

Das Absolventenbarometer 2006 – Deutsche IT-Edition

Die Studie

*Erfolgskontrolle für das
Personalmarketing*

In diesem Jahr führte das Berliner **trendence** Institut zum achten Mal die etablierte Studie **Das Absolventenbarometer** durch. Mit knapp 20.000 examensnahen Studierenden, 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 Studie, die jemals durchgeführt wurde. Damit bietet die Studienreihe **Das Absolventenbarometer** für Arbeitgeber eine einzigartige Grundlage für die Positionierung ihres Unternehmens auf dem Arbeitsmarkt für angehende Fach- und Führungskräfte und ist für viele Unternehmen ein unverzichtbares Instrument der Erfolgskontrolle und des Benchmarks im Personalmarketing.

Kontext

IT-Arbeitsmarkt stabilisiert sich

Der deutsche Markt der Informationstechnik und Telekommunikation (ITK-Markt) wächst nach Angaben des Bundesverbands Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien (BITKOM) in diesem Jahr voraussichtlich um 2,5% auf 146,4 Milliarden Euro. Für 2007 rechnet BITKOM mit einer Zunahme um 1,6% auf 148,8 Milliarden Euro. In der Branche herrscht daher hinsichtlich des allgemeinen Geschäftsklimas eine positive Stimmung, welche auch auf das Beschäftigungsklima übergreift. Allerdings wird das Wachstum der Mitarbeiterzahlen wohl eher bescheiden ausfallen: Zwar hat sich der IT-Arbeitsmarkt stabilisiert und somit den seit 2000 anhaltenden Negativtrend weitestgehend gestoppt, die erwartete Trendwende blieb allerdings aus. Während BITKOM nicht damit rechnet, dass in diesem Jahr zusätzliche Arbeitsplätze entstehen, geht die Gesellschaft für Informatik von einer Steigerung der Beschäftigung um 4.000 bis 5.000 Arbeitsplätze aus. Mit der positiven Stimmung geht auch ein leichter Anstieg der Gehälter für IT-Fachkräfte um 2% bis 3% einher.

*Angebotslücke durch
sinkende Zahl von
Studienanfängern*

Zukünftig ist aber mit einem Umschwung des IT-Arbeitsmarkts zu rechnen. Zwar liegt die Arbeitslosenquote der Informatiker derzeit bei 5,5%, mittelfristig werden IT-Abteilungen und ITK-Unternehmen laut BITKOM allerdings 15.000 bis 17.000 Arbeitsplätze pro Jahr benötigen. Da die Zahl der Erstsemester in informationswissenschaftlichen Studiengängen aber von 38.000 im Jahr 2000 auf 12.600 im Jahr 2006 zurückgegangen ist und die Hälfte der Studienanfänger ihr Studium abbrechen, öffnet sich eine Angebotslücke, die sich durch den demografischen Wandel zu einem ausgereiften Fachkräftemangel entwickeln kann.

Ziele der Studie

*Repräsentative Daten
über den Arbeitsmarkt
für Akademiker*

Die Studie **Das Absolventenbarometer 2006 – Deutsche IT Edition** zeichnet ein zeitnahes und detailliertes Bild der Angebotsseite des deutschen Arbeitsmarkts für Akademiker.

Ziel der Studie ist es, die Berufs-, Karriere und Lebensvorstellungen der Fach- und Führungskräfte von morgen umfassend zu untersuchen und diese mit aktuellen sowie zukünftigen Trends in Beziehung zu setzen, um somit repräsentative Daten über den Arbeitsmarkt für Akademiker zu liefern. Von besonderem Interesse sind hierbei die Themenbereiche „Arbeitgebermarken“ und „Best Practice“ sowie das Kommunikationsverhalten der Absolventen, ihre Berufs- und Karrierevorstellungen sowie allgemeine demografische Merkmale.

Die Ergebnisse der Studie werden Unternehmen als auch Hochschulen und Studierenden zugänglich gemacht sowie in verschiedenen Medien veröffentlicht. Absolventen und Studierenden werden die Studienergebnisse in Form des Karrierebuchs **trendemployer** und der Website www.trendemployer.de zur Verfügung gestellt. Die von den Studierenden gewählten attraktivsten Arbeitgeber haben darin die Möglichkeit, sich ihrer Zielgruppe zu präsentieren. Somit trägt die Studie **Das Absolventenbarometer** zu einer verbesserten Kommunikation zwischen Angebots- und Nachfragerseite bei. Die hohen Rücklaufquoten in diesem Jahr bekunden ein steigendes Interesse der Studierenden an der Thematik „Beruf und Karriere“ und an einer zielgerichteten Kommunikation zwischen Studierenden und Unternehmen.

