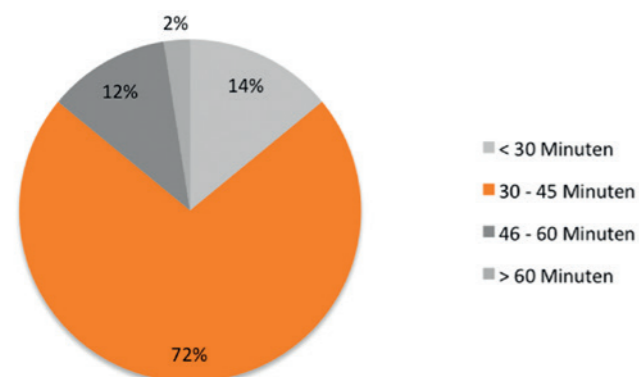
Die Studierenden sind am ehesten bereit, für ein überdurchschnittliches Gehalt bei einem dieser weniger begehrten Unternehmen zu arbeiten. Über 90 Prozent aller Befragten geben dies als Kriterium an. Dass die Bezahlung für die Studierenden der Fakultät Architektur und Bauwesen wichtig ist, bestätigt auch der Ausgleichsfaktor „Weihnachtsgeld“ (68 Prozent). Dieser platziert sich an zweiter Stelle. Betrachtet man die Ergebnisse nach Geschlechtern getrennt, so ergibt sich ein bedeutender Unterschied. Es zeigt sich, dass gerade Männer sich durch einen Firmenwagen von einem unattraktiven Arbeitgeber überzeugen lassen (57 Prozent). Der Faktor Kinderbetreuung ist bei männlichen Absolventen als Ausgleichsfaktor für ein unattraktives Unternehmen am wenigsten geeignet. Für 25 Prozent der Männer spielt die Kinderbetreuung gar keine Rolle (Note 6). Lediglich jeder Fünfte (22 Prozent) sieht die Kinderbetreuung als wichtig an. Bei den Frauen zeigt sich ein signifikant anderes Bild. Fast 48 Prozent der befragten Frauen vergeben bei der Kinderbetreuung die Noten 1 und 2 (bei einer Skalierung von 1=„sehr wichtig“, 6=„unwichtig“) und lediglich 12,3 Prozent finden die Verfügbarkeit der Betreuung unwichtig. Ein unattraktiver Arbeitgeber hat also gute Chancen, durch das Angebot einer Kinderbetreuung seine Attraktivität zu verbessern. Allerdings nur bei den weiblichen Absolventen, die sich mit 38 Prozent in der Minderheit befinden.

Wunscharbeitsorte und Fahrbereitschaft

Welcher Standort ist für die Studierenden interessant und wie groß ist die Bereitschaft, dorthin zu pendeln? Insgesamt kommen über 62 Prozent der Befragten aus einer größeren Stadt (mind. 100.000 Einwohner). Studierende der Fakultät Architektur und Bauwesen geben als interessantesten Arbeitsort sowohl Augsburg (mit 51 Prozent) als auch Gesamtdeutschland (ebenso mit 51 Prozent) an. Daraus lässt sich schließen, dass die Studierenden dieser Fakultät deutschlandweit umzugsbereit sind. Gute Chancen haben Arbeitgeber im Augsburger Umland (47 Prozent) ebenso wie im Ausland (43 Prozent). Einen schlechten Stand hat hierbei das

Gebiet Donau-Ries (18 Prozent). Dies zeigt sich ebenfalls in der Auswertung der gesamten Gruppe. Die Bereitschaft zu pendeln ist bei den Befragten sowohl für das Studium als auch für den Arbeitgeber sehr hoch. Bei der Fakultät Architektur und Bauwesen pendelt die

Abb. 8: Die Mobilitätsbereitschaft der Bauingenieur-Absolventen



Mehrzahl der Studierenden (39 Prozent) täglich zur Hochschule. 33 Prozent kommen direkt aus Augsburg. Für das Studium nach Augsburg gezogen sind lediglich 28 Prozent. Daraus kann geschlossen werden, dass sich der spätere Arbeitgeber auch in der Nähe des Wohnortes befinden sollte. Dies bestätigt auch die Bereitschaft des Pendelns zur Arbeitsstelle. 72 Prozent sind bereit, maximal 45 Minuten zum zukünftigen Arbeitgeber zu fahren. Und immerhin 11 Prozent nehmen sogar eine Strecke in Kauf, die länger als 45 Minuten vom jeweiligen Wohnort entfernt liegt.

Studierende sind bereit, bis zu 44 Stunden pro Woche zu arbeiten

Die Mehrzahl der Absolventen der Fakultät A+B (54 Prozent) ist bereit, zwischen 40 und 44 Stunden pro Woche zu arbeiten. Überstunden in moderatem Umfang werden also akzeptiert. Lediglich 8 Prozent der Studierenden lehnen Überstunden komplett ab. Das Thema Work-Life-Balance gewinnt heutzutage bei der Generation Y immer mehr an Bedeutung. Daher ist anzunehmen, dass es den zukünftigen Absolventen wichtig ist, genug Freizeit zu haben. Dies spiegelt sich auch in der Auswertung wider. 54 Prozent der Studierenden geben an, zwischen 40 und 44 Stunden pro Woche arbeiten zu wollen. Die Studierenden wurden auch dazu

befragt, ob sie bereit wären, für 10 Stunden weniger Arbeitszeit, auf Gehalt zu verzichten. Von den Studierenden würden 75 Prozent ein bis zu 600 Euro geringeres Monatsgehalt akzeptieren. Daraus lässt sich schließen, dass über drei Viertel dieser Studierenden lieber weniger arbeiten (zwischen 30 und 34 Stunden) und dafür auch weniger Gehalt in Kauf nehmen würden. Allerdings wollen auch 36 Prozent auf höchstens 300 Euro verzichten.

Absolventen finden schnell eine Festanstellung

Absolventen haben keine Probleme, eine Festanstellung zu finden. So geben 54 Prozent der Studierenden an, bereits eine Stelle in Aussicht zu haben. Da es sich bei dem Studiengang Projektmanagement um einen berufsbegleitenden Studiengang handelt, überrascht es nicht, dass 88 Prozent der Teilnehmer dieses Studiengangs schon über eine Stelle verfügen. Von den Bauingenieuren haben bereits 54 Prozent eine Stelle, bei den E2D-Studierenden sind es 40 Prozent. Lediglich Absolventen der Masterstudiengänge Allgemeiner Ingenieurbau und Energie Effizienz Design haben zu 67 Prozent noch keine Stellenzusage. Hier haben Unternehmen die Chance, Absolventen zu rekrutieren.

Ebenso wurden die Studierenden gefragt, wo sie eine Festanstellung gefunden haben. Vom aktuellen Arbeitgeber haben 27 Prozent bereits ein Stellenangebot erhalten. Beim (ehemaligen) Praktikumsbetrieb bekommen 25 Prozent eine Festanstellung. Unternehmen versuchen also, diese Absolventen früh an sich zu binden.

Wenn es um die Vertragsart geht, wird die unbefristete Festanstellung bevorzugt. Das geben 72 Prozent an. Einen befristeten Vertrag ziehen hingegen nur 43 Prozent in Betracht. Mit Abstand am unbeliebtesten ist die Leiharbeit. Diese wird von 84 Prozent der Befragten kategorisch abgelehnt. Die Ergebnisse variieren

Abb. 9: Wie viele der Bauingenieure haben schon eine Stellenzusage?

| | Stelle | | |
|----------|--------|----------|----|
| | nein | unsicher | ja |
| Bachelor | 30 | 10 | 37 |
| Master | 9 | 4 | 29 |
| Gesamt | 39 | 14 | 66 |

jedoch nach Geschlecht. Für 43 Prozent der männlichen Absolventen wäre ein unbefristeter Arbeitsvertrag ein Anlass, einem ansonsten eher unattraktiven Unternehmen den Vorrang zu geben. Bei den weiblichen Absolventen wären hingegen über 64 Prozent bereit, einen befristeten Vertrag zu akzeptieren, um bei ihrem Wunscharbeitgeber zu beginnen.

Faire Bewerbung, lange Wartezeiten

Die Studierenden wurden nach den Erfahrungen im Bewerbungsprozess ihrer bisherigen Praktika oder Ausbildung gefragt. Der Großteil der Studierenden (70 Prozent) fühlt sich im Bewerbungsverlauf fair behandelt. Auch mit der Freundlichkeit der Gesprächspartner sind 82 Prozent der Studierenden zufrieden. Aus Sicht der Studierenden vergeht jedoch zu viel Zeit, bis die Unternehmen Rückmeldung zur Bewerbung geben. Jeder Dritte musste oft lange auf eine Antwort warten. Knapp die Hälfte war mit der Wartezeit nur zum Teil zufrieden und vergab daher die Schulnote 3 (bei einer Benotung von 1 bis 6). Werte, die deutlich zu hoch sind, wenn man bedenkt, dass sich viele der Befragten ihrer Stellung am Arbeitsmarkt bewusst sind. Nur jeder Zweite konnte in seinem Bewerbungsprozess aktuelle Inhalte auf der Webseite der Firmen wiederfinden. Ebenso ist nur die Hälfte der Befragten der Meinung, dass der Inhalt der Firmenwebsite auf dem neusten Stand ist.

Interessante Aufgaben vor Sicherheit

Ein sicherer Arbeitsplatz ist bei Absolventen der Fakultät A+B sehr begehrt. Doch nicht jedes krisensichere Unternehmen bietet immer ein interessantes Aufgabengebiet. Deshalb wurden die Studierenden gefragt, ob sie ein risikoreiches Unternehmen mit attraktiven Aufgaben einem krisensicheren Unternehmen mit weniger interessanten Aufgaben vorziehen würden. Knapp 60 Prozent der Absolventen der Fakultät Architektur und Bauwesen sind bereit, für interessante Aufgaben bei einem Unternehmen mit höherem Arbeitsplatzrisiko anzufangen. Hier zeigen die Absolventen der Fakultät A+B eine höhere Risikobereitschaft als die Gesamtheit der Absolventen. Von dieser bevorzugt jeder Zweite ein krisensicheres Unternehmen.

Eva-Maria Lechner, Korbinian Marzahn, Martina Steiger, Christian Weiser

Das Gehalt gehört zu den entscheidenden Kriterien bei der Arbeitgeberwahl. Es sollte nicht unter 40.000 Euro pro Jahr liegen. Daneben sind Betriebsklima, Aufgabefeld und Standort sehr wichtig. Ein interessantes Aufgabefeld wird stärker geschätzt als ein sicherer Arbeitsplatz. Ebenso sind die Studierenden bereit, zum Arbeitgeber zu pendeln, am liebsten zu einem mittelständischen Unternehmen. Der Arbeitsplatz sollte jedoch innerhalb von 45 Minuten erreichbar sein. Unattraktive Standorte können durch eine hohe Bezahlung ausgeglichen werden. Bei den Männern kann zudem mit einem Firmenwagen geworben werden. Frauen hingegen ist eine Kinderbetreuung im Unternehmen signifikant wichtiger. Die Hälfte der Absolventen hat bereits eine Festanstellung in Aussicht.

5.2 Fakultät für Elektrotechnik

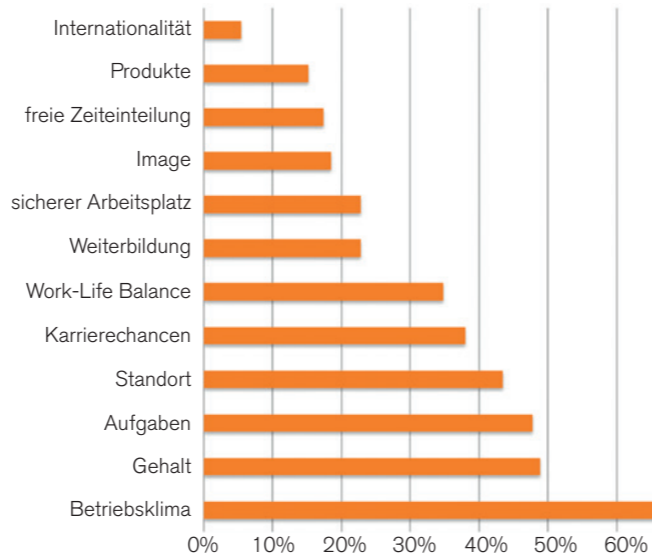
An der vorliegenden Umfrage haben insgesamt 49 Studierende (43 männlich, 6 weiblich) des Studiengangs Elektrotechnik und 44 Studierende (42 männlich, 2 weiblich) des Studiengangs Mechatronik teilgenommen. Masterstudiengänge wurden in dieser Fakultät nicht befragt. Es wird klar, dass in technischen Studiengängen immer noch die männlichen Studierenden dominieren. Ein Vergleich nach Geschlecht war auf Grund der wenigen Teilnehmerinnen nicht möglich.

Angenehmes Betriebsklima wichtiger als Gehalt

Welche Erwartungen haben die Absolventen an ihren zukünftigen Arbeitgeber? Um herauszufinden, was für den Absolventen bei der Arbeitgeberwahl entscheidend ist, sollten die Befragten die vier für sie wichtigsten Kriterien aus zwölf vorgegebenen Attributen auswählen. Mit Abstand das wichtigste Kriterium ist das Betriebsklima mit 66 Prozent. Die Plätze zwei und drei nehmen das Aufgabenfeld (48 Prozent) und das Gehalt (47 Prozent) ein. Den Absolventen ist also neben interessanten Aufgaben und angemessenem Gehalt, vor allem wichtig, sich im Betriebsumfeld wohlfühlen. Auch ein sicherer Arbeitsplatz trägt mit 43 Prozent maßgeblich zur Attraktivität eines Unternehmens bei. Entgegen der Erwartungen liegt das Produkt eines Unternehmens mit 23 Prozent nur auf Platz sieben, gleichauf mit der Work-Life-Balance. Das Image des Unternehmens (18 Prozent), die freie Einteilung der Arbeitszeit (17 Prozent) und die Karrierechancen (15 Prozent) sind für die Befragten weniger wichtig. Weit abgeschlagen, auf dem letzten Platz, liegt die Internationalität mit 5 Prozent.

