

Das Absolventenbarometer 2006 – Deutsche Law Edition

Die Studie

Trotz der hohen Anzahl an Jura-Studenten, die derzeit ihre Ausbildung an deutschen Hochschulen beenden, ist die Suche nach Top-Absolventen nach wie vor schwierig. Um sich als Unternehmen auf dem Arbeitsmarkt für Juristen auch für die Zukunft optimal positionieren zu können, hat das **trendence** Institut für Personalmarketing in Kooperation mit e-fellows.net eine Studie mit weit überdurchschnittlich leistungsfähigen Studenten, Referendaren und Volljuristen durchgeführt. Hauptziel der Untersuchung **Das Absolventenbarometer 2006 – Deutsche Law Edition** ist es, die Berufs- und Lebenspläne der kommenden Elite der Juristen, ihre Kommunikationsgewohnheiten und ihre Wahrnehmung der Attraktivität von Arbeitgebern zu erfassen.

Kontext

Zurzeit gibt es in Deutschland rund 136.000 Anwälte, im Jahr 2010 werden es Schätzungen zufolge 155.000, 2015 schon 190.000 sein. Die 20 größten Kanzleien dominieren zwar die Umsatzraten, beschäftigen aber nur rund fünf Prozent aller Juristen. Ein Großteil der Kanzleien besteht aus zwei bis fünf Juristen, hinzu kommen tausende Einzelanwälte. 71 Prozent der Kanzleien machen nur noch einen Marktanteil von 20 Prozent mit einem Umsatz von weniger als 250.000 Euro aus. Die Lage für angehende Juristen ist daher ernst, viele Berufseinsteiger haben es schwer.

Hinzu kommt, dass sich über zwei Drittel der angehenden Juristen nicht spezialisieren wollen. Doch genau darin liegt ihre Chance für die Zukunft: Die Umsätze der Fachanwälte sind vergleichsweise hoch, da die Mandanten die Auszeichnung als Spezialist als Qualitätssiegel sehen. Inzwischen gibt es laut Bundesrechtsanwaltskammer 20.000 Fachanwälte, zudem existieren 18 Fachanwaltschaften. Der Trend zur Spezialisierung wird sich weiter fortsetzen, da sich die Rechtsbereiche weiter ausdifferenzieren und die Rechtsberatung somit immer komplexer wird. Beim Berufseinstieg ist daher eine Spezialisierung sinnvoll, um sich mit einem fachlichen Profil von der Masse abzuheben.

Einen weiteren Trend stellt das zunehmende Bewusstsein der Kanzleien für ihr Image und ihre eigene Marke dar. Denn wo die Leistungen schwer unterscheidbar sind, entscheidet der Kunde nach anderen Kriterien.

*Berufseinsteiger haben
es schwer*

Methode

„High Potentials“

Zusammenarbeit mit
e-fellows

- » Eingeladen wurden Studierende der Rechtswissenschaften des Karrierenetzwerkes e-fellows.net. Um in das Netzwerk aufgenommen zu werden, müssen die Mitglieder besonders strenge Anforderungen bzgl. Noten und Erfahrungen erfüllen. Die Stichprobe aller Befragten stellt somit bereits eine Vorauswahl von „High Potentials“ dar.
- » Insgesamt haben 1.495 Studierende, Referendare und Volljuristen an der Studie teilgenommen.
- » Die Rücklaufquote betrug 19,9 Prozent.
- » Die Umfrage fand per passwordgeschütztem Onlinefragebogen statt.

Auszüge aus den Ergebnissen der Studie

Auf den folgenden Seiten finden Sie Auszüge aus den Ergebnissen der Studie **Das Absolventenbarometers – Deutsche Law Edition 2006**. Die Stichprobe der diesjährigen Untersuchung wurde stark vergrößert.

Demografisches

Ein Anteil von 44,6 Prozent der Befragten befindet sich noch im Studium, 44,8 Prozent absolvieren ihr Referendariat und 10,6 Prozent der Befragten sind Volljuristen, d.h. sie haben das zweite Staatsexamen erfolgreich absolviert.