Methode

*Die größte Studie in
Deutschland*

- » Die Feldphase lief von März bis Juli 2006.
- » Die Stichprobengröße umfasst 4.646 Informatikstudenten.
- » Die Rücklaufquote liegt bei 28,0%.
- » Die Teilnehmer wurden von den teilnehmenden Hochschulen per Brief eingeladen.
- » Die Befragung fand per Online-Fragebogen statt.

Auszüge der Ergebnisse der Studie

Nachfolgend haben wir für Sie ausgewählte Ergebnisse des **Absolventenbarometers 2006** zusammengestellt. Der Arbeitsmarkt für den akademischen Nachwuchs wird von vielfältigen Faktoren beeinflusst. Diese Veränderungen spiegeln sich auch in unseren Studienergebnissen wider. So unterliegt zum Beispiel das Ranking der attraktivsten Arbeitgeber, das als ein wichtiger Indikator für die Stärke der Employer Brand eines Unternehmens gesehen werden kann, signifikanten Volatilitäten.

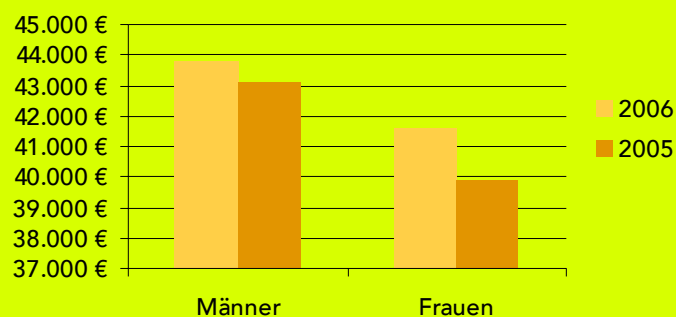
Arbeitszeit und Gehalt

Gehaltserwartung von Informatikstudenten nimmt wieder zu

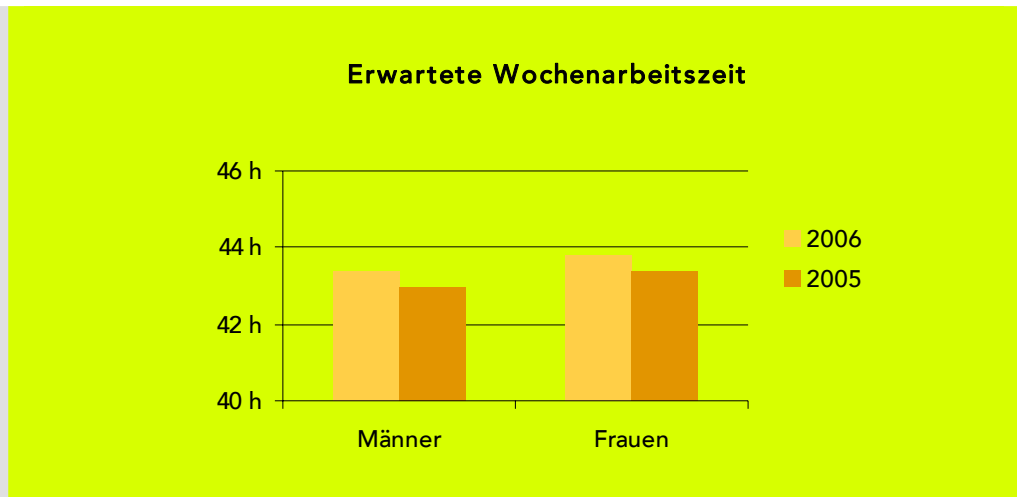
Nachdem die Gehaltsvorstellungen der angehenden Informatiker im letzten Jahr gesunken waren, sind sie nun wieder am Steigen und betragen durchschnittlich 41.800 Euro. Allerdings geben sich Frauen noch immer mit einem geringeren Einstiegsgehalt zufrieden als ihre männlichen Kommilitonen. Sie erwarten ein erstes Jahresgehalt von 41.600 Euro, während Männer 43.800 Euro pro Jahr verdienen möchten.