Obwohl Ingenieure am Arbeitsmarkt sehr gefragt sind und somit bessere Chancen als Absolventen der wirtschaftswissenschaftlichen Studiengänge haben, ergab die Frage nach einem sicheren Arbeitsplatz ein überraschendes Ergebnis. Wirtschaftsstudierende wählten diesen nur auf Platz neun, die Elektrotechniker und Mechatroniker jedoch auf Platz vier. Studierende der Fakultät Elektrotechnik und Mechatronik legen somit großen Wert auf hohe Arbeitsplatzsicherheit. Sie möchten das Risiko, nach Ablauf eines befristeten Vertrages eventuell arbeitslos zu sein, ungern eingehen. Dies überrascht, da gerade bei ihnen die Wahrscheinlichkeit hoch ist, schnell bei einem neuen Arbeitgeber einsteigen zu können. Was aber nicht heißt, dass sie den

Abb. 10: Die Bedeutung einzelner Faktoren für die Arbeitgeberattraktivität bei Elektrotechnikern

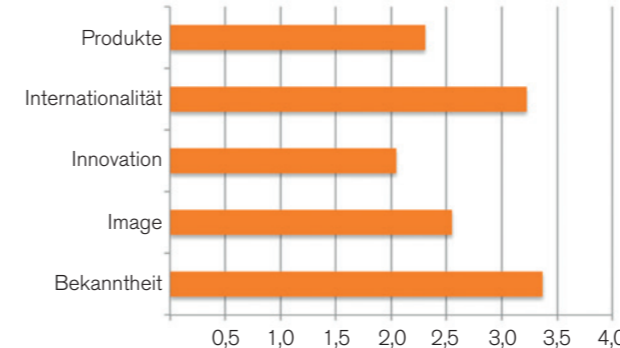


Arbeitgeber gerne wechseln. Der Wunsch nach einem sicheren Arbeitsplatz spiegelt sich auch bei der Frage wider, ob eine Stelle mit spannenden Aufgaben bei einem Risiko-Unternehmen oder eine Stelle mit weniger interessanten Aufgaben bei einem krisensicheren Unternehmen bevorzugt wird. Hier entschieden sich 60 Prozent der Befragten für einen Arbeitsplatz bei einem krisensicheren Unternehmen und dies trotz der weniger interessanten Aufgaben.

Innovationsfähigkeit des Unternehmens von hoher Bedeutung

Die Einstufung der Attribute Bekanntheit, Image, Innovationsfähigkeit, Internationalität und Produkte bezüglich ihrer Wichtigkeit bei der Wahl des Unternehmens ergab folgendes Bild (1=„sehr wichtig“, 6=„unwichtig“): Die Innovationsfähigkeit eines Unternehmens ist für Absolventen der Elektrotechnik und Mechatronik mit einem Mittelwert von 2,04 das wichtigste Kriterium bei der Wahl des zukünftigen Arbeitgebers. Das Produkt belegt mit einem Mittelwert von 2,31 Platz zwei. Dies widerspricht den Ergebnissen aus dem ersten Teil, denn hier landete das Produkt im Vergleich zu den anderen Attributen nur auf Platz 7. Es scheint, dass Elektrotechnik- und Mechatronik-Studierende das Produkt im Vergleich zu Internationalität, Bekanntheit und Image bevorzugen, ihnen aber ein gutes Arbeitsklima, interessante Aufgaben, Gehalt, ein sicherer Arbeitsplatz und der Standort noch weitaus wichtiger sind als das Produkt.

Abb. 11: Die wichtigsten Kriterien für die Arbeitgeberattraktivität im Vergleich (Mittelwert)



Vergleicht man die wirtschaftswissenschaftlichen Studiengänge mit den Studiengängen Elektrotechnik und Mechatronik, so zeigt sich, dass das Produkt für Ingenieure signifikant bedeutsamer bei der Wahl des Unternehmens ist als für Wirtschaftsstudenten (Mittelwert 2,7). Das Image des Unternehmens liegt im Mittelfeld (Mittelwert 2,55). Internationalität (Mittelwert 3,22) und Bekanntheit des Unternehmens (Mittelwert 3,37) nehmen bei den Absolventen der Elektrotechnik und Mechatronik nur eine untergeordnete Rolle ein. Hier zeichnet sich, wie bereits oben dargestellt, ab, dass es Absolventen der Fakultät Elektrotechnik und Mechatronik tendenziell wenig ins Ausland zieht.

Standortnachteile sind auszugleichen

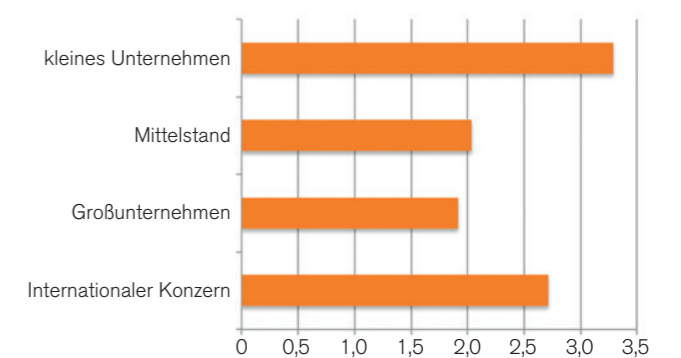
Welche Rolle spielt der Standort des Unternehmens? Grundsätzlich ist der Standort bedeutender als z.B. das Image, die Karrierechancen oder die Produkte. Trotzdem sind Standortnachteile eines Unternehmens für 82 Prozent der befragten Elektrotechniker und Mechatroniker durch das richtige Angebot auszugleichen. Um herauszufinden, was Unternehmen Absolventen zusätzlich bieten müssen, damit sie eine Stelle an einem unattraktiven Standort annehmen, wurde nach der Bedeutung folgender Faktoren gefragt: Höhere Bezahlung, interessantere Aufgaben und schnellere Aufstiegschancen. Das beste Ausgleichsmittel ist die Wahrnehmung interessanter Aufgaben. Deren Bedeutung stufen 76 Prozent der Studierenden mit hoch bis sehr hoch ein. Hier wird noch einmal bestätigt, welchen Stellenwert das Aufgabengebiet bei Absolventen der Mechatronik und der Elektrotechnik einnimmt. An zweiter Stelle wählen die Studierenden mit 68 Prozent die höhere Bezahlung. Auf bessere Aufstiegschancen (53 Prozent) legen Elektrotechniker und Mechatroniker weniger Wert.

Weiterhin können Weihnachtsgeld und Boni für einen eher unattraktiven Arbeitgeber Mittel sein, einen Absolventen vom eigenen Unternehmen zu überzeugen. Im Vergleich zu Absolventen der Elektrotechnik und der Mechatronik lassen sich Wirtschaftsstudenten stärker mit Geld und Karrierechancen gewinnen. Das Angebot an Firmenwagen und Kinderbetreuung spielt für Elektrotechnik- und Mechatronikstudierenden eine untergeordnete Rolle. Dies ist unabhängig vom Alter.

Groß- und mittelständische Unternehmen sind die interessantesten Arbeitgeber

Besteht bei den Studierenden eine Präferenz bezüglich der Unternehmensgröße? Die Befragten hatten die Möglichkeit, vier verschiedene Unternehmensgrößen in eine Rangreihenfolge zu bringen (1=„am liebsten“, 4=„weniger gerne“). Mit einem Mittelwert von 1,92 befinden sich Großunternehmen auf Platz 1. Dicht gefolgt von mittelständischen Unternehmen (Mittelwert 2,04). Weniger beliebt sind internationale Konzerne (Mittelwert 2,72). Kleinunternehmen befinden sich mit einem Mittelwert von 3,29 auf dem letzten Platz. Vergleicht man die Ergebnisse mit denen der Maschinenbau-Studierenden, erhält man die identische Reihenfolge. Es ergeben sich lediglich marginale Abweichungen bei den Mittelwerten.

Abb. 12: Die Bedeutung der Unternehmensgröße für die Arbeitgeberwahl bei Elektrotechnikern (1 = am liebsten, 4 = weniger gerne)



Elektrotechniker und Mechatroniker suchen ihren zukünftigen Arbeitgeber lokal

Wie „weit“ würden die Absolventen gehen – wie viel Mobilitätsbereitschaft kann von den Elektrotechnikern und Mechatronikern erwartet werden? Hoch im Kurs liegen die Stadt und der Landkreis Augsburg. 69 Prozent der befragten Studierenden der Studiengänge Elektrotechnik

und Mechatronik würden eine Arbeitsstelle im Augsburger Umland annehmen, dicht gefolgt von der Stadt Augsburg mit 65 Prozent. Mehr als die Hälfte der Befragten (59 Prozent), die für das Studium nach Augsburg gezogen sind, können sich vorstellen, auch in Augsburg und der Umgebung zu bleiben. Obwohl insgesamt 34 Prozent der Studierenden bereit waren, für das Studium umzuziehen, gilt dies nicht in gleichem Maße für den zukünftigen Arbeitgeber. Über drei Viertel der Studierenden, die aus Augsburg stammen, möchten in der Region Augsburg arbeiten.

Studierende, die zwischen der Hochschule Augsburg und ihrem Heimatort pendeln, weisen eine signifikant größere Bereitschaft auf, eine Arbeitsstelle im Landkreis Donau-Ries (38 Prozent) aufzunehmen, als Studierende, die für das Studium nach Augsburg gezogen sind oder aus Augsburg kommen. Dies kann zum einen an der höheren Bereitschaft zum Pendeln liegen oder daran, dass die Studierenden aus dem Landkreis Donau-Ries nach Augsburg fahren. 59 Prozent der Studierenden, die gerne im Landkreis Donau-Ries arbeiten würden, sind bereit, 30 bis 45 Minuten zur Arbeit zu fahren. 28 Prozent wären sogar bereit, mehr als 45 Minuten zu fahren.

Immerhin 34 Prozent der Elektrotechniker und Mechatroniker könnten sich grundsätzlich vorstellen, im Landkreis Donau-Ries zu arbeiten. Grundsätzlich ist ein Potenzial an Absolventen vorhanden, das die lokalen Unternehmen mit einem attraktiven Gesamtpaket ansprechen können. Des Weiteren fällt auf, dass nur wenige der Befragten (24 Prozent) einen Arbeitsplatz im Ausland annehmen wollen. Dies deckt sich wiederum mit den oben dargestellten Ergebnissen bezüglich der geringen Bedeutung der Internationalität für die Zielgruppe. Dennoch wären 35 Prozent bereit, in ganz

Deutschland zu arbeiten. Zum Vergleich: 43 Prozent der Studierenden der Fakultät Maschinenbau sind wil-lens, deutschlandweit eine Arbeitsstelle anzunehmen. 30 Prozent würden sogar eine Stelle im Ausland annehmen. Maschinenbau-Studierende weisen somit eine höhere Mobilitätsbereitschaft auf als die Elektrotechniker und Mechatroniker.

81 Prozent der Elektrotechniker und Mechatroniker würden eine Fahrzeit zwischen 30 bis 60 Minuten zu ihrem Wunscharbeitgeber in Kauf nehmen. Lediglich 15 Prozent wünschen sich nur einen Anfahrtsweg bis zu 30 Minuten. Dieses Ergebnis bestätigt die vorherige Aussage, dass Studierende, die in Augsburg leben, auch in Augsburg-Stadt oder Augsburg-Land arbeiten wollen. Schließlich sind nur 4 Prozent bereit, länger als 60 Minuten zur Arbeit zu fahren.

Frühzeitige Rekrutierungsmaßnahmen sind bei Studierenden der Elektrotechnik und der Mechatronik notwendig

Bereits 38 Prozent der befragten Absolventen der Elektrotechnik und Mechatronik haben eine feste Arbeitsstelle nach dem Studium, bei weiteren 18 Prozent ist die Arbeitsstelle noch nicht ganz konkret. Diese Zahl ist im Vergleich zu den Wirtschaftsstudierenden (23 Prozent) signifikant höher und wird im Bereich der Bachelorstudiengänge nur noch von den Studierenden des Bauingenieurwesens übertroffen. Lediglich 44 Prozent der befragten Elektrotechniker und Mechatroniker stehen dem Arbeitsmarkt noch zur Verfügung. Die meisten Absolventen kennen ihren zukünftigen Arbeitgeber durch ihre aktuelle Werkstudententätigkeit (18 Prozent) oder aus dem Praktikum (16 Prozent).

Elektrotechniker und Mechatroniker haben durchschnittliche Gehaltsanforderungen an den zukünftigen Arbeitgeber

70 Prozent der befragten Studierenden fordern zwischen 40.000 und 50.000 Euro als Einstiegsgehalt. Der Großteil der Elektrotechniker und Mechatroniker ist dafür bereit, 40 bis 49 Stunden wöchentlich zu arbeiten. Lediglich 9 Prozent der Befragten erwarten mehr als 50.000 Euro. Vergleicht man die Elektrotechniker und Mechatroniker mit den Maschinenbaustudierenden, so lässt sich erkennen, dass hier 61 Prozent ein Einstiegsgehalt zwischen 40.000 und 50.000 Euro fordern. Jedoch erhoffen sich 16 Prozent der Maschinenbauer

ein Gehalt von über 50.000 Euro, bei Mechatronik- und Elektrotechnik-Studierenden sind dies nur knapp 9 Prozent.

