

Mehr Arbeit für weniger Geld

Studierende und Absolventen blicken weiterhin wenig optimistisch in die Zukunft

Berlin, 18. September 2006 – Zum achten Mal in Folge hat das Berliner **trendence** Institut für Personalmarketing angehende Wirtschaftswissenschaftler und Ingenieure zu ihren Präferenzen und Prioritäten beim Berufseinstieg und bezüglich der für sie attraktivsten Arbeitgeber befragt. An der deutschlandweiten repräsentativen Studie „Das Absolventenbarometer 2006 – Deutsche Business und Engineering Edition“ beteiligten sich über 14.000 Studierende und Absolventen wirtschafts- und ingenieurwissenschaftlicher Studiengänge.

Trotz der auf dem Arbeitsmarkt steigenden Nachfrage nach Akademikern schauen vor allem Wirtschaftswissenschaftler wenig optimistisch in die Zukunft. Viele von ihnen sind um ihre berufliche Zukunft besorgt und äußern die Bereitschaft, ihr Privatleben auf Grund der schlechten Job-Aussichten in hohem Maße zurückzustellen. Mehr als die Hälfte der Befragten ist zudem der Meinung, dass es in diesem Jahr schwer sein wird, eine Arbeitsstelle zu bekommen.

Hinzu kommt, dass die Studierenden und Absolventen davon ausgehen, für ein geringeres Gehalt mehr Arbeitszeit als im letzten Jahr investieren zu müssen: Gegenüber 2005 stieg die erwartete Wochenarbeitszeit bei den Wirtschaftswissenschaftlern von 46,1 auf 46,8 und bei den Ingenieuren von 43,8 auf 44,4 Stunden. Gleichzeitig sind die Gehaltsvorstellungen gesunken. Während sich die Studierenden wirtschaftswissenschaftlicher Fächer im letzten Jahr ein Einstiegsgehalt von 41.600 Euro pro Jahr wünschten, würden sie sich nun mit durchschnittlich 40.700 Euro zufrieden geben. Bei den Ingenieuren ist das erwartete Einstiegsgehalt mit 42.000 Euro pro Jahr zwar etwas höher, im letzten Jahr lag es aber noch bei 43.000 Euro.

„Bestärkt durch den zunehmenden Fachkräftemangel im technischen Bereich sehen die angehenden Ingenieure allerdings deutlich positiver in die Zukunft als ihre Kommilitonen“ erläutert Manja Ledderhos vom **trendence** Institut. „Über die Hälfte der Befragten macht sich keine Sorgen um seine berufliche Zukunft und ist der Meinung, dass es 2006 leicht sein wird, eine Arbeitsstelle zu finden. Die Mehrzahl der Studierenden und Absolventen ist zudem nicht bereit, Einschnitte im Privatleben in Kauf zu nehmen.“

Einig sind sich Studierende und Absolventen beider Fächergruppen allerdings darüber, bei wem sie am liebsten arbeiten möchten. Platz eins des Rankings der attraktivsten Arbeitgeber nimmt wie schon im vorigen Jahr die BMW Group ein. Auf den Plätzen zwei und drei folgen die Porsche AG und Siemens. Bei den Studierenden und Absolventen der Wirtschaftswissenschaften ist zudem eine gestiegene Attraktivität der Wirtschaftsprüfungsgesellschaften zu verzeichnen. „Die Branche ist zwar für ihre hohe Arbeitszeitbelastung bekannt, bietet dafür aber langfristige Karriereperspektiven“, so Manja Ledderhos.

Rang 2006	Unternehmen	% 2006	Rangver- änderung	Rang 2005	% 2005
1	BMW Group	11,2	↻	1	11,7
2	Porsche AG	9,1	↑	3	8,0
3	Siemens	8,3	↓	2	8,8
4	Ernst & Young	8,0	↑	6	6,9
5	KPMG	7,6	↑	8	6,3
5	Pricewaterhouse Coopers	7,6	↑	7	6,8

Top-Arbeitgeber – Deutsche Engineering Edition

Rang 2006	Unternehmen	% 2006	Rangver- änderung	Rang 2005	% 2005
1	BMW Group	18,3	↻	1	19,6
2	Porsche AG	17,6	↑	4	15,0
3	Siemens	16,6	↻	3	15,5
4	AUDI AG	15,9	↓	2	16,0
5	DaimlerChrysler AG	9,6	↻	5	12,2

Über die Studie

Die Studie „Das Absolventenbarometer“ wird jährlich unter examensnahen Studierenden und Absolventen durchgeführt um die Arbeitgeberattraktivität von Unternehmen zu analysieren. Mit knapp 20.000 examensnahen Studierenden und Absolventen, die zu ihren Präferenzen und Prioritäten rund um den Berufseinstieg befragt wurden, ist „Das Absolventenbarometer 2006“ nicht nur die größte Studie ihrer Art, sondern auch die umfassendste, die jemals durchgeführt wurde.

Über trendence

Das **trendence** Institut für Personalmarketing hat sich auf empirische Forschungsprojekte im Kontext der beruflichen Orientierung junger Menschen sowie auf die Beratung von Unternehmen in allen Belangen des Personalmarketing spezialisiert. **trendence** unterstützt Unternehmen dabei, in den Besitz wichtiger Kenntnisse über potenzielle und vorhandene Mitarbeiter zu gelangen. Zu diesem Zweck werden regelmäßig Umfragen unter Schulabgängern, Hochschulstudenten und Young Professionals durchgeführt. Ziel ist es, Unternehmen Sicherheit bei allen Entscheidungen im Personalmarketing zu geben.

Textlänge: 3.972 Zeichen (inkl. Leerzeichen)

**Gern stellen wir Ihnen weitere Ergebnisse der umfangreichen Studie zur Verfügung.
Bitte senden Sie uns bei Veröffentlichung zwei Belege zu!**

Anja Möbius
trendence Institut für Personalmarketing GmbH
 Kochstraße 27
 10969 Berlin
 Phone: +49 30 259 29 88-305

Fax: +49 30 259 29 88-901
anja.moebius@trendence.de
www.trendence.de
www.trendemployer.de