Auch die erwartete Wochenarbeitszeit ist gegenüber dem letzten Jahr leicht angestiegen. Im Durchschnitt gehen die IT-Studierenden und -Absolventen davon aus, pro Woche 43,4 Stunden zu arbeiten. Dabei erwarten Frauen trotz ihrer geringeren Gehaltserwartungen eine höhere Wochenarbeitszeit. Sie sind bereit, im Durchschnitt 43,8 Stunden pro Woche zu arbeiten, während Männer eine Wochenarbeitszeit von 43,4 Stunden erwarten.

Erwartetes Jahresgehalt



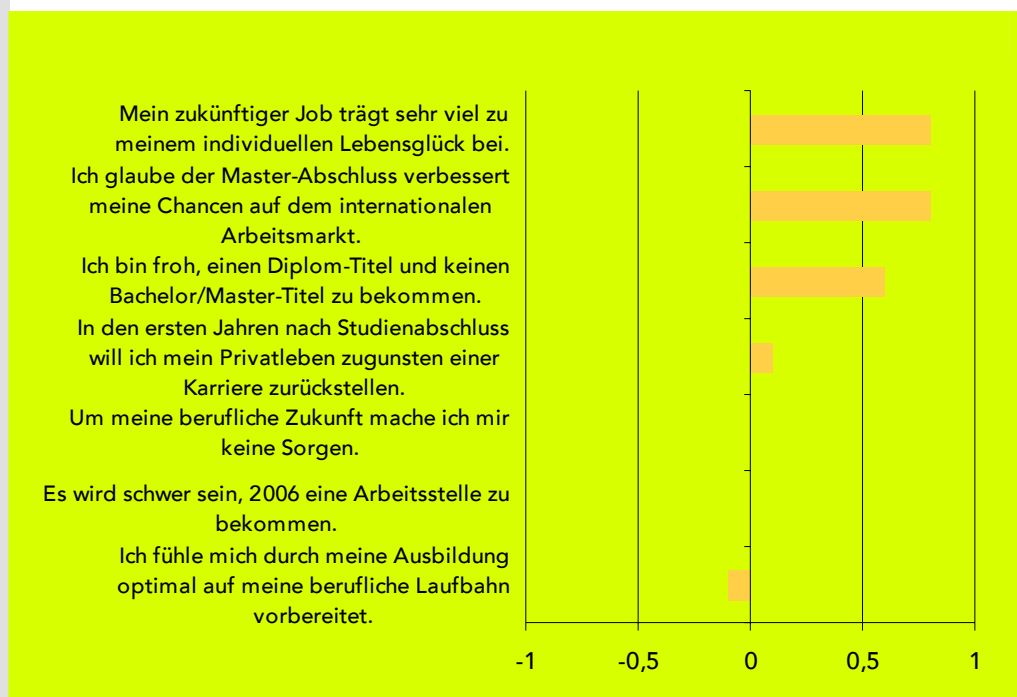
Erwartete Wochenarbeitszeit steigt leicht an



Meinungen und Einstellungen

Kein reiner Optimismus bezüglich der beruflichen Aussichten

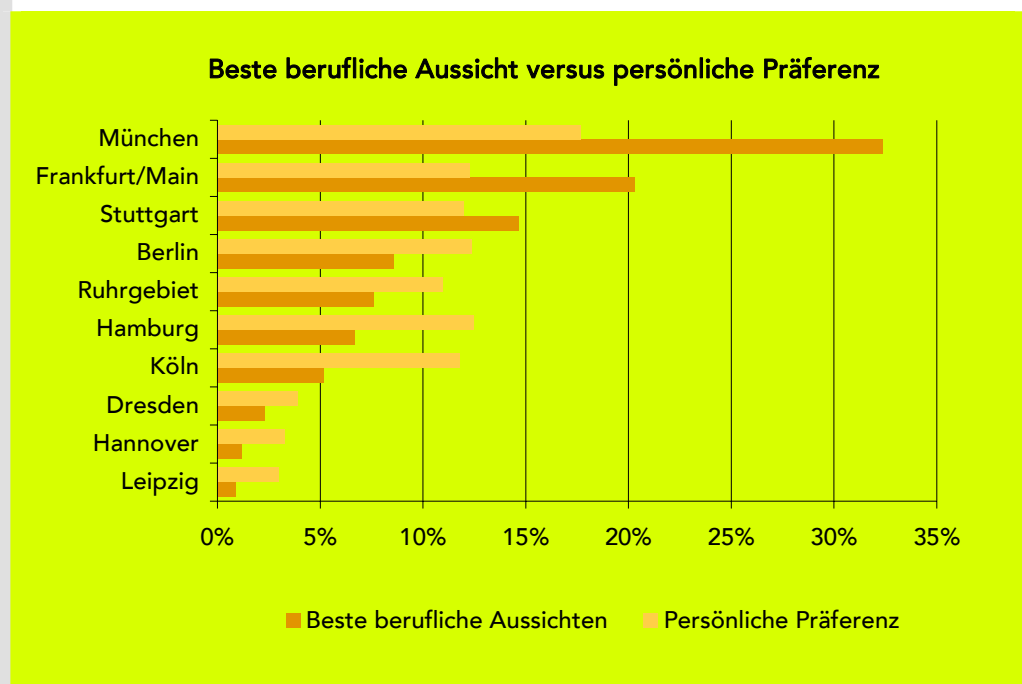
Obwohl auf dem Arbeitsmarkt der IT Branche eine eher positive Grundstimmung herrscht und die Arbeitsmarktlage sich weiter verbessert, zeigen sich IT-Studierende und - Absolventen bezüglich ihrer Einstellung zu Beruf und Karriere nicht durchgehend optimistisch. Uneinigkeit herrscht vor allem darüber, ob es 2006 schwer sein wird, eine Arbeitsstelle zu finden und ob man sich um seine berufliche Zukunft Sorgen macht.