23 Prozent der befragten Studierenden der Fakultäten Elektrotechnik und Mechatronik würden eine Arbeitszeit zwischen 35 und 39 Stunden in der Woche bevorzugen. Im Vergleich wollen dies nur 13 Prozent der Wirtschaftsstudierenden. 44 Prozent der Studierenden der Fakultät Wirtschaft würden über 45 Stunden pro Woche arbeiten, hierzu wären nur 37 Prozent der befragten Elektrotechniker und Mechatroniker bereit. Lediglich 5 Prozent würden überhaupt keine Überstunden machen wollen.

Sind die Studierenden des Studiengangs Elektrotechnik und Mechatronik bereit, auf Gehalt zu verzichten, wenn sie dadurch ihre wöchentliche Arbeitszeit um zehn Stunden reduzieren könnten? 69 Prozent bejahen dies und würden für zehn Stunden weniger Arbeitszeit pro Woche auf 600 Euro monatlich verzichten. Hingegen würden 12 Prozent eine längere Arbeitszeit in Kauf nehmen, wenn dies mit einem Mehrverdienst verbunden ist.

Christina Feyerabend, Marina Fuchs, Sabrina Kraus

Für Absolventen der Studienrichtung Elektrotechnik und Mechatronik ist ein angenehmes Betriebsklima mit 66 Prozent das mit Abstand wichtigste Kriterium bei der Arbeitgeberwahl. Eine geringere Rolle spielt für sie das Produkt an sich. Auch ein anspruchsvolles Aufgabenfeld ist wichtig. Ein sicherer Arbeitsplatz ist für Studierende der Fakultät Elektrotechnik und Mechatronik von besonderer Bedeutung. Trotz der Globalisierung sind Ausland und Internationalität für die wenigsten Absolventen interessant. Augsburg-Stadt und Augsburg-Land werden bei der Standortwahl des zukünftigen Arbeitgebers bevorzugt. Der Großteil der Absolventen hat bereits einen Arbeitsplatz nach dem Studium in Aussicht.

Abb. 13: Die Mobilitätsbereitschaft der Elektrotechniker und Mechatroniker

| Stelle wurde angenommen in ... | Gruppe: für das Studium nach Augsburg umgezogen (N=32) | Gruppe: Augsburger (N=24) | Gruppe: pendeln nach Augsburg (N=37) | Gesamt (N=93) |
|--------------------------------|--|---------------------------|--------------------------------------|---------------|
| Augsburg | 19 | 18 | 23 | 60 |
| Augsburg Land | 19 | 19 | 26 | 64 |
| Landkreis Donau-Ries | 9 | 9 | 14 | 32 |
| Deutschland | 13 | 6 | 14 | 33 |
| Ausland | 8 | 4 | 10 | 22 |
| Kein Umzug | 5 | 2 | 6 | 13 |

*Unsere berufliche Zukunft?
Flexibel und sicher zugleich.*

OFFICE & MANAGEMENT

INDUSTRIE

INFORMATION TECHNOLOGY

FINANCE

Gehen Sie mit uns den beruflichen Weg, der zu Ihnen passt.

Wir bieten Ihnen:

- Abwechslungsreiche Projekte für Fach- und Führungskräfte
- Individuelle Karriereplanung
- Stellen für Young Professionals
- Trainee-Programme

- Abschluss-Arbeiten
- Praktika
- Kontinuierliche Weiterbildung
- Umfassende Sozialleistungen

Wir freuen uns auf Sie! www.dis-ag.com



DIS AG • Industrie • Office & Management
Fuggerstraße 5-7 • 86150 Augsburg
Telefon 0821 34361-0
augsburg@dis-ag.com

5.3 Fakultät für Informatik

In der Fakultät für Informatik wurden insgesamt 80 Studierende befragt. Teilgenommen haben 59 Studierende aus den Bachelor-Studiengängen und 21 Studierende aus dem Master-Studiengang.

Der größte Teil der Informatik-Absolventen verfügt über Berufserfahrung

Wie viel Berufserfahrung können die Studierenden der Fakultät für Informatik nachweisen? 68 Prozent der Befragten bringen über sechs Monate Berufserfahrung mit. Im Bereich der Bacheloranden sind es 64 Prozent, bei den Masteranden sogar 80 Prozent. Berufserfahrung bis zu 6 Monaten haben 19 Prozent der Studierenden. 21 Prozent bei den Bacheloranden und 13 Prozent bei den Masteranden. Die restlichen 13 Prozent besitzen noch keine Berufserfahrung. Dies gilt für 15 Prozent der Bacheloranden und 7 Prozent der Masteranden.

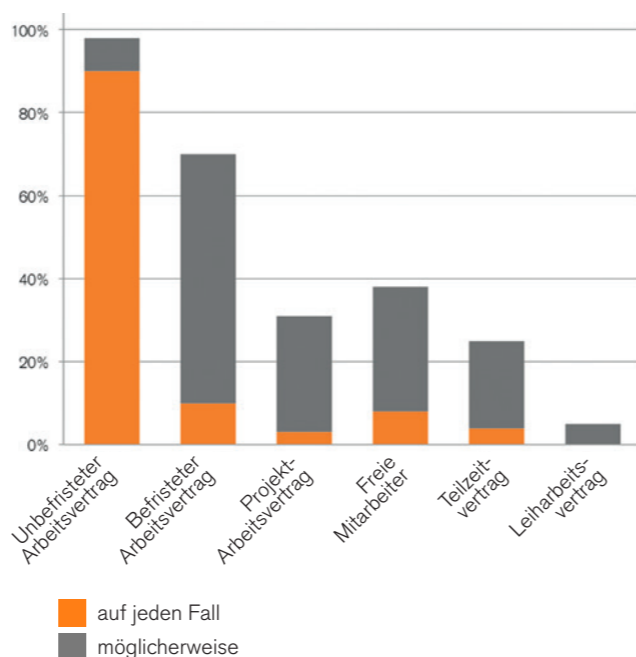
Großunternehmen und unbefristete Arbeitsverträge bevorzugt

Ist für die Studierenden bei der Arbeitgeberwahl die Unternehmensgröße entscheidend? Die Studierenden konnten zwischen 1 (=„am liebsten“) und 4 (=„weniger gerne“) wählen. Mit einem Mittelwert von 2,22 werden Großunternehmen bei der Arbeitgeberwahl bevorzugt. Zu beobachten ist, dass der Mittelstand (Mittelwert = 2,22) gleich auf mit den Großunternehmen liegt und daher ebenso interessant für die Informatiker ist. Internationale Konzerne belegen mit einem Mittelwert von 2,54 den dritten Platz und Kleinunternehmen (Mittelwert = 3,05) sind am wenigsten attraktiv für die Informatiker.

90 Prozent der befragten Studierenden ziehen einen unbefristeten Arbeitsvertrag vor. Nur 10 Prozent würden einen befristeten Arbeitsvertrag „auf jeden Fall“ akzeptieren. Dies gilt ebenso beim Projektarbeitsvertrag mit 3 Prozent, beim Arbeitsvertrag für freie Mitarbeiter mit 8 Prozent und beim Teilzeitvertrag mit 4 Prozent. Weiterhin fällt auf, dass ein Leiharbeitsvertrag von den befragten Studierenden überhaupt nicht angenommen wird.

Wie verändert sich das Ergebnis, wenn wir die Antwortmöglichkeit „möglicherweise“ mit einbeziehen? Alle Studierenden bevorzugen einen unbefristeten Arbeitsvertrag. 70 Prozent der Studierenden würden zur Not einen befristeten Arbeitsvertrag akzeptieren. Ebenso ist eine deutliche Erhöhung bei den Arbeitsverträgen

Abb. 14: Welche Anstellungsverhältnisse bevorzugen Informatiker?

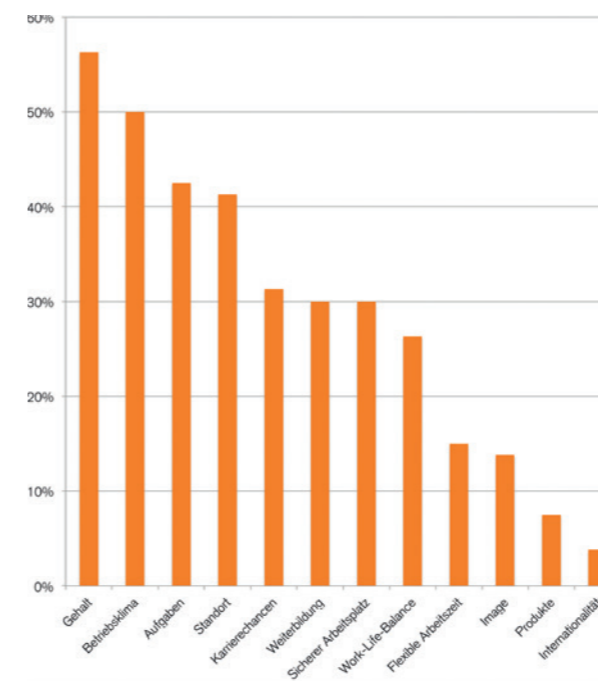


für freie Mitarbeiter (38 Prozent) und für Projektarbeitsverträge (31 Prozent) zu sehen. Für 25 Prozent der befragten Studierenden kommt ein Teilzeitvertrag in Frage. Trotz der zusätzlichen Antwortmöglichkeit können sich nur 5 Prozent einen Leiharbeitsvertrag vorstellen.

Was zählt bei der Arbeitgeberwahl?

Von 12 Auswahlkriterien durften die Studierenden die für sie vier Wichtigsten auswählen. Für 56 Prozent der Absolventen ist das Gehalt das wichtigste Kriterium. Hier unterscheiden sich die Informatiker von der Gesamtheit der Absolventen, für die das Betriebs-klima auf dem ersten Platz liegt. Das Betriebs-klima wird von den Informatikern mit 50 Prozent als zweitwichtigstes Kriterium angesehen. Das Aufgabenfeld mit 43 Prozent und Standort mit 41 Prozent folgen dicht aufeinander auf den Plätzen drei und vier. Weit abgeschlagen auf den letzten Plätzen liegen die Internationalität mit vier Prozent und die Produkte mit acht Prozent. Die Faktoren Work-Life-Balance und Karrierechancen haben eine mittlere Wichtigkeit für die befragten Studierenden.

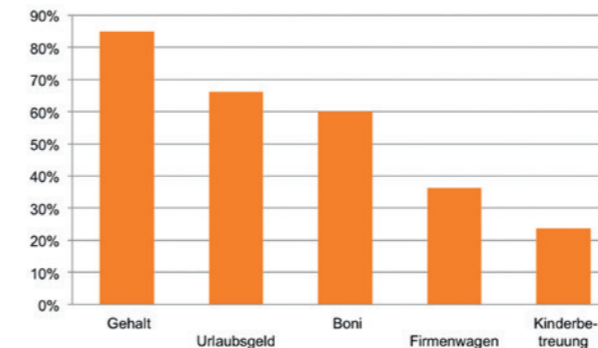
Abb. 15: Die wichtigsten Kriterien der Arbeitgeberattraktivität bei Informatikern



Was kann ein eher unattraktiver Arbeitgeber tun?

85 Prozent der Befragten lassen sich von einem überdurchschnittlichen Gehalt überzeugen, zu einem sonst eher unattraktiven Arbeitgeber zu gehen. Urlaubs- und Weihnachtsgeld mit 66 Prozent sowie Boni mit 60 Prozent sind ebenfalls attraktive Ausgleichsfaktoren. Mit 24 Prozent wird das Angebot einer Kinderbetreuung als weniger attraktiv angesehen. Dies mag damit zusammenhängen, dass die zukünftigen Absolventen zum Zeitpunkt der Befragung mit einem Durchschnittsalter von 24 Jahren noch relativ jung sind.

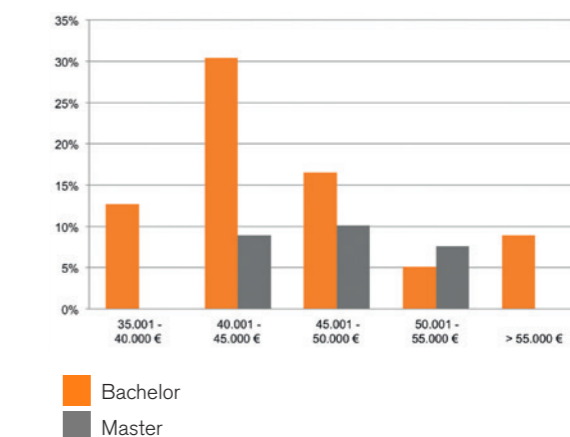
Abb. 16: Ausgleichsfaktoren für unattraktive Standorte bei Informatikern (Mehrfachnennung möglich)



Welche Erwartungen gibt es bezüglich Arbeitszeit und Jahresgehalt?