Die Teilnehmer sind zu 60,9 Prozent männlich und zu 39,1 Prozent weiblich.

Das Durchschnittsalter der Befragten beträgt 25,5 Jahre.

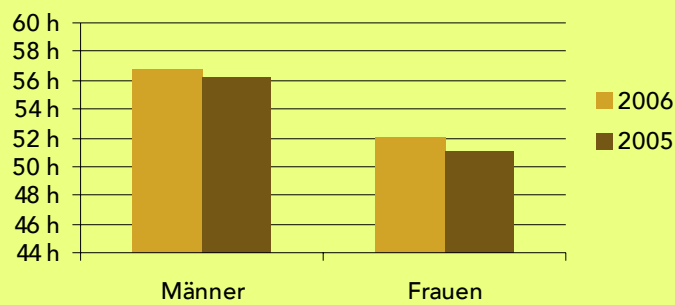
Arbeitszeit und Gehalt

Gegenüber dem letzten Jahr erwarten die Befragten eine höhere Wochenarbeitszeit. Aber auch die erwartete Höhe des Einstiegsgehalts ist gegenüber 2005 angestiegen.

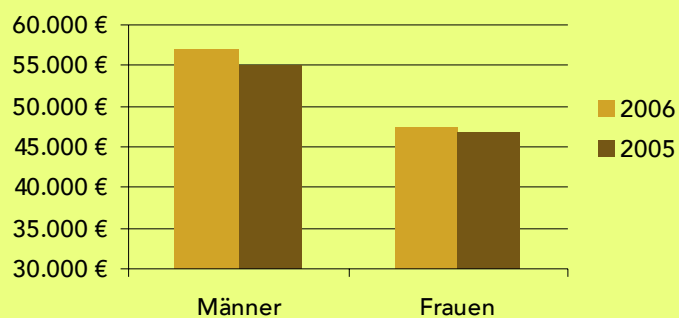
Bei der geschlechtsspezifischen Betrachtung des erwarteten Jahresgehalts und der erwarteten Wochenarbeitszeit lassen sich deutliche Unterschiede feststellen. Frauen erwarten im Durchschnitt eine etwas geringere Wochenarbeitszeit als ihre männlichen Kommilitonen und Kollegen. Das erwartete Einstiegsgehalt liegt jedoch fast 10.000 Euro unter dem der Männer.

