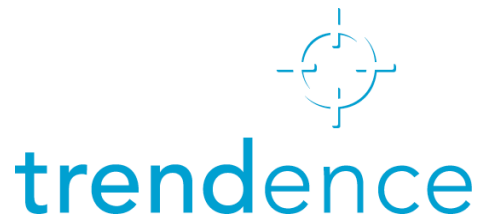


Das Schweizer Absolventenbarometer

2008

Die grösste Schweizer Studie zu Employer Branding und Personalmarketing.



Die Studie befragt Studierende aller schweizerischen Universitäten und Fachhochschulen. Damit wird ein Instrument geschaffen, das eine präzise und selbst regional repräsentative Auswertung erlaubt. Erfahren Sie alles über den Status der grossen Employer Brands an einzelnen Hochschulen des Landes innerhalb der gesamten Schweiz.

Die Studie

Zum zweiten Mal führte trendence 2007 die Studie „Das Schweizer Absolventenbarometer“ durch. Mit über 5.000 examensnahen Studierenden an allen Schweizer Hochschulen, die zu ihren Präferenzen und Prioritäten rund um den Berufseinstieg befragt wurden, ist die Studie die grösste ihrer Art.

Die Studie „Das Schweizer Absolventenbarometer 2008“ zeichnet ein aktuelles und detailliertes Bild der Angebotsseite des schweizerischen 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 Arbeitgeberattraktivität und Markenbildung sowie das Kommunikationsverhalten der Absolventen, ihre Berufs- und Karrierevorstellungen sowie allgemeine demografische Merkmale.

Die Ergebnisse der Studie werden sowohl Unternehmen als auch Hochschulen und Studierenden zugänglich gemacht sowie in verschiedenen Medien, allen voran die NZZ, veröffentlicht. Somit trägt die Studie „Das Schweizer Absolventenbarometer“ zu einer verbesserten Kommunikation zwischen Angebots- und Nachfragerseite bei. Die rege Beteiligung der Studierenden bekundet eindrucksvoll das hohe Interesse am Thema Beruf und Karriere.

Methode

Die Feldphase der Studie lief von September 2007 bis Dezember 2007. In dieser Zeit wurden die examensnahen Studierenden und Absolventen der Wirtschaftswissenschaften und Technik aller schweizerischen Hochschulen zur Teilnahme am Schweizer Absolventenbarometer 2008 eingeladen. An der Studie nahmen 3.217 Studierende der Wirtschaftswissenschaften und 1.974 Studierende der Technik teil. Die Befragung fand per Online-Fragebogen statt. Die Einladung an die Studierenden enthielt ein persönliches Kennwort, das eine Mehrfachteilnahme oder das Ausfüllen des Online-Fragebogens durch unberechtigte Personen verhinderte.

Zur Gewichtung: Um ein repräsentatives Bild von der Schweizer Studierendenpopulation zu gewinnen, sind die Antworten der Studierenden so gewichtet, dass das Gewicht der Antworten jeder Hochschule dem Gewicht der Hochschule zur gesamten Population entspricht. Auf diese Weise werden die Einflüsse ggf. auftretender regionaler Schwankungen der Antwortbereitschaft auf die Gesamtergebnisse der Studie ausgeschlossen.

Der Fragebogen konnte auf deutsch, französisch oder italienisch ausgefüllt werden.

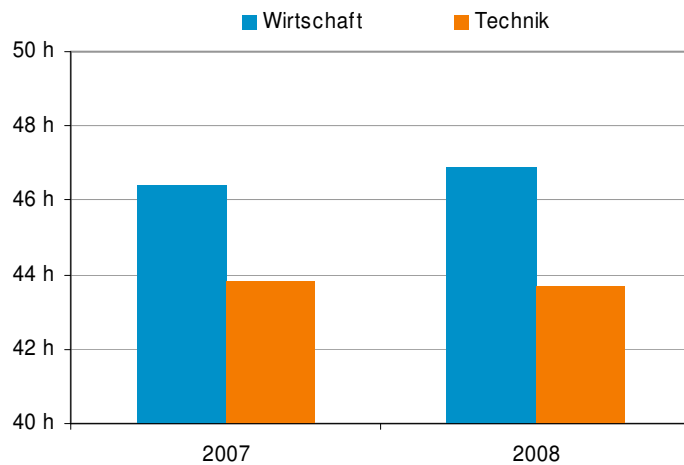
Auszüge aus den Ergebnissen der Studie

Nachfolgend haben wir für Sie ausgewählte Ergebnisse des Schweizer Absolventenbarometers 2008 zusammengestellt.

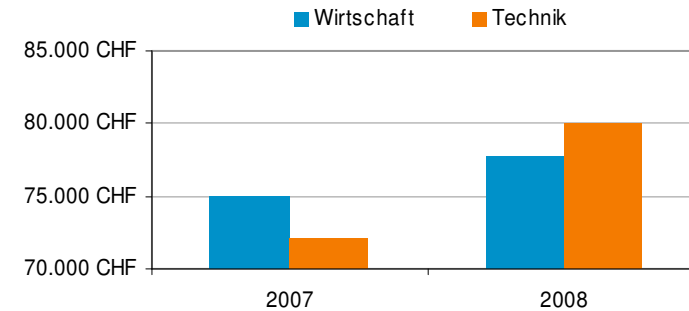
Arbeitszeit & Salär

Das erwartete Einstiegssalär unter Studierenden wirtschaftswissenschaftlicher Fächer beträgt durchschnittlich 77.700 CHF. Zum Vergleich: 2007 gingen die Wirtschaftswissenschaftler von einem durchschnittlichen Jahresgehalt von 74.900 CHF aus. Bei den Engineering-Absolventen drückt sich in den Gehaltserwartungen ein gewachsenes Selbstbewusstsein aus. Rechneten die Absolventen im vergangenen Jahr noch mit einem durchschnittlichen Jahresgehalt von 72.100 CHF sind es 2008 schon 80.000 CHF, auf die die Studierenden hoffen, die befragten Wirtschaftsingenieure erwarten sogar durchschnittlich 85.900 CHF pro Jahr. Bezüglich der Wochenarbeitszeit sind die Wirtschaftswissenschaftler bereit, durchschnittlich mehr Arbeitszeit (46,9 Stunden) zu investieren als die Ingenieure (43,7 Stunden) – trotz eines niedrigeren Gehalts.

Erwartete Wochenarbeitszeit in Stunden



Erwartetes Jahressalär in CHF

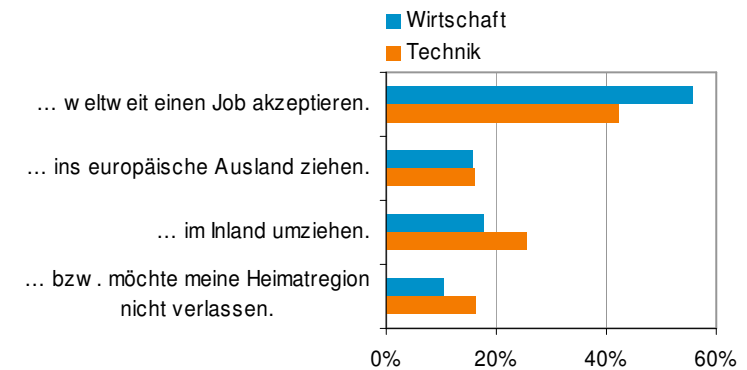


Mobilität & Urbanität

Studierende und Absolventen wirtschaftswissenschaftlicher Fächer zeigen sich angesichts eines attraktiven Arbeitsangebotes mobil: 18 Prozent würden im Inland umziehen, ein