57 Prozent der Bacheloranden und Masteranden wünschen sich eine Arbeitszeit zwischen 40 und 44 Stunden. Immerhin 5 Prozent der Bacheloranden sind bereit, mehr als 55 Stunden zu arbeiten. Dies hat keiner der Masteranden ausgewählt. Allerdings möchten 23 Prozent lieber weniger als 39 Stunden arbeiten. 8 Prozent der Befragten schließen Überstunden für sich komplett aus. Dies sind hauptsächlich die Absolventen, die bisher noch über keine Berufserfahrung verfügen. Der Großteil der Befragten möchte ein Jahresgehalt zwischen 40.000 Euro und 45.000 Euro zum Einstieg erzielen. Sind die Informatiker bereit, bei gleichzeitiger Reduzierung der Wochenarbeitszeit auf Gehalt zu verzichten? 61 Prozent sind bereit, auf bis zu 600 Euro zu verzichten, wenn die Wochenarbeitszeit von 50 Stunden auf 40 Stunden reduziert wird. 21 Prozent wollen lieber länger arbeiten und dabei mehr Geld verdienen. Damit liegt die Fakultät für Informatik über dem Gesamtwert von 15 Prozent aller Fakultäten.

Abb. 17: Erwartete Jahreseinstiegsgehälter bei Informatikern



Wie mobil sind die Absolventen der Informatik?

Die Studierenden, die aus Augsburg und Umgebung kommen, möchten in der Mehrheit weiterhin in Augsburg und Umgebung bleiben. Das Gleiche gilt auch für die Gruppe der neu Hergezogenen. Dies unterscheidet sich von der Gesamtauswertung, laut der Studierende, die nur für das Studium nach Augsburg gezogen sind, ein Jobangebot in ganz Deutschland favorisieren. Ebenso ist zu erkennen, dass die wenigsten Studierenden den

Landkreis Donau-Ries als attraktiv ansehen. Bei der Fakultät für Informatik sind die wenigsten Studierenden daran interessiert, im Ausland zu arbeiten. Insgesamt besteht bei den Informatikern nur eine geringe Neigung, für den Berufseinstieg die Region zu verlassen.

52 Prozent der befragten Informatiker sind bereit, zwischen 30 und 45 Minuten zu ihrem Wunscharbeitgeber zu pendeln. Nur 13 Prozent wollen nicht mehr als 30 Minuten Fahrtzeit in Kauf nehmen. Interessanterweise sind 35

Abb. 18: Mobilitätsbereitschaft bei Informatikern

| Stelle wird angenommen in ... | Gruppe: für das Studium nach Augsburg gezogen (N=24) | Gruppe: Augsburger (N=32) | Gruppe: pendeln nach Augsburg (N=24) | Gesamt (N=80) |
|-------------------------------|--|---------------------------|--------------------------------------|---------------|
| Augsburg | 18 | 27 | 18 | 63 |
| Augsburg Land | 18 | 28 | 19 | 65 |
| Landkreis Donau-Ries | 8 | 9 | 9 | 26 |
| Deutschland | 9 | 12 | 13 | 34 |
| Ausland | 9 | 9 | 8 | 26 |
| Kein Umzug | 4 | 5 | 2 | 11 |

Prozent bereit, länger als 45 Minuten zu fahren. Damit decken sich die Ergebnisse der Fakultät für Informatik weitestgehend mit den Ergebnissen aller Fakultäten.

Inwieweit kann ein Unternehmen einen unattraktiven Standort kompensieren?

Bei den Informatik-Studierenden besteht die Möglichkeit, einen unattraktiven Standort durch Zusatzleistungen auszugleichen. Für 96 Prozent der Befragten kommt es auf das Gesamtangebot an. Bei einer Skala von 1 (=„auf alle Fälle“) bis zur 6 (=„unwichtig“) rangierte mit einem Mittelwert von 1,9 eine hohe Bezahlung als die beste Möglichkeit, den unattraktiven Standort wett zu machen. Weitere Nennungen sind interessante Aufgaben (Mittelwert = 2,14) und die Aufstiegsmöglichkeiten im Unternehmen (Mittelwert = 2,47). Zudem wurden Fahrtkostenerstattung und ein gutes Wohnangebot angesprochen.

Die Befragung zeigt im Folgenden, dass ein sicherer Arbeitsvertrag ebenfalls ein wichtiger Faktor sein kann. Um zu untersuchen, wie wichtig die Arbeitsplatzsicherheit bei der Wahl des Arbeitgebers ist, wurden die Absolventen gefragt, ob ihnen interessante Aufgaben in einem

Risiko-Unternehmen wichtiger wären als weniger interessante Aufgaben bei einem krisensicheren Unternehmen. 54 Prozent ziehen ein krisensicheres Unternehmen mit weniger interessanten Aufgaben vor, statt in einem risikoreichen Unternehmen mit attraktiven Aufgaben zu beginnen (46 Prozent). Damit lässt sich ein Unterschied zur Gesamtauswertung feststellen, in der Studierende zu 49 Prozent spannende Aufgaben bevorzugen. Obwohl die Informatiker zu den besonders gefragten Absolventen gehören, legen sie mehr Wert auf Arbeitsplatzsicherheit. Dies zeigt auch der Wunsch nach einem unbefristeten Arbeitsvertrag, den sich 90 Prozent der befragten Informatiker wünschen.

Im Vergleich zu den Ingenieuren verfügen weniger Informatiker über ein Stellenangebot.

Haben die zukünftigen Absolventen bereits eine Arbeitsstelle in Aussicht? 23 Prozent haben bereits einen festen Arbeitsplatz nach dem Abschluss ihres Studiums in Aussicht. Damit sind es 16 Prozent weniger als in der Gesamtheit der technischen Studiengänge. 29 Prozent geben an, dass eine Arbeitsstelle nach dem Studium noch ungewiss ist. Eine frühzeitige Ansprache der Informatik-Studierenden während des Studiums ist möglich.

Elvira Laase, Maria Meisterling, Teodora Velinova

Das Gehalt ist für die Absolventen der Informatik das wichtigste Entscheidungskriterium. Auch an einen für sie unattraktiven Standort lassen sie sich in erster Linie durch ein hohes Gehalt locken. Es besteht die Bereitschaft, bis zu 45 Minuten zum Wunscharbeitgeber unterwegs zu sein. Die Arbeitsplatzsicherheit ist für die Informatiker trotz der guten Arbeitsmarktchancen ein wichtiges Kriterium. Rund die Hälfte der Studierenden hat kurz vor dem Ende des Studiums noch keinen Arbeitsvertrag – kann also noch überzeugt werden.



5.4 Fakultät für Maschinenbau und Verfahrenstechnik

Von den insgesamt 638 befragten Studierenden der Hochschule Augsburg entfallen 103 Befragte (16 Prozent) auf die Fakultät Maschinenbau und Verfahrenstechnik, wovon 69 im Bachelor und 34 im Master studieren. Von den Befragten sind 24 Personen weiblich und 79 männlich. Folgende Studiengänge wurden befragt: Maschinenbau (Bachelor), Umwelt- und Verfahrenstechnik (jeweils Bachelor und Master) sowie der berufsbegleitende Masterstudiengang Technologie-Management.

Ein sicherer Arbeitsplatz ist vielen Absolventen sehr wichtig

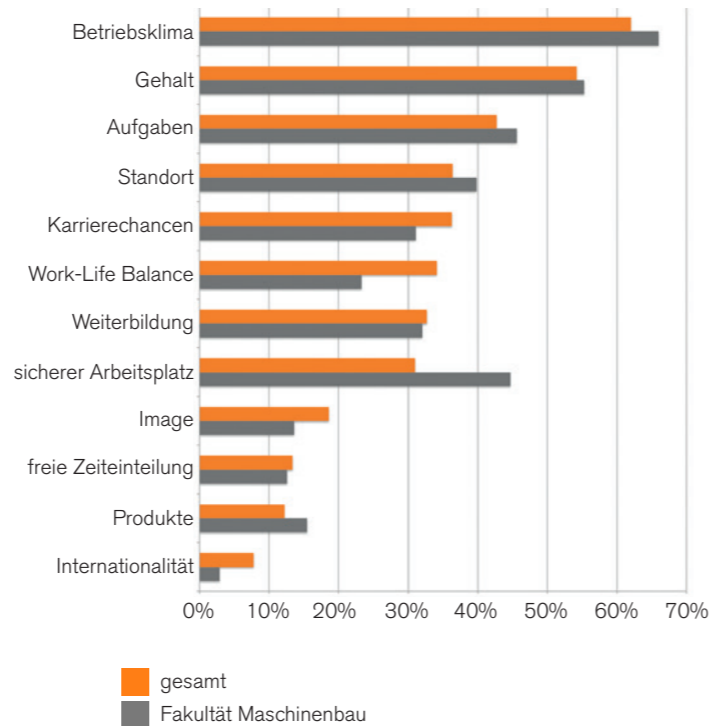
Welche vier Kriterien sind für Studierende der Fakultät Maschinenbau und Verfahrenstechnik bei der Arbeitgeberwahl am wichtigsten? Hier ergibt sich ein ähnliches Bild wie bei der Gesamtauswertung, welche unter dem Motto „Geld ist nicht alles“ steht. Denn auch unter den Maschinenbauern ist das Betriebsklima eines Unternehmens mit 66 Prozent der entscheidende Faktor vor dem Gehalt (55 Prozent), dicht gefolgt von der Art der Aufgaben (46 Prozent) und dem für uns überraschenden Aspekt „sicherer Arbeitsplatz“ mit 45 Prozent. Während die meisten Studierenden den „Standort“ auf Platz vier der wichtigsten Kriterien sehen, ist den Studierenden der Fakultät Maschinenbau und Verfahrenstechnik die Sicherheit ihres Arbeitsverhältnisses wichtiger.

Weitere Unterschiede zur Gesamtheit ergeben sich auf den Rängen sieben bis neun: Während die Studierenden dieser Fakultät die Kriterien Karrierechance mit 31 Prozent und Work-Life-Balance mit 23 Prozent auf die Plätze sieben und acht wählen, sieht die Gesamtheit der Studierenden diese Faktoren als etwas wichtiger an (Rang fünf mit 36 Prozent und Rang sechs mit 34 Prozent). Auf der anderen Seite scheinen die Produkte den Studierenden der Fakultät Maschinenbau und Verfahrenstechnik wichtiger zu sein. Sie wählen diese auf Rang neun im Vergleich zu allen anderen Studierenden, die dieses Kriterium auf der vorletzten Position (Rang elf) platzieren.

Wie wichtig ist Geld? – Differenzierte Betrachtung im Vergleich Männer und Frauen

Dass das Gehalt eine entscheidende Rolle bei der Arbeitgeberwahl spielt, ergibt sich bereits aus der Platzierung dieses Kriteriums auf Platz zwei. Bestehen hier eventuell Unterschiede zwischen Männern und Frauen? Im Fall der Studierenden der Fakultät Maschinenbau

Abb. 19: Kriterien für die Arbeitgeberwahl bei den Maschinenbauern



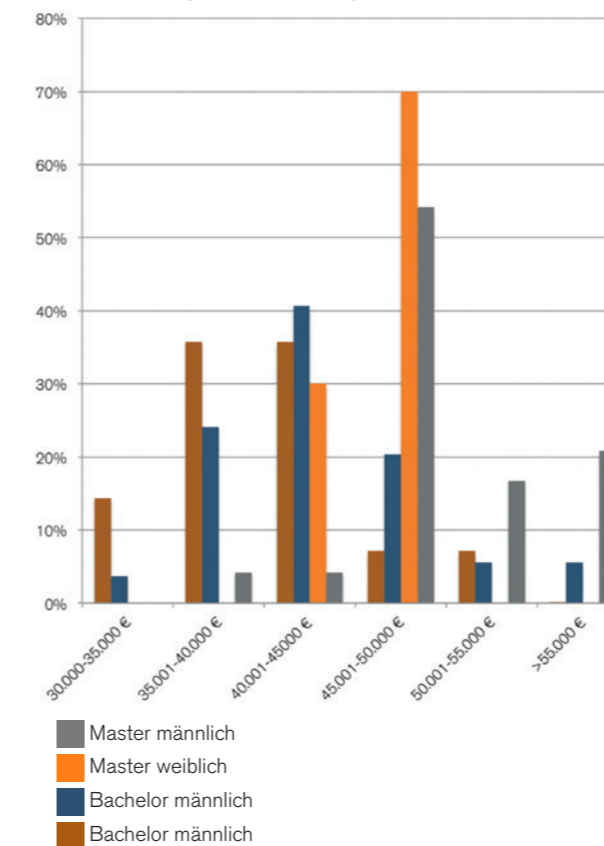
und Verfahrenstechnik kann man dies mit einem klaren „Nein“ beantworten. Die Wichtigkeit des Faktors Geld unterscheidet sich lediglich mit 1,5 Prozent zwischen den weiblichen und männlichen Absolventen. Betrachtet man jedoch die Antworten aller Studierenden der Hochschule Augsburg, lässt sich ein größerer Unterschied bei der Gewichtung des Gehalts feststellen. Hier wählen 56 Prozent der männlichen Absolventen das Gehalt unter die vier wichtigsten Kriterien bei der Arbeitgeberattraktivität. Im Vergleich dazu haben nur 50 Prozent der Frauen die gleiche Ansicht.