Regionale berufliche Perspektive versus regionale berufliche Präferenz

Erstmals in diesem Jahr wurden die Studierenden und Absolventen nach ihren regionalen Präferenzen und der Region bzw. Stadt befragt, in der sie glauben, die besten beruflichen Aussichten zu haben. Nach Meinung der Studierenden bieten die Städte München, Frankfurt am Main und Stuttgart die besten beruflichen Perspektiven.

Ein interessantes Bild liefert dieses Ergebnis im Vergleich zu den regionalen Präferenzen der Studierenden. Es ergeben sich erhebliche Differenzen zwischen den Städten, die die besten Voraussetzungen für Beruf und Karriere bieten und denen, wo die zukünftigen Absolventen gerne leben würden. Hier können Städte wie Hamburg, das Ruhrgebiet oder Köln punkten, die nach Meinung der Studierenden und Absolventen zwar keine besonders guten beruflichen Aussichten bieten, in denen sie aber trotzdem gern leben würden.



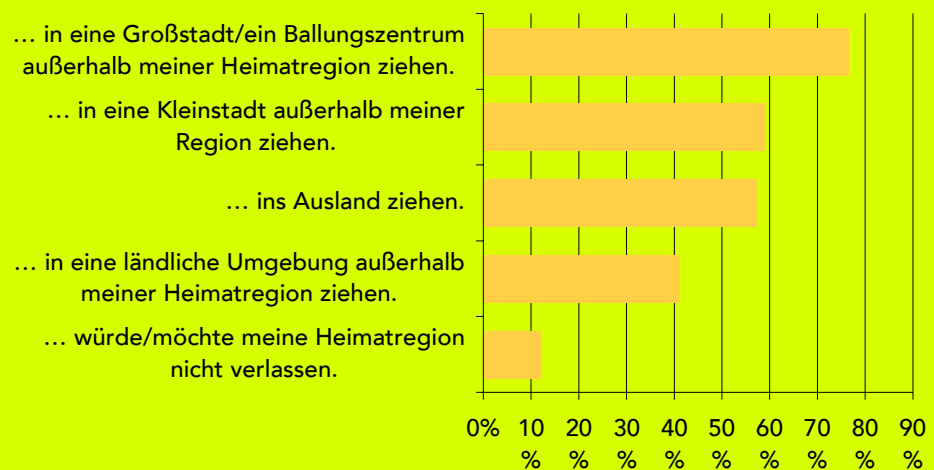
Mobilität und Urbanität

Großstädte bevorzugt

Gegenüber Studierenden und Absolventen anderer Fächergruppen zeigen sich angehende Informatiker weniger mobil: Ein Anteil von 12,1% der Befragten würde ihre Heimatregion nicht verlassen, wenn sie ein attraktives Arbeitsangebot in einer anderen Region angeboten bekämen.

In eine Großstadt bzw. ein Ballungszentrum würden über drei Viertel der Studierenden ziehen. Einen Umzug in eine Kleinstadt oder ins Ausland können sich noch über die Hälfte der Studienteilnehmer vorstellen. Weniger beliebt sind hingegen ländliche Regionen.

