

Auswärtiges Amt beliebtester Arbeitgeber der Top-Juristen

Berlin, 18. September 2006 – Zum achten Mal in Folge hat das Berliner **trendence** Institut für Personalmarketing in Kooperation mit e-fellows.net angehende Juristen zu ihren Präferenzen und Prioritäten beim Berufseinstieg und bezüglich der für sie attraktivsten Arbeitgeber befragt. An der deutschlandweiten repräsentativen Studie „Das Absolventenbarometer 2006 – Deutsche Law Edition“ beteiligten sich knapp 1.500 Studierende und Referendare der Rechtswissenschaften sowie Volljuristen.

In dem in der Studie ermittelten Ranking der attraktivsten Arbeitgeber nimmt das Auswärtige Amt wie schon im letzten Jahr den ersten Platz ein. Auf den Plätzen zwei und drei folgen die Kanzleien Freshfields Bruckhaus Deringer und Hengeler Mueller. Beide konnten ihre Platzierungen gegenüber dem letzten Jahr behaupten und wie auch das Auswärtige Amt an Prozentpunkten dazu gewinnen.

Zu den Aufsteigern in die Top-Ten gehören CMS Hasche Sigle und McKinsey & Company, welche sich vom 16. bzw. elften auf den sechsten Rang verbessern konnten. Plätze verloren hat hingegen die Deutsche Lufthansa AG, welche von Platz fünf aus auf den zehnten Rang abrutschte.

Im Allgemeinen sind bei den angehenden Juristen vor allem Großkanzleien beliebt, um die berufliche Laufbahn zu beginnen. Eine eigene Sozietät oder ein eigenes Unternehmen wollen weniger als ein Prozent der Studienteilnehmer gründen. „Dieser Wunsch ist der Tatsache geschuldet, dass die großen Kanzleien den Markt dominieren“, erläutert Manja Ledderhos vom trendence Institut. „Einzeljuristen und kleine Sozietäten mit bis zu fünf Anwälten bilden zwar den Großteil der Kanzleien, machen aber nur einen Marktanteil von 20 Prozent aus.“ Die beruflichen Ziele der Top-Juristen sind denn auch voll auf die Karriere ausgerichtet: Sie wollen nach einem Direkteinstieg arbeiten, wie sie die besten Chancen haben, Führungsaufgaben übernehmen, Erfahrungen im Ausland sammeln und sich durch praktische Tätigkeiten weiterbilden.

Dabei ist den Studierenden und Referendaren ein langfristiges Verdienstpotalential wichtiger als ein hohes Einstiegsgehalt. So geben sie sich denn bei letzterem auch bescheiden: Zwar ist das erwartete Einstiegsgehalt wie auch die erwartete Wochenarbeitszeit gegenüber dem letzten Jahr gestiegen, fällt für die Branche aber relativ genügsam aus: Waren die angehenden und Volljuristen im letzten Jahr bereit, für ein Jahresgehalt von 52.100 Euro 54,3 Stunden pro Woche zu arbeiten, erwarten sie in diesem Jahr für eine Wochenarbeitszeit von 54,9 Stunden ein Einstiegsgehalt von 53.300 Euro pro Jahr. Hierbei zeigt sich jedoch ein großer Unterschied zwischen männlichen und weiblichen Befragten: Männer möchten mit 57.100 Euro pro Jahr deutlich mehr verdienen als ihre Kommilitoninnen und Kolleginnen, die sich mit 47.500 Euro zufrieden geben würden. Hierfür würden die männlichen angehenden Juristen 56,8 Stunden, die Juristinnen 52,1 Stunden pro Woche arbeiten.

Top-Arbeitgeber – Deutsche Law Edition

Rang 2006	Unternehmen	% 2006	Rangver- änderung	Rang 2005	% 2005
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

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: 4.051 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