Studierende der Fakultät Maschinenbau und Verfahrenstechnik fordern ein hohes Gehalt

Wie hoch setzen die Absolventen ihr Einstiegsgehalt an? 62 Prozent der Befragten erwarten ein Jahresgehalt zwischen 40.000 und 50.000 Euro. Hierbei ist zwischen den Bachelor- und Masterstudiengängen zu differenzieren. Die Masterstudierenden verlangen im Vergleich zu den Studierenden im Bachelor ein signifikant höheres Jahresgehalt. Während die Masterstudierenden zu 59 Prozent 45.000 Euro bis 50.000 Euro fordern, verlangen dies nur 18 Prozent der Bachelorstudierenden. Auch ein Einstiegsgehalt von mehr als 55.000 Euro wird von 15 Prozent der Masterstudierenden als rea-

listisch bewertet (Bachelorabsolventen: 4 Prozent). Die meisten Absolventen im Bachelor sehen ein Einstiegsgehalt von bis zu 50.000 Euro als realistisch an, die Masterstudierenden verlangen durchaus mehr. Mehr als ein Viertel der befragten Studierenden im Master erwartet mehr als 50.000 Euro zum Einstieg. Dabei zeigt sich, dass die männlichen Absolventen sig-

Abb. 20: Erwartungen an das Jahresgehalt im Maschinenbau



nifikant höhere Gehaltsvorstellungen haben als ihre Mitstudentinnen. 71 Prozent der Studentinnen im Bachelor erscheint ein Einstiegsgehalt von 35.000 Euro bis 45.000 Euro angemessen, bei den Männern wären nur 65 Prozent damit zufrieden. Im Vergleich verlangen 11 Prozent der männlichen Bachelorabsolventen ein Einstiegsgehalt von mehr als 50.000 Euro, die Frauen hingegen nur zu 7 Prozent. Weitere Auswertungen zeigen, dass die Masterstudentinnen (70 Prozent) eher als die männlichen Master (54 Prozent) mit der Gehaltsgruppe 45.000 Euro bis 50.000 Euro zufrieden sind. Auch verlangen 17 Prozent der Männer im Masterstudiengang mehr als 50.000 Euro, während keine einzige Frau diese Gehaltsgruppe als realistisch ansieht. D.h., dass die männlichen Masterstudenten der Fakultät Maschinenbau und Verfahrenstechnik grundsätzlich signifikant höhere Gehaltsvorstellungen haben.

Deutliche Geschlechterunterschiede bei der Arbeitszeit

Wie viel Geld ist den Absolventen ihre Freizeit wert? Um eine Antwort auf diese Frage zu bekommen, wurden sie gefragt, auf wie viel Gehalt sie verzichten würden, wenn die Arbeitszeit von 50 auf 40 Stunden reduziert wird. Hier zeigt sich, dass die Absolventen der betrachteten Gruppe nicht um jeden Preis Geld gegen Freizeit eintauschen würden. 38 Prozent geben an, einen Gehaltsverzicht zwischen 301 und 600 Euro zu akzeptieren. 25 Prozenten würden nur auf bis zu 300 Euro verzichten. Lediglich neun Prozent der Befragten sind bereit, auf 601 bis 1.000 Euro verzichten würden und nur ein Prozent auf mehr als 1.000 Euro.

Rund fünf Prozent der befragten Maschinenbauer schließen Überstunden komplett aus. Hierbei ergeben sich keinen signifikanten Unterschiede zur Fakultät Wirtschaft und zur Fakultät Elektrotechnik. Interessant ist sicherlich der Aspekt, dass 22 Prozent der Absolventen der Fakultät für Maschinenbau und Verfahrenstechnik grundsätzlich für ein höheres Gehalt auch länger arbeiten würden. Sie weisen damit eine höhere Überstundenbereitschaft bei entsprechender Vergütung auf als ihre Kommilitonen aus der Fakultät Elektrotechnik (11 Prozent). Der Gesamtdurchschnitt liegt mit 16 Prozent etwa in der Mitte. Frauen sind deutlich weniger bereit, Überstunden zu machen oder für ein höheres Gehalt länger zu arbeiten. Schließen bei den Männern nur knapp 3 Prozent Überstunden komplett aus, so sind es bei den Frauen 13 Prozent. Auch würden 26 Prozent der Männer für ein höheres Gehalt lieber länger arbeiten, bei den Frauen sind es nur 8 Prozent.

Produkte sind hoch im Kurs

Sind technischen Absolventen die Produkte eines Unternehmens wichtiger als Wirtschaftswissenschaftlern? Wie wir schon vorher feststellen konnten, lässt sich auf jeden Fall bejahen, dass der Fakultät Maschinenbau und Verfahrenstechnik die Art der Produkte im Vergleich zur Gesamtheit wichtiger ist. Interessante Produkte sind bei den Ingenieuren auch eine Möglichkeit, mit der ein zunächst unattraktiver Arbeitgeber punkten kann. Der Mittelwert liegt mit 2,40 signifikant unter dem der Wirtschaftsstudierenden mit 2,7 (Skala: 1=„sehr wichtig“, 6=„unwichtig“)

Image und Bekanntheit spielen eine untergeordnete Rolle

Bei dem Kriterium „Bekanntheit eines Unternehmens“ ergibt sich bei der Fakultät Maschinenbau und Ver-

fahrenstechnik, auf einer Skala von 1=„sehr wichtig“ bis 6=„unwichtig“, ein vergleichsweise niedriger Mittelwert von 3,56 (Wirtschaftsstudierenden: 2,95, Gesamt: 3,27). Auch beim Image belegt die Fakultät Maschinenbau und Verfahrenstechnik mit einem Durchschnittswert von 2,71 den letzten Platz im Vergleich zu den Wirtschaftsstudierenden (2,20) und der Gesamtheit (2,46). Insgesamt lässt sich sagen, dass das Image und die Bekanntheit eines Unternehmens einen positiven Einfluss auf die Arbeitgeberwahl der Maschinenbau-Studierenden haben. Dennoch sind ihnen andere Kriterien weitaus wichtiger.

Ein unattraktives Unternehmen kann durch ein überdurchschnittliches Gehalt an Interesse gewinnen

Welches Kriterium ist für ein unattraktives Unternehmen besonders wichtig, um trotzdem gute Absolventen zu gewinnen? Die Absolventen der Fakultät Maschinenbau und Verfahrenstechnik konnten aus ihrer Sicht die Wichtigkeit der Kriterien Boni (Gewinnbeteiligung), überdurchschnittliches Gehalt, Firmenwagen, Urlaubs-/Weihnachtsgeld und Kinderbetreuung einschätzen (Skala: 1=„sehr wichtig“, 6=„unwichtig“). Die Absolventen lassen sich von einem zunächst weniger attraktiven Unternehmen vor allem durch ein überdurchschnittliches Gehalt (Mittelwert 1,96) überzeugen. Auf dem zweiten und dritten Platz liegen das Weihnachtsgeld (Mittelwert 2,32) und die Gewinnbeteiligung (Mittelwert 2,87). Die geringste Überzeugungskraft hat mit hohem Abstand die Kinderbetreuung (Mittelwert 3,83).

Standortnachteile sind grundsätzlich durch ein interessantes Angebot auszugleichen

Wie kann ein Unternehmen bei den Absolventen einen unattraktiven Standort kompensieren? Grundsätzlich sind für 85 Prozent der Ingenieure/Informatiker sowie für 83 Prozent der Wirtschaftsstudierenden Standortnachteile auszugleichen. Die männlichen Studierenden stehen einem Ausgleich durch ein interessantes Angebot offener gegenüber (87 Prozent) als die weiblichen Studierenden (82 Prozent). Im Rahmen des Fragebogens konnten die Studierenden die Wichtigkeit eines Standortausgleichs durch die Kriterien hohe Bezahlung, interessantes Aufgabengebiet und Aufstiegschancen bewerten (Skala: sehr wichtig = 1, unwichtig = 6). Für die Studierenden der Fakultät Maschinenbau und Verfahrenstechnik ist eindeutig ein interessantes Aufgabengebiet (Mittelwert 2,14) das wichtigste Kriterium. Dies ist auch für die restlichen Fakultäten ein entscheidendes Merkmal. Eine höhere

Bezahlung wird bezüglich der Wichtigkeit eines Standortnachteils nur als zweitrangig bewertet (Mittelwert 2,29) – allerdings bewegen sich die Vorstellungen der Absolventen dieser Fachrichtung bereits auf hohem Niveau.

Befristete Arbeitsverträge machen Arbeitgeber nicht grundsätzlich unattraktiv

Die Frage, ob die Studierenden der Fakultät Maschinenbau und Verfahrenstechnik ein befristetes Arbeitsverhältnis eingehen würden, wird von 50 Prozent mit „möglicherweise“ beantwortet. Die vorgegebenen vier Antwortmöglichkeiten lagen zwischen „keinesfalls“ und „auf jeden Fall“, wobei „möglicherweise“ an zweiter Stelle der Skala stand. Im Vergleich liegt die Akzeptanz aller Fakultäten bei 56 Prozent. 55 Prozent der Absolventen der Fakultät Maschinenbau und Verfahrenstechnik würden lieber eine befristete Stelle beim Wunscharbeitgeber als eine unbefristete Stelle bei einem anderen Unternehmen annehmen (44 Prozent). Dies zeigt, dass die Arbeitgeberattraktivität für die Studierenden wichtiger ist als die Vertragsart. Aber es kann sich letztendlich auch nur der Wunscharbeitgeber leisten, bei dieser begehrten Zielgruppe den Arbeitsvertrag zu befristen.

Die Hälfte aller Absolventen der Fakultät Maschinenbau und Verfahrenstechnik nimmt eine Fahrtzeit von 30 bis 45 Minuten in Kauf

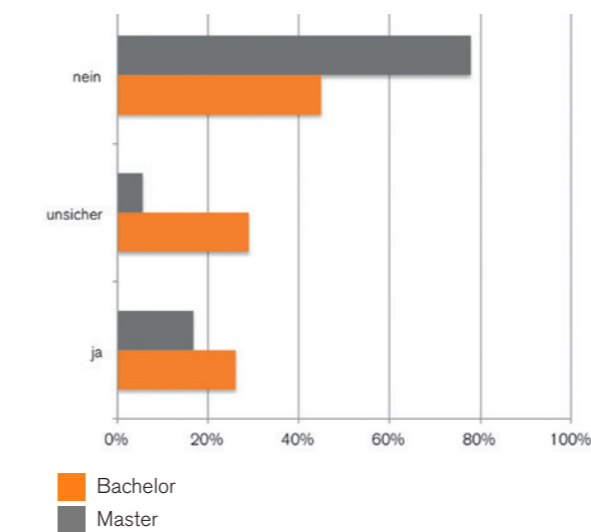
Wie lange würden die künftigen Absolventen der Fakultät für Maschinenbau und Verfahrenstechnik täglich zu ihrem Wunscharbeitgeber pendeln? Grundsätzlich herrscht eine hohe Pendelbereitschaft in dieser Gruppe vor. Die Mehrheit von 52 Prozent würde 30 bis 45 Minuten Fahrtzeit in Kauf nehmen, um bei ihrem Wunscharbeitgeber arbeiten zu können. 30 Prozent akzeptieren darüber hinaus eine Fahrtzeit bis zu 60 Minuten und 4 Prozent sogar länger als eine Stunde. Lediglich 14 Prozent möchten nicht länger als 30 Minuten zum Wunscharbeitgeber unterwegs sein. Im Vergleich zur Fakultät Wirtschaft zeigen die Absolventen der Fakultät Maschinenbau und Verfahrenstechnik allerdings eine etwas geringere Fahrbereitschaft.

Wer hat schon ein Stellenangebot und wer ist noch zu haben?

Bei dieser Auswertung ist der berufsbegleitende Studiengang Technologie-Management ausgenommen, da alle Studierenden angestellt sind. 24 Prozent der restlichen Maschinenbau- sowie Umwelt- und Verfahrenstechnik-Studierenden haben schon eine Stelle nach ihrem Abschluss in Aussicht. Bei ebenso vielen Studierenden ist es noch unsicher und 51 Prozent haben derzeit noch kein Stellenangebot vorliegen. Die Ergeb-

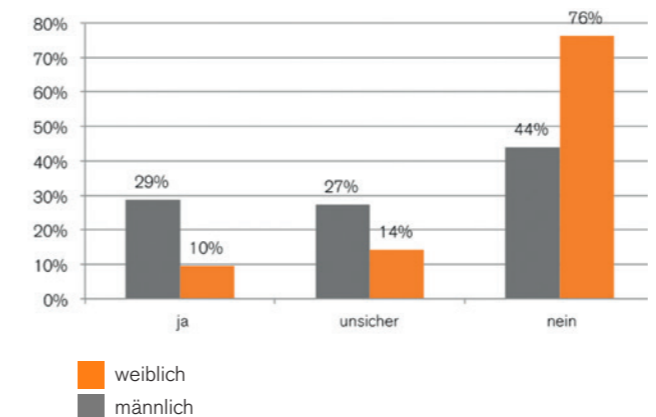
nisse unterscheiden sich jedoch zum einen zwischen den Geschlechtern und zum anderen zwischen Studierenden im Bachelor und im Master. Auffallend ist, dass mehr Bachelorstudierende (26 Prozent) als Masterstudierende (17 Prozent) bereits eine Stelle in Aussicht haben. Ein Grund hierfür könnte das Praxissemester sein, welches für viele Bachelorstudierende der erste Kontakt in ein Unternehmen ist. Noch keine Stelle in Aussicht haben 45 Prozent der Bachelorstudierenden und 78 Prozent der Masterstudierenden.

Abb. 21: Stellenzusagen während des Maschinenbaustudiums nach Art des Abschlusses



Beim Vergleich von weiblichen mit männlichen Studierenden, unabhängig von Bachelor- oder Masterstudium, haben Männer signifikant öfter bereits einen Arbeitsplatz nach dem Studium in Aussicht. 29 Prozent der männlichen Studierenden haben bereits eine Stelle, bei ihren weiblichen Kommilitonen sind es nur 10 Prozent. 76 Prozent der weiblichen Maschinenbaustudierenden haben noch

Abb. 22: Stellenzusagen während des Maschinenbaustudiums nach Geschlecht (in Prozent)



kein Stellenangebot, bei ihren männlichen Kommilitonen sind es mit 44 Prozent signifikant weniger, die aktuell noch auf dem Arbeitsmarkt verfügbar sind. Dieses Ergebnis legt nahe, dass Unternehmen bei der Auswahl von Absolventen der Fakultät Maschinenbau und Verfahrenstechnik zur Fachkräftesicherung gezielt auf die Rekrutierung von Frauen achten sollten.