Weibliche Befragte erwarten ein deutlich geringeres Einstiegsgehalt

Erwartete Wochenarbeitszeit



Erwartetes Jahresgehalt



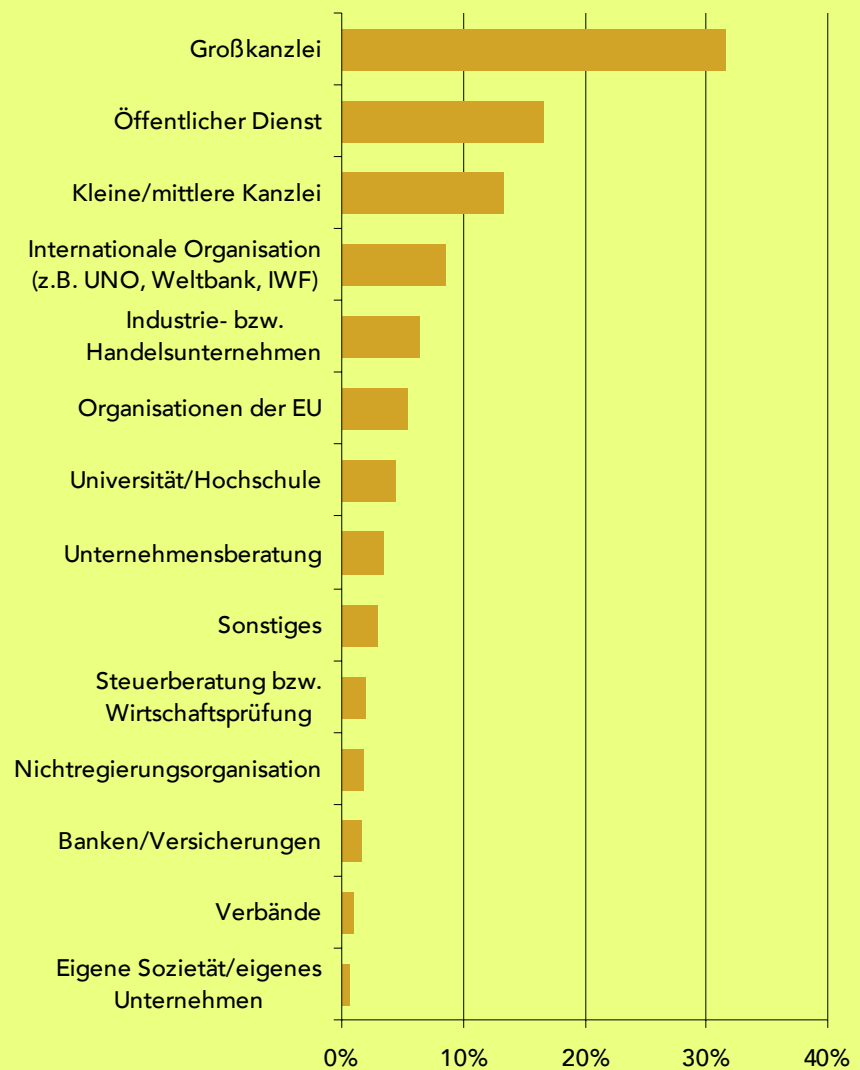
Organisationsform

Großkanzlei ist bevorzugte Organisationsform

Die befragten Juristen wurden gebeten, anzugeben in welcher Organisationsform Sie ihre berufliche Laufbahn beginnen möchten. Am beliebtesten sind Großkanzleien, bei denen der überwiegende Teil der Befragten tätig werden möchte. Auf Platz zwei folgt der öffentliche Dienst vor den kleinen und mittleren Kanzleien auf Platz drei.

Lediglich ein sehr geringer Anteil der Befragten strebt nach dem Studium die Gründung einer eigenen Kanzlei bzw. eines eigenen Unternehmens an.

Bevorzugte Organisationsform



Berufliche Ziele

Karriereorientiert und flexibel

Die befragten Juristen sind bereit dort zu arbeiten, wo sich ihnen die besten Chancen bieten anstatt einen Arbeitgeber in ihrer Region zu finden und ziehen es vor, nicht nur im Inland zu arbeiten, sondern auch Erfahrungen im Ausland zu sammeln. Vor die Wahl gestellt, zwischen einem hohen Einstiegsgehalt und einem langfristigen Verdienstpotalential zu entscheiden, würden sie letzteres vorziehen.



Top-Arbeitgeber – Deutsche Law Edition						
2006 Rang	Unternehmen	2006 Prozent	Veränderung	2005 Rang	2005 Prozent	
1	Auswärtiges Amt	29,6%	↔	1	28,8%	
2	Freshfields Bruckhaus Deringer	23,3%	↔	2	22,0%	
3	Hengeler Mueller	22,8%	↔	3	21,7%	
4	Clifford Chance	11,6%	↕	6	7,8%	
5	Gleiss Lutz Rechtsanwälte	10,4%	↘	4	10,6%	
6	CMS Hasche Sigle	7,7%	↕	16	4,6%	
6	Linklaters	7,7%	↔	6	7,8%	
6	McKinsey & Company	7,7%	↕	11	5,8%	
9	BMW Group	7,1%	↘	8	7,5%	
10	Deutsche Lufthansa AG	6,1%	↘	5	8,0%	
11	Lovells	5,8%	↕	13	5,4%	
12	Porsche AG	5,6%	↘	11	5,8%	
13	Siemens	5,5%	↘	9	6,4%	
14	ProSiebenSat.1 Media AG	5,0%	↕	18	4,2%	
15	Deutsche Bank AG	4,7%	↘	14	5,2%	
16	Allianz Group	4,6%	↘	10	6,1%	
17	Bertelsmann AG (RTL Group, Gruner + Jahr, BMG, DirectGroup, Arvato, Random House)	4,4%	↕	19	4,1%	
18	BCG (The Boston Consulting Group)	4,3%	↕	20	4,0%	
19	DaimlerChrysler AG	4,0%	↘	15	4,8%	
20	Baker & McKenzie	3,8%	↘	17	4,4%	
21	Shearman & Sterling LLP	3,3%	↔	21	3,3%	
22	Taylor Wessing	3,1%	↕	26	2,1%	
23	KMPG Deutsche Treuhand-Gesellschaft AG WPG	2,8%	↕	26	2,1%	
23	Nörr Stiefenhofer Lutz	2,8%	↕	34	1,8%	
25	Graf von Westphalen Bappert & Modest	2,7%	↕	35	1,7%	