Mobilität/ Urbanität Ich würde...



Top-Arbeitgeber – Deutsche IT Edition

IT Edition
Rangplätze 1 bis 33

Rang 2006	Unternehmen	2006	Rangveränderung	Rang 2005	2005
1	IBM Deutschland GmbH	15,4%	↑	2	17,4%
2	SAP	15,2%	↓	3	12,4%
3	Siemens	15,0%	↓	1	19,1%
4	Fraunhofer-Gesellschaft	12,9%	↔	4	11,8%
5	BMW Group	10,6%	↔	5	11,0%
6	Microsoft Deutschland GmbH	8,7%	↔	6	8,3%
7	AMD in Dresden	7,9%	↑	19	4,4%
8	Porsche AG	6,4%	↑	12	5,5%
9	Apple Computer GmbH	5,7%	↑	15	4,8%
9	Max-Planck	5,7%	↑	18	4,6%
11	DaimlerChrysler AG	5,6%	↓	7	7,3%
12	EADS	5,5%	↔	12	5,5%
12	Sun Microsystems GmbH	5,5%	↑	15	4,8%
14	Bundesnachrichtendienst	5,3%	↓	8	5,8%
15	AUDI AG	5,2%	↓	10	5,7%
16	Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik	5,1%	↓	8	5,8%
17	Lufthansa Systems Group GmbH	4,9%	↑	21	4,2%
18	ProSiebenSat.1 Media AG	4,8%	↑	27	3,0%
18	sd&m AG, software design & management	4,8%	↑	22	3,9%
20	SuSE Linux AG	4,4%	↓	10	5,7%
21	Cisco Systems GmbH	4,3%	↓	20	4,3%
22	Robert Bosch GmbH	4,0%	↓	14	5,2%
22	Deutsches Zentrum für Luft- und Raumfahrt e.V.	4,0%	↑	29	2,9%
22	ESA European Space Agency	4,0%	↔	22	3,9%
25	Sony Deutschland GmbH	3,8%	↑	32	2,5%
26	Infineon Technologies AG	3,7%	↑	27	3,0%
27	Deutsche Telekom	3,5%	↓	15	4,8%
28	Oracle Deutschland GmbH	3,4%	↑	30	2,8%
29	Volkswagen AG	3,0%	↓	26	3,1%
30	1&1	2,7%	neu		
31	Accenture	2,5%	↓	25	3,3%
32	Nokia GmbH	2,4%	↑	40	1,8%
33	Bayer	2,0%	↑	49	1,2%

IT Edition

Rangplätze 33 bis 68

Rang 2006	Unternehmen	2006	Rangveränderung	Rang 2005	2005
33	Hewlett-Packard GmbH	2,0%	⬇️	24	3,7%
33	ZDF	2,0%	⬆️	42	1,7%
36	Deutsche Bank AG	1,9%	↔️	36	2,0%
36	McKinsey & Company	1,9%	⬇️	31	2,6%
38	ARD	1,8%	⬇️	34	2,3%
38	Philips	1,8%	↔️	38	1,9%
40	IKEA IT Germany GmbH	1,6%	⬇️	38	1,9%
41	AVM GmbH	1,5%	⬆️	57	1,0%
41	o2	1,5%	⬆️	42	1,7%
41	WEB.DE AG	1,5%	⬇️	33	2,4%
44	3SOFT	1,4%	⬆️	52	1,1%
44	BCG (The Boston Consulting Group)	1,4%	⬇️	36	2,0%
44	Bertelsmann AG	1,4%	⬇️	35	2,2%
44	CDV Software Entertainment AG	1,4%	⬇️	40	1,8%
44	Deutsche Bahn AG (DB Systems)	1,4%	⬆️	47	1,3%
44	Roche Diagnostics	1,4%	⬆️	52	1,1%
44	Silicon Graphics GmbH	1,4%	⬇️	42	1,7%
51	Software AG	1,3%	⬇️	46	1,5%
52	Vodafone	1,2%	⬆️	64	0,8%
53	BASF IT Services GmbH	1,1%	⬇️	45	1,6%
53	IDS Scheer AG	1,1%	⬇️	52	1,1%
53	Yahoo! Deutschland GmbH	1,1%	⬇️	52	1,1%
56	DATEV eG	1,0%	⬇️	47	1,3%
57	Carl Zeiss	0,9%	⬆️	64	0,8%
57	Deutsche Börse AG	0,9%	↔️	57	1,0%
57	ZF Friedrichshafen AG	0,9%	⬆️	74	0,5%
60	Allianz Gruppe	0,8%	⬇️	49	1,2%
60	Motorola GmbH	0,8%	⬆️	61	0,9%
60	Statistisches Bundesamt	0,8%	⬇️	57	1,0%
63	Arcor AG & Co. KG	0,7%	⬇️	49	1,2%
63	Axel Springer AG	0,7%	⬇️	52	1,1%
63	Commerzbank AG	0,7%	⬆️	68	0,7%
63	Deutsche Post World Net	0,7%	⬇️	57	1,0%
63	PricewaterhouseCoopers	0,7%	⬆️	68	0,7%
68	Roland Berger Strategy Consultants	0,6%	⬇️	61	0,9%