Der Landkreis Donau-Ries ist für Absolventen als Unternehmensstandort wenig attraktiv

Am liebsten möchten die Absolventen in der Umgebung von Augsburg arbeiten (66 Prozent), gefolgt von Augsburg Stadt (57 Prozent). 43 Prozent der Studierenden können sich zudem vorstellen, deutschlandweit (43 Prozent) oder im Ausland (30 Prozent) tätig zu werden. Lediglich ein Viertel der Studierenden ist bereit, im Landkreis Donau-Ries eine Arbeitsstelle anzunehmen. Der Prozentsatz ist zwar signifikant geringer als für die Region Augsburg, zeigt aber, dass den Unternehmen aus Donau-Ries grundsätzlich ein Potenzial zur Rekrutierung von Absolventen aus dem Maschinenbau zur Verfügung steht. Für diese Unternehmen besteht die Herausforderung bzw. auch die Möglichkeit darin, ihren Standortnachteil bei den Absolventen durch ein attraktives Angebot (Aufgaben, Gehalt, Arbeitszeitflexibilisierung) auszugleichen und die Lebensqualität im Landkreis zu verdeutlichen. Grundsätzlich weisen die befragten Maschinenbauabsolventen eine sehr hohe Umzugsbereitschaft von rund 92 Prozent auf, die auch über den Durchschnittswerten der anderen Fakultäten liegt. Nur 8 Prozent der Absolventen ist grundsätzlich nicht zum Umzug bereit.

Franziska Jörg, Julia Schneider, Jasmin Schreiber, Monika Winkler

Den Absolventen der Fakultät Maschinenbau und Verfahrenstechnik ist ein sicherer Arbeitsplatz wichtiger als der Standort. Um aber einen unattraktiven Standort auszugleichen, benötigt es vor allem ein interessantes Aufgabengebiet, ein höheres Gehalt sowie einen sicheren Arbeitsplatz. Die Absolventen des Maschinenbaus und der Verfahrenstechnik zeigen eine hohe Mobilitätsbereitschaft.

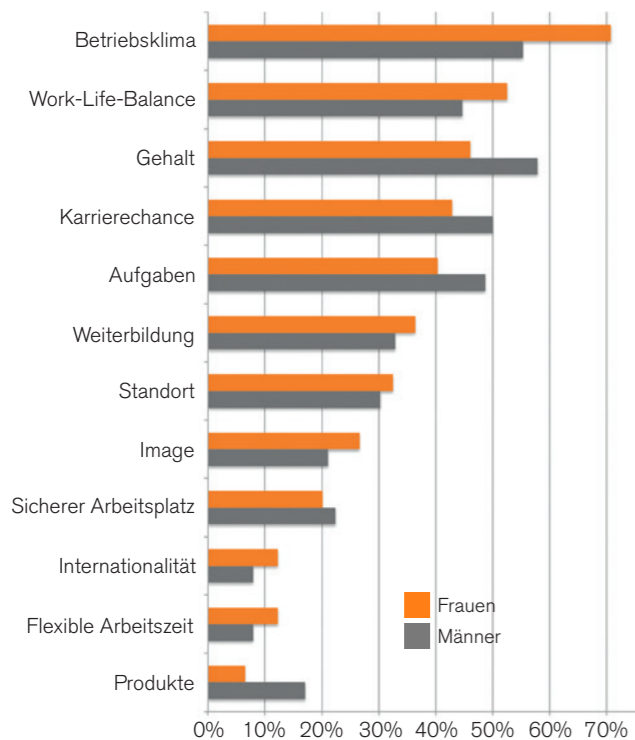
5.5 Fakultät für Wirtschaft

Für Betriebswirte steht das Betriebsklima an erster Stelle

Die größte Gruppe der insgesamt 638 befragten Absolventen stellen die Studierenden der Wirtschaftswissenschaften mit 38 Prozent. Davon studieren 136 im Bachelor und 105 im Master. Neben der größten Gruppe innerhalb der Grundgesamtheit verzeichnen die Betriebswirte außerdem den größten Frauenanteil mit 66 Prozent. Was macht ein Unternehmen für die Betriebswirte interessant und attraktiv?

Die Studierenden der Wirtschaftswissenschaften schätzen an ihrem zukünftigen Arbeitgeber vor allem ein gutes Betriebsklima. Für 64 Prozent der Befragten ist ein Arbeitgeber insbesondere dann attraktiv, wenn er den Absolventen ein gutes Betriebsklima bieten kann. An zweiter Stelle steht für die Betriebswirte mit 49 Prozent das Gehalt. Ferner gehört zum Wunschprofil eines idealen Arbeitgebers mit 48 Prozent die Work-Life-Balance, was

Abb. 23: Die wichtigsten Kriterien für angehende Betriebswirte im Geschlechtervergleich



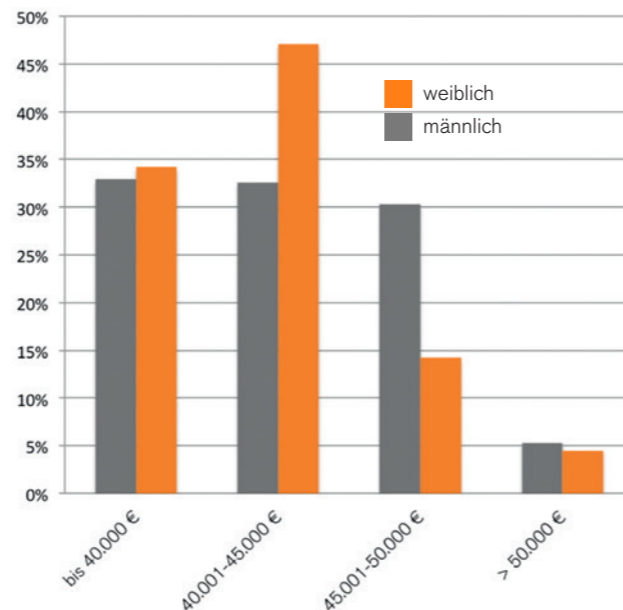
auch vom hohen Frauenanteil in dieser Gruppe beeinflusst ist. Auf Platz vier stehen für 44 Prozent der Studierenden die Karrierechancen innerhalb des Unternehmens. Nur wenige Studierende achten bei der Wahl des Arbeitgebers auf dessen Produkte sowie auf eine flexible Einteilung der Arbeitszeit. Diese Kriterien sind mit je nur 10 Prozent auf den hintersten Rängen platziert. Auf den Plätzen davor liegen die Internationalität (11 Prozent) und das Image des Arbeitgebers (25 Prozent).

Bei einer geschlechtsspezifischen Betrachtung fällt auf, dass für Männer das Gehalt eine deutlich größere Rolle spielt als für Frauen. Dieses Kriterium steht bei den Männern mit 58 Prozent auf Platz eins. Im Gegensatz dazu liegt die Wichtigkeit dieses Kriteriums bei den Frauen mit 46 Prozent an dritter Stelle. Zudem sind die Männer karriereorientierter als ihre Kommilitoninnen. Für die Hälfte der Männer kommt die Karriere auf Platz drei vor einer ausgewogenen Work-Life-Balance. Die Absolventinnen legen im Vergleich mehr Wert auf weiche Faktoren wie ein gutes Betriebsklima und eine gesunde Work-Life-Balance.

Arbeitszeit und Gehaltsvorstellungen stehen im Zusammenhang

Die Vorstellungen bezüglich der Arbeitszeiten von männlichen und weiblichen Wirtschaftsabsolventen driften auseinander. 47 Prozent der Frauen möchten nicht

Abb. 24: Erwartete Jahreseinstiegsgehälter bei Betriebswirten nach Geschlechtern



mehr als 40 bis 44 Stunden arbeiten. Es besteht also die Bereitschaft zu moderaten Überstunden. Im Vergleich dazu würden Männer mit 33 Prozent 45 bis 49 Stunden arbeiten. Dies ist durch deren geringeres Interesse an einem ausgeglichenen Verhältnis von Arbeit und Freizeit begründet. Ein Viertel der männlichen Nachwuchskräfte würden sogar weit über 50 Arbeitsstunden pro Woche leisten, erwarten dafür aber auch eine entsprechend hohe Vergütung. Zwischen den Absolventen der Bachelor- und Masterstudiengänge können keine signifikanten Vorstellungen zur Arbeitszeit festgestellt werden. Nur 4 Prozent der Studierenden sind grundsätzlich nicht bereit, Überstunden zu leisten.

Abb. 25: Arbeitszeitbereitschaft bei den Betriebswirten

| Geschlecht | Wöchentliche Arbeitszeit | | | | |
|------------|--------------------------|---------|---------|---------|-------|
| | 35-39 h | 40-44 h | 45-49 h | 50-55 h | >55 h |
| männlich | 9,1 | 32,5 | 32,5 | 15,6 | 10,4 |
| weiblich | 15,4 | 47,4 | 30,1 | 5,1 | 1,9 |

Angaben in Prozent

Bei den Gehaltsvorstellungen, speziell im höheren Bereich, unterscheiden sich die Vorstellungen zwischen den Geschlechtern signifikant. Ein Einstiegsgehalt von bis zu 40.000 Euro erwartet bei beiden Geschlechtern jeder Dritte. In der nächste Stufe bis 45.000 Euro treten deutliche Unterschiede auf. Gut 47 Prozent aller Frauen halten diese Vergütung für realistisch, dagegen aber nur jeder dritte Mann. Bei den höheren Gehaltsklassen überwiegen die Männer, von denen 36 Prozent ein Einkommen von 45.000 Euro und mehr erzielen wollen, während dies nur 19 Prozent der Frauen für möglich erachten.

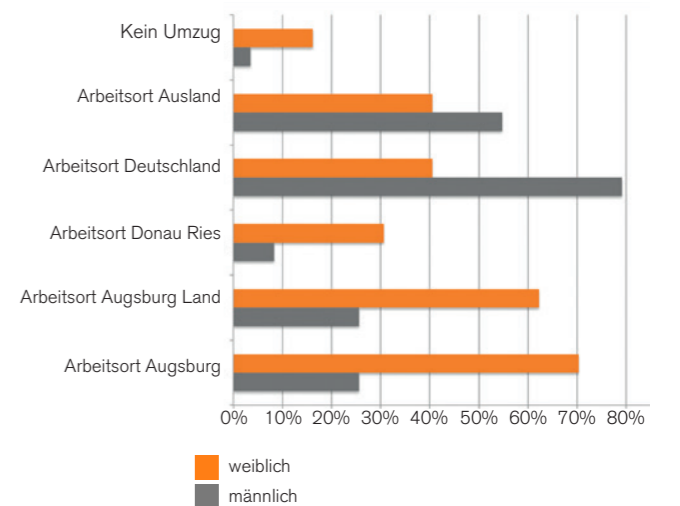
Interessanterweise gibt es bei den Gehaltserwartungen keine Unterschiede zwischen Bachelor oder Master, d.h. letztere haben bei den Betriebswirten keine höheren Einkommensvorstellungen. Studierende der Fakultät Wirtschaft erwarten nicht, dass sich das verlängerte Studium positiv auf ihr Einstiegsgehalt auswirken wird. Hier unterscheiden sich die Betriebswirte signifikant von den Absolventen der technischen Studiengänge.

Bei der Frage nach der Vertragsart sind Teilzeitverträge bei beiden Geschlechtern gleichermaßen unbeliebt. Frauen zeigen jedoch eine höhere Bereitschaft, in Teilzeit zu arbeiten. 18 Prozent der Absolventinnen würden möglicherweise, 5 Prozent sogar auf jeden Fall einen Teilzeitvertrag annehmen. Keiner der männlichen Kommilitonen findet diese Vertragsform interessant.

Betriebswirte sind wählerisch beim Standort des Arbeitgebers, würden für ein attraktives Jobangebot jedoch umziehen

Der Standort des potenziellen Arbeitgebers spielt bei den Studierenden der wirtschaftswissenschaftlichen Studiengänge eine große Rolle. 70 Prozent der Befragten, die aus Augsburg kommen, fühlen sich dort wohl und möchten am liebsten auch dort bleiben. Die ländliche Region um Augsburg und Donau-Ries ist mit 62 Prozent bzw. 30 Prozent eine durchaus interessante Alternative. Andererseits ist es schwierig, Studierende, die für ihr Studium nach Augsburg gezogen sind, für die Region Augsburg-Schwaben zu begeistern. Lediglich 26 Prozent der zugezogenen Absolventen können sich auch vorstellen, in Augsburg Stadt zu arbeiten. Jobangebote aus dem Landkreis Donau-Ries kommen für nur 8 Prozent der zugezogenen Befragten in Betracht.