Law Edition
 Rangplätze 26 bis 52

2006 Rang	Unternehmen	2006 Prozent	Veränderung	2005 Rang	2005 Prozent
26	Deutsche Telekom AG	2,6%	↔	26	2,1%
27	Audi AG	2,5%	neu		
27	E.ON	2,5%	neu		
29	P+P Pöllath + Partner	2,4%	↕	36	1,6%
30	PricewaterhouseCoopers	2,3%	↕	22	3,0%
31	Allen & Overy LLP	2,1%	↕	24	2,3%
31	Redeker Sellner Dahs & Widmaier	2,1%	↕	23	2,6%
31	Robert Bosch GmbH	2,1%	↔	31	1,9%
34	Cleary Gottlieb Steen & Hamilton LLP	2,0%	↕	39	1,3%
34	White & Case	2,0%	↕	37	1,5%
36	Latham & Watkins LLP	1,9%	↕	26	2,1%
36	RWE AG	1,9%	neu		
38	FLICK GOCKE SCHAUMBURG	1,7%	↕	24	2,3%
39	IBM Deutschland GmbH	1,6%	↕	31	1,9%
39	Rödl & Partner	1,6%	↕	37	1,5%
41	Hogan & Hartson Raue L.L.P.	1,5%	neu		
42	Beiten Burkhardt Rechtsanwalts-gesellschaft mbH	1,3%	↕	44	0,8%
42	Luther	1,3%	↕	26	2,1%
44	Ashurst	1,2%	↕	42	0,9%
44	Wilmer Cutler Pickering Hale and Dorr LLP	1,2%	↕	40	1,1%
46	HAARMANN HEMMELRATH	1,0%	↕	31	1,9%
46	Heuking Kühn Lüer Wojtek	1,0%	↕	44	0,8%
48	Commerzbank AG	0,8%	↕	41	1,0%
48	Mayer, Brown, Row & Maw LLP	0,8%	↕	42	0,9%
50	Deloitte	0,6%	neu		
50	Hölters & Elsing	0,6%	↕	46	0,6%
52	Jones Day	0,5%	↕	48	0,4%

Weitere abgefragte Themenbereiche

Neben den vorgestellten Themenbereichen gibt die Studie **Das Absolventenbarometer 2006 – Deutsche Law Edition** unter anderem Antworten auf folgende Fragen:

» Arbeitgeberattraktivität/Markenbildung

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

» Kommunikation

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

» Karriere

Welche Kriterien motivieren die Arbeitgeberwahl? Welche beruflichen Ziele haben Absolventen?

» Demografie

Welche Qualifikationen und persönlichen Stärken zeichnen die Absolventen aus? Welche Meinungen und Einstellungen herrschen unter Absolventen?

Neben der Law Edition veröffentlichen wir in unserer Studienreihe **Das Absolventenbarometer** die Business, Engineering und IT Edition. Darüber hinaus stehen in der Studie **European Student Barometer** Daten auf europäischer Ebene zur Verfügung.

Kontakt

Um mehr über die abgefragten Themenbereiche und deren Nutzen für ein effizienteres Personalmarketing zu erfahren, kontaktieren Sie uns bitte!

trendence

Institut für Personalmarketing

Kochstraße 27

10969 Berlin

Telefon: +49 30 259 29 88-0

Telefax: +49 30 259 29 88-902

www.trendence.com