IT Edition

Rangplätze 68 bis 94

Rang 2006	Unternehmen	2006	Rangveränderung	Rang 2005	2005
68	DHL	0,6%	↓	64	0,8%
68	Novell GmbH	0,6%	neu		
68	Procter & Gamble Service GmbH	0,6%	neu		
68	RWE AG (RWE Systems AG)	0,6%	↔	68	0,7%
73	BearingPoint	0,5%	↑	87	0,3%
73	Boehringer Ingelheim Pharma GmbH & Co. KG	0,5%	↑	82	0,4%
73	Ericsson GmbH	0,5%	↓	61	0,9%
73	I-D Media AG	0,5%	↑	74	0,5%
73	KPMG	0,5%	neu		
73	Materna GmbH Information & Communications	0,5%	↑	87	0,3%
73	Postbank Systems	0,5%	↑	87	0,3%
80	ABB AG	0,4%	↓	72	0,6%
80	Adam Opel AG	0,4%	↓	64	0,8%
80	Capgemini	0,4%	↑	87	0,3%
80	E-Plus Mobilfunk GmbH & Co. KG	0,4%	↓	74	0,5%
80	Ford Werke AG	0,4%	↓	74	0,5%
80	General Electric Company	0,4%	↓	74	0,5%
80	Schering Aktiengesellschaft	0,4%	↑	82	0,4%
87	gedas deutschland GmbH	0,3%	↓	74	0,5%
87	Lucent Technologies Network Systems GmbH	0,3%	↓	74	0,5%
87	Nortel Networks	0,3%	↑	95	0,2%
87	Otto GmbH & Co. KG	0,3%	↓	74	0,5%
87	Sanofi-Aventis Deutschland GmbH	0,3%	↓	72	0,6%
87	Steria Mummert Consulting AG	0,3%	↑	95	0,2%
87	UBS Deutschland AG	0,3%	↔	87	0,3%
94	Agilent Technologies Deutschland GmbH	0,2%	↓	68	0,7%
94	Alcatel Deutschland	0,2%	↓	82	0,4%
94	CSC Ploenzke AG	0,2%	↓	82	0,4%
94	Dresdner Bank AG	0,2%	↓	82	0,4%
94	EDS Operations Services GmbH	0,2%	↑	95	0,2%
94	GfK AG	0,2%	↑	95	0,2%
94	HUK Coburg	0,2%	neu		
94	Intershop	0,2%	↓	87	0,3%
94	msg systems ag	0,2%	↑	95	0,2%
94	Münchener Rückversicherung	0,2%	↑	101	0,1%

Weitere abgefragte
Themenbereiche

Neben den zuvor dargestellten Studienergebnissen gibt die Studie **Das Absolventenbarometer 2006** Aufschluss über folgende Themenbereiche:

» **Arbeitgeberattraktivität / Markenbildung**

Wie bekannt, attraktiv bzw. top-attraktiv sind die einzelnen 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 fachlichen Qualifikationen und Schlüsselkompetenzen zeichnen die Absolventen aus?

Welche Meinungen und Einstellungen herrschen unter Absolventen?

Neben der IT Edition veröffentlichen wir in unserer Studienreihe **Das Absolventenbarometer 2006** die Business, die Engineering und die Law Edition. Darüber hinaus führen wir ebenso Studien auf europäischer Ebene (**The European Student Barometer 2006**) durch.

Kontakt

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

trendence
Institut für Personalmarketing GmbH
Kochstraße 27
10969 Berlin

Telefon: +49 30 259 29 88-0
Telefax: +49 30 259 29 88-902
info@trendence.de
www.trendence.de