Abb. 26: Mobilitätsbereitschaft der Betriebswirte



Erwartungsgemäß zeigen sich signifikante Unterschiede zwischen Studierenden der Studiengänge Internationalem Management (IM) und Betriebswirtschaft (BW). 84 Prozent der IM-Absolventen wünschen sich einen Arbeitgeber, der ein internationales Tätigkeitsfeld anbietet. Dagegen ist nur für 42 Prozent der BW-Studierenden ein international aufgestellter Arbeitgeber bedeutsam. Diese Beobachtung setzt sich beim Standort des potenziellen Arbeitgebers fort: 40 Prozent der IM-Studierenden könnte ein interessantes Jobangebot aus anderen

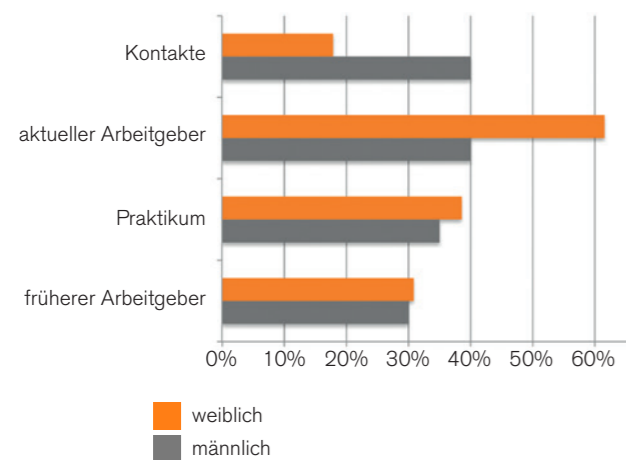
Ländern locken, bei den Betriebswirten würden jedoch nur 30 Prozent ihr Glück im Ausland suchen. Insgesamt bringen die zukünftigen Betriebswirte eine geringe Mobilitätsbereitschaft mit. Nur jeder vierte Student beider Studiengänge würde für eine interessante Stelle innerhalb Deutschlands einen Umzug in Kauf nehmen.

Firmen in eher unattraktiven Regionen können ihre Standortnachteile jedoch kompensieren. Detailanalysen zeigen, dass insbesondere interessante Aufgabenfelder (Platz 1), eine höhere Vergütung (Platz 2) und schnelle Aufstiegsperspektiven (Platz 3) die Meinung der Studierenden beeinflussen. 84 Prozent der Wirtschaftsabsolventen könnten sich durch ein individuelles Angebot der Unternehmen für den unbeliebten Standort begeistern. Lediglich 11 Prozent der Studierenden könnten gar nicht umgestimmt werden.

Weibliche Absolventen suchen länger nach einer Stelle

Wer hat schon einen Arbeitsvertrag vorliegen oder in Aussicht? Frauen bekommen nach unserer Analyse insgesamt signifikant weniger Arbeitsverträge während des Studiums angeboten. Bei den Betriebswirten antworten knapp 60 Prozent der weiblichen Absolventen mit einem „Nein“ und nur rund 21 Prozent mit einem „Ja“. 50 Prozent der männlichen Studierenden suchen noch nach einem Job, fast 25 Prozent geben aber an, nach ihrem Studium schon eine feste Stelle in Aussicht zu haben. Alle übrigen Wirtschaftsstudierenden bewerten ihren weiteren Berufsweg als noch unsicher.

Abb. 27: Zukünftiger Arbeitgeber im Geschlechtervergleich



Im Vergleich schneiden die Betriebswirte insgesamt mit 23 Prozent schlechter ab als die Ingenieure, die bereits zu 43 Prozent eine Stellenzusage in der Tasche haben. Bei der Fragestellung, in welchem Betrieb die Absolventen ihre Stellenangebote erhalten haben, gibt es innerhalb der Geschlechter nur geringe Unterschiede. Wie in Abbildung 27 ersichtlich, erhalten Frauen ihre Jobangebote überwiegend von ihrem aktuellen Arbeitgeber oder ihrem Praktikumsunternehmen. Im Unterschied dazu können sich Männer gut über ihre persönlichen Kontakte eine Stelle sichern.

Katharina Brückl, Muriel Heim, Olga Paul, Stefanie Richter

Wohlfühlen, Einkommen und Karrierechancen sind bei den Wirtschaftsabsolventen Trumpf. Ein harmonisches Betriebsklima ist für die Frauen der wichtigste Faktor, von dem sie die Wahl ihres Arbeitgebers abhängig machen. Bei den Männern ist es das Gehalt. Vor allem qualifizierte weibliche Fachkräfte mit betriebswirtschaftlichen Abschlüssen sind auf dem Arbeitsmarkt noch verfügbar. Zudem liegen die Gehaltserwartungen der Frauen signifikant unter denen der Männer. Die Frauen scheinen sich – vielleicht in Folge der geringeren Stellenangebote – mit einem „Frauenmalus“ abzufinden. Andererseits wünschen sie sich kürzere Arbeitszeiten und reduzieren auch deshalb ihre Gehaltsvorstellungen.

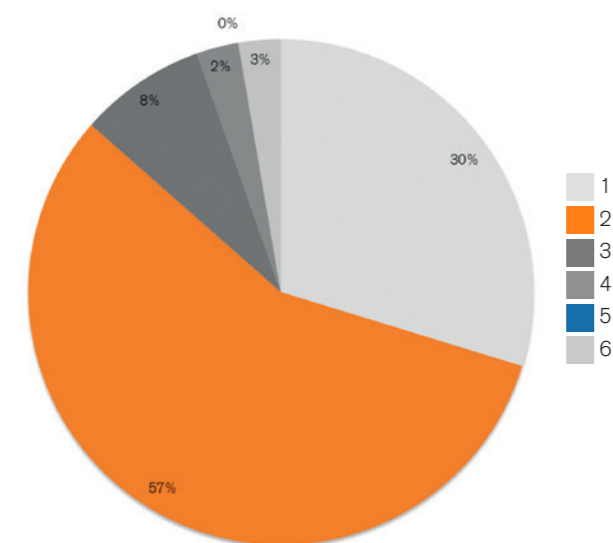


6. Firmenkontaktmesse Pyramid 2013

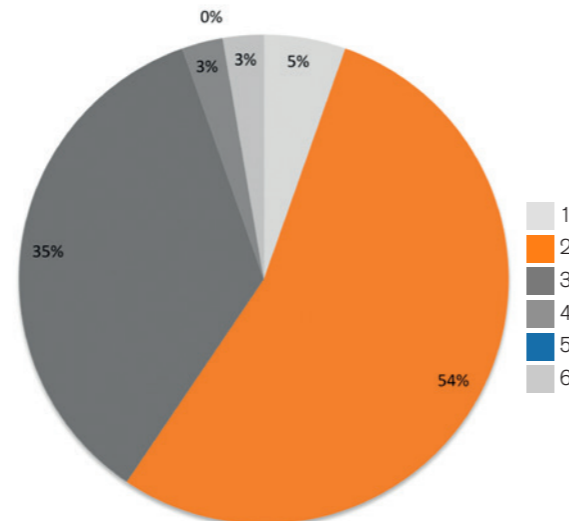
Bei der diesjährigen Firmenkontaktmesse „Pyramid“ am 15. Mai 2013 an der Hochschule Augsburg wurden 37 Unternehmen, die ihren Standort in und um Augsburg haben, genauer analysiert. Beobachtet wurde jeder Firmenstand für 30 Minuten. Dabei wurden die interessierten Studierenden und die Gespräche gezählt. Außerdem bewertete die Projektgruppe Optik und Größe des Standes und befragte die Standbetreuer zur Zufriedenheit mit den Standbesuchern und zu einem möglichen Bewerbungsanstieg nach der Pyramid-Messe.

Grundsätzlich sind die Firmen mit der Anzahl der Standbesucher zufrieden. 87 Prozent der befragten Firmen sind durchaus beeindruckt von der Zahl der interessierten Studierenden, die ihren Stand besuchten. Auch seitens der Studierenden kann man von einem regen Interesse sprechen. Die Firmen bemängeln jedoch eindeutig die Qualität der Standbesucher. 41 Prozent der Firmen sind unzufrieden mit der Qualität der Interessenten, gerade die Fragen der Studierenden wurden als nicht zielführend genug kritisiert. Deshalb sollten sich Studierende auf eine Firmenkontaktmesse gut vorbereiten.

Abb. 28: Zufriedenheit der Firmen mit den Standbesuchern – Schulnoten (Anzahl der Standbesucher)



Zufriedenheit der Firmen mit den Standbesuchern – Schulnoten (Qualität Standbesucher)



Ein häufiges Problem, welches von Seiten der Studierenden an uns herangetragen wurde, ist die mangelnde Darstellung der gesuchten Fachrichtungen und der offenen Stellen durch die jeweiligen Firmen. Hier könnten die ausstellenden Firmen durch eine deutlichere Bekanntmachung, beispielsweise durch ein Schild am Messestand: „Wir suchen aktuell Informatiker/-innen, Maschinenbauer/-innen“ für mehr qualitative Gespräche sorgen.

Ein weiterer interessanter Punkt ist, dass gerade Stellen im IT-Bereich, welche generell als schwer besetzbar gelten, nur selten genannt wurden. Gerade einmal fünf der 37 befragten Unternehmen geben an, dass es schwierig sei, für diese Stellen geeignete Bewerber zu finden. Schwieriger zu besetzen sind laut den befragten Personalern die Bereiche Mechanik, E-Technik und Maschinenbau mit Schwerpunkt Entwicklung und Konstruktion sowie ausgebildete Techniker. 23 von 37 Unternehmen geben an, hierbei Probleme zu haben.

83 Prozent der untersuchten Unternehmen, die bereits in der Vergangenheit an der Pyramid teilgenommen haben, können einen Bewerbungsanstieg nach der

Abb. 29: Interesse an Firmen nach Ort innerhalb von 30 Minuten

| Unternehmensstandort | Anzahl von Unternehmen | Interessierte Standbesucher | Interessierte pro Unternehmen |
|----------------------|------------------------|-----------------------------|-------------------------------|
| Augsburg Land | 15 | 537 | 35,8 |
| Augsburg Stadt | 22 | 1102 | 50,1 |
| Gesamtergebnis | 37 | 1639 | 44,3 |

„Pyramid“ feststellen. Die Augsburger Kontaktmesse wird damit ihrem Ruf als effektive Absolventenmesse für Unternehmen in der Region gerecht. Daraus können die Firmen schließen, dass sich eine Teilnahme lohnt. Sei es um neue Bewerber zu rekrutieren oder aus Werbegründen.

Jedoch geben nur 54 Prozent der Firmen an, mit den Interessenten Onlinekontakt zu halten. Davon bleiben 45 Prozent der Firmen mit ihren Interessenten per E-Mail in Kontakt und 20 Prozent der Unternehmen sammeln Bewerbungen in einem Bewerberpool.

Auf der „Pyramid“ zeigt sich, dass Unternehmen aus Augsburg Stadt viel beliebter sind als solche aus Augsburg-Land. Firmen, die ihren Standort in Augsburg haben, ziehen in 30 Minuten durchschnittlich 14 Interessierte mehr an, als Unternehmen aus ländlichen Regionen.

Von den 37 beobachteten Unternehmen sind sieben groß, 28 mittel und zwei klein. Große Firmen sprechen mehr Interessenten an als kleine, denn von insgesamt 1639

Abb. 30: Frequenz an den Ständen nach Standort

| Standposition | Anzahl von Unternehmen | Studierende ohne Interesse | Studierende mit Interesse gesamt | Interessenten/ Unternehmen |
|----------------|------------------------|----------------------------|----------------------------------|----------------------------|
| J-Bau | 4 | 196 | 117 | 29,3 |
| L-Bau | 2 | 235 | 53 | 26,5 |
| M-Bau | 6 | 934 | 509 | 84,8 |
| W-Bau | 8 | 521 | 137 | 17,1 |
| Zeit | 17 | 2335 | 823 | 48,4 |
| Gesamtergebnis | 37 | 4221 | 1639 | 44,3 |

Abb. 31: Die Auswirkung der Standgröße auf die Kontakttzahl

| Standgröße | Anzahl von Unternehmen | Vorbeilaufende | Interessierte, die Werbegeschenke mitnehmen | Interessierte, die Fragen stellen |
|------------------|------------------------|----------------|---|-----------------------------------|
| durchschnittlich | 28 | 3099 | 386 | 586 |
| groß | 7 | 1008 | 292 | 351 |
| klein | 2 | 114 | 7 | 17 |
| Gesamtergebnis | 37 | 4221 | 685 | 954 |

Studierenden, die wir gezählt haben, waren 643 Studierende bei den großen und 972 bei mittelständischen Firmen.

Welche Messestände ziehen besonders viele Studierende an?

Wir konnten vier Schlüsselfaktoren für einen erfolgreichen Messeauftritt identifizieren:

1. Der Messestand sollte sich dort befinden, wo die Besucher auf ihrem Weg vorbei müssen.
2. Der Messestand spiegelt die Qualität des Unternehmens wider.
3. Unternehmen mit interessanten Werbegeschenken erreichen mehr Interessenten.
4. Stellenaushänge bei den Messeständen fördern qualitativ hochwertige Gespräche.

Jeder Messeauftritt erfordert eine sorgfältige Vorbereitung. Einer der wichtigsten Erfolgsfaktoren ist die Lage, denn der Messestand soll an einem Platz sein, an dem die meisten Besucher während ihres Messebesuchs vorbeikommen. Nach unserer Analyse sind die meisten interessierten Studierende im Zelt, aber da dort auch die Anzahl der Unternehmen mit 17 am höchsten ist, kommen auf jedes Unternehmen nur 48,4 Interessenten. Wenn man dies mit dem M-Bau vergleicht, in dem in den 30 Minuten 314 Interessenten weniger waren, dann ist die Anzahl der Interessierten pro Unternehmen mit 84,8 deutlich höher als im Zelt.

Neben der Lage des Standes ist auch eine klare und übersichtliche Standgestaltung sehr wichtig. Die Ergebnisse der Pyramid zeigen, dass ansprechende und besonders herausragend gestaltete Stände bei 97 Prozent der Studierenden Interesse wecken. Dabei stellt sich die Frage, wie sich ein ansprechender Stand definiert? Das Projektteam hat die Stände, die in einer halben Stunde mehr als 50 Interessenten haben, genauer unter die Lupe genommen. Äußerst anziehend wirken Modelle und Ausstellungsstücke, offen kommunizierte Stellenausschreibungen, Leinwände, Tablets zur schnellen Erklärung, Fernseher mit Werbevideo und ansprechende sowie auffällige Banner. Interessante Exponate und Bilder haben die Aufgabe, vorbeigehende Besucher neugierig auf Details zu machen. Hierbei könnte man die Unternehmensfarben integrieren und durch gute Beleuchtung eine angenehme Atmosphäre schaffen. Auch sollte der Kommunikationsbereich zum Verweilen einladen.

Eine weitere Erkenntnis der Pyramid Messe ist, dass große Stände mehr Studierende anziehen als mittelgroße oder kleine, da an großen Ständen im Durchschnitt innerhalb von 30 Minuten 50 Gespräche mit Interessierten stattfinden, an mittelgroßen nur 20.

Der Messestand spiegelt das Unternehmen wider. Firmen mit großen Messeständen erzeugen allein durch ihre Standgröße Aufmerksamkeit. D.h., Firmen mit mittelgroßen und kleinen Ständen benötigen zusätzliche Eyecatcher. Eine Möglichkeit, für kleine Stände mehr potenzielle Bewerber anzuziehen, sind beispielsweise hervorstechende Werbegeschenke. Hier empfehlen wir Präsente, welche die fünf Sinne ansprechen. Beispielsweise wurde auf der letzten Pyramid Popcorn angeboten, welches man durch die kompletten Räumlichkeiten am Geruch verfolgen konnte. Dieses kleine giveaway hat unglaublich viele Interessenten an den Stand gezogen. Unternehmen mit interessanten Werbegeschenken erreichen im Durchschnitt 34 Bewerber pro Stunde mehr als andere Firmen. Manche Firmen könnten auch Modelle zusammenbauen lassen, um das eigene Produkt vorzustellen, was sehr interessant für Kandidaten aus den MINT-Studiengängen ist.

Auf alle Fälle sollten Unternehmen ihren Stand optisch anregend gestalten und Informationsmaterialien mit konkreten Stellenangeboten aushängen (Plakate, etc.), damit Studierende gezielter durch die Messe gehen und potenzielle Arbeitgeber aktiv ansprechen können.

Abb. 32: Der Einfluss der Werbegeschenke auf die Zahl der Interessenten

| | Anzahl Studenten | Anzahl Interessenten | Ø Interessenten/ Unternehmen |
|---------------------------------|------------------|----------------------|------------------------------|
| Unternehmen mit Werbegeschenken | 1168 | 71% | 50,8 |
| Unternehmen ohne Werbegeschenke | 471 | 29% | 33,6 |

Vanessa Essmann, Julian Schäble, Miriam Römer



Firmen sind mit der Quantität der Standbesucher sehr zufrieden, allerdings nicht immer mit der Qualität der Gespräche. Diese lässt sich durch eine Visualisierung der angebotenen Stellen verbessern. Studierende sind sehr interessiert an Praktikumsplätzen, Abschlussarbeiten und Festanstellungen. Nach der Pyramid können die befragten Firmen einen Bewerbungsanstieg erkennen.

7. Fachkräftesicherung – Personalpolitische Empfehlungen

Gutes Betriebsklima als Hauptargument

Über alle Befragtengruppen hinweg steht das Betriebsklima bei den Kriterien, die ausschlaggebend für die Arbeitgeberwahl sind, ganz oben. Dies gilt für Männer und Frauen, Ingenieure und Betriebswirte, Bachelor- und Masterstudierende, mit und ohne Berufserfahrung gleichermaßen. Gutes tun und darüber reden, das ist hier die Devise. Bevor man ein gutes Betriebsklima nach außen hin behauptet, muss es auch stimmen – in Zeiten von Social Media und Unternehmensbewertungsplattformen rächt sich eine Übertreibung sonst schnell.

Doch wie lässt sich ein vorhandenes gutes Betriebsklima glaubwürdig kommunizieren? Hier ist an folgende Maßnahmen zu denken:

- „Mitarbeiter werben Mitarbeiter“ Programme – Wer kann das Betriebsklima glaubwürdiger vertreten als diejenigen, die bereits dort arbeiten?
- Ggf. kann man Mitarbeitende dazu auffordern, aktiv in ihren Social Media Profilen oder auf Arbeitgeberbewertungsplattformen über den Arbeitgeber zu sprechen und dafür zu werben
- Verweis auf die geringen Fluktuationsquoten mit Angabe der konkreten Fluktuationszahlen oder alternativ Darstellung der durchschnittlichen Verweildauer im Unternehmen
- Teilnahme an Wettbewerben, bei denen aufgrund von Mitarbeiterbefragungen Auszeichnungen vergeben werden
- Auch Firmenvideos vermitteln einen ersten Eindruck über Personen und Abläufe in der Organisation und wirken authentisch
- Angebot von Praktika, Werkstudierendentätigkeiten und Abschlussarbeiten, sodass die potenziellen Kandidaten die Unternehmenskultur live erleben können
- Langjährige Mitarbeiter, die z.B. Firmenführungen übernehmen, sind gelebtes und wahrgenommenes Beispiel über mögliche Karrieren im Unternehmen

Unternehmensgröße und Standort

Kleinere Unternehmen und Unternehmen außerhalb von Ballungszentren werden als weniger attraktiv wahrgenommen. Hier gilt es, mit zusätzlichen Anreizen zu punkten. Immerhin sagen 87 Prozent der Männer und 82 Prozent der befragten Frauen, Standortnachteile wären durchaus auszugleichen und „es kommt auf das

Gesamtangebot an“. An erster Stelle steht das überdurchschnittliche Gehalt, doch das ist gerade in kleineren Unternehmen nicht so leicht zu leisten. Also ist an andere Aspekte zu denken: Dies können der sichere Arbeitsplatz und der unbefristete Vertrag sein – was insbesondere von Ingenieuren geschätzt wird.

Überdies berichten die Befragten zum einen von nur langsamen Reaktionen der Firmen und zum anderen werden Frauen nach wie vor weniger Jobs angeboten. Der Vorteil der kleineren Firmen muss in der Schnelligkeit liegen – im gesamten Bewerbungsprozess und in der Entscheidungsphase. Zudem sollten Personalmarketingmaßnahmen speziell an Frauen adressiert werden. Testweise eingesetzte anonymisierte Bewerbungen können aufzeigen, inwieweit Fach- und Personalabteilungen bei der Vorauswahl zu anderen Entscheidungen kommen, wenn sie lediglich die Qualifikationsmerkmale sehen und nicht durch Personenmerkmale abgelenkt sind. Unsere Analysen zeigen, dass Frauen weniger Stellenangebote erhalten. Bundesweit durchgeführte Studien legen zudem nahe, dass auch Ältere und Bewerber mit Migrationshintergrund im klassischen Bewerbungsprozess tendenziell unterschätzt werden. Um wirklich die am besten passenden Bewerber auszuwählen, sind anonymisierte Bewerbungen deshalb eine Chance, den eigenen Rekrutierungsprozess weiter zu optimieren.

Familiäres Umfeld, eine gute Wohnsituation, Firmenwagen oder Home-Office-Angebote für Pendler reduzieren die Schwelle, sich außerhalb der Ballungsgebiete nach einem Arbeitgeber umzusehen. Um Auszubildende von außerhalb zu gewinnen, dürfte insbesondere die vom Unternehmen gestellte Wohnung von Bedeutung sein.

Rekrutierung von Ingenieuren

39 Prozent der Ingenieure/Informatiker und 23 Prozent der Betriebswirte haben bereits ein konkretes Stellenangebot vorliegen. Weitere 19 Prozent der Ingenieure sind noch unsicher. D.h. gerade bei begehrten Qualifikationsgruppen gilt es, früh aktiv zu werden und schnell zu sein. Kontakte sollten bereits während des Studiums aufgebaut und gehalten werden, um frühzeitig ein konkretes Stellenangebot zu machen. Gerade Ingenieure sind keine Job-Hopper. Für sie ist die Vorstellung, dass es sich bei der Stelle um eine

lebenslange Beschäftigung handeln könnte, vertrauensbildend. Und die meisten Stellenangebote haben unsere Absolventen bei ihrer Werkstudierendentätigkeit, Abschlussarbeit und beim Praktikumsunternehmen erhalten.

Zudem muss das Gehalt stimmen. Dies ist notwendig, aber bei weitem nicht hinreichend. Der Nachwuchs ist sich seines Wertes sehr wohl bewusst. Interessante Aufgaben und die Möglichkeit zur Weiterbildung – dies kann auch ein berufsbegleitender Masterstudiengang sein, der vom Arbeitgeber finanziell und/oder zeitlich unterstützt wird – bringen zusätzliche Pluspunkte.

Die Arbeitszeit ist gleichfalls besonders wichtig: zwar sind 51 Prozent der Studierenden in technischen Fächern zu moderaten Überstunden bis zu 44 Wochenstunden bereit. Doch 18 Prozent wollen lieber weniger als 40 Wochenstunden tätig sein. Ein Stellenangebot mit hohem Arbeitsdruck und langen Arbeitszeiten schreckt da ab, selbst wenn das Geld etwas höher sein sollte.

Hochschulmarketing und Firmenkontaktmessen

Firmenkontaktmessen sind eine Gelegenheit, direkt mit dem Nachwuchs in Kontakt zu treten und auch als weniger bekanntes Unternehmen Aufmerksamkeit auf sich zu ziehen. Die meisten Unternehmen berichten einen Bewerbungsanstieg nach der Firmenkontaktmesse. Der beruhigende Aspekt unserer Analysen ist: Nicht der Standplatz primär ist entscheidend und der Stand muss auch nicht herausragend und exquisit gestaltet sein, um aufzufallen. Gut ist gut genug, professionell sein, das genügt. Allerdings: Ausreichend Standpersonal führt zu mehr qualitativ hochwertigen Kontakten und offene Positionen, wie Angebote für Abschlussarbeiten (eine Chance für den direkten Kontakt zu begehrten Qualifikationsgruppen), ziehen die potenziellen Kandidaten an.

Wie kann ein eher unbekanntes Unternehmen auf sich aufmerksam machen und potenzielle Bewerber auf seine Internetseite locken? Fast alle Studierenden verfügen heute über ein Smartphone. Werden die Stellenausschreibungen und Praktikumsangebote mit einem QR-Code versehen, so können schnell weitere Informationen aufgerufen werden. Deshalb ist anzunehmen, dass dann auch unbekanntere Unternehmen mehr angeklickt werden. Und dass mehr Klicks auf der Karriereseite

die Bewerberanzahl erhöht, konnten wir bereits in einer Diplomarbeit nachweisen.

Verbesserung des Bewerbungsprozesses

Sehr gute Noten erhielten die Personaler und ihre Unternehmen hinsichtlich Fairness und vor allem Freundlichkeit. Mit den Informationen auf der Homepage waren allerdings nur 73 Prozent der Befragten zufrieden. Eine aktuelle Homepage ist ein absolutes Muss. Nach unseren Analysen ist die Homepage die wichtigste Informationsquelle für potenzielle Bewerber. D.h. sie muss ansprechend gestaltet, klar aufgebaut und natürlich aktuell sein. Unternehmen, die nur über ein begrenztes Personalmarketingbudget verfügen, sind gut beraten, die Homepage als zentrales Marketingtool aufzubauen und zu pflegen.

Weitere 57 Prozent unserer Befragten bemängeln, dass sie zum Teil sehr lange auf eine Antwort aus dem Unternehmen warten mussten. Hier liegen klare Verbesserungspotenziale. Dies ist die große Chance gerade für kleinere Unternehmen. Denn im Recruiting gewinnt der schnelle Personaler die besten Kandidaten.

Die junge Generation will etwas leisten, dafür aber auch angemessen entlohnt und wertgeschätzt werden. Arbeit gilt ihr nicht alles, sie strebt auch eine Work-Life-Balance und ein angenehmes Betriebsklima an. Gerade kleinere Unternehmen und solche an eher unattraktiven Standorten können sich nicht mehr darauf verlassen, dass klassische Stellenangebote noch zu ausreichend Bewerbungen führen. Um den Fachkräftebedarf nachhaltig zu sichern, ist ein aktives Personalmanagement unverzichtbar. Doch Unternehmen können aktiv dazu beitragen, wenn sie beachten, was der Nachwuchs sucht.

8. Quellenverzeichnis

Becker, W. (Hrsg.) (2012) Empirische Studien zum Absolventenverhalten. Bamberger Betriebswirtschaftliche Beiträge 187. Bamberg.

Biemann, T. & Weckmüller, H. (2013) Generation Y: Viel Lärm um fast nichts. In Personalquarterly 01/13, S. 46-49.

Lebrenz, C. und Regnet, E. (2009a). Fachkräftemangel in Bayerisch-Schwaben. Ergebnisbericht für die IHK Schwaben und die HWK für Schwaben. Augsburg.

Lebrenz, C. & Regnet, E. (2009b) Fachkräftesicherung in Bayerisch-Schwaben. Ergebnisbericht für die Landkreise Aichach-Friedberg, Augsburg und die Stadt Augsburg. Augsburg.

Lebrenz, C. & Regnet, E. (2010) Gesucht: Frauen und Talente 45 plus. In Personalmagazin 04/2010, S. 40-43.

Schleiter, A. & Armutat, S. (2004) Was Arbeitgeber attraktiv macht. Deutsche Gesellschaft für Personalführung e.V. Düsseldorf.

Wagner, D. (2011) Zukunft gestalten. In Personal 06/2011, S.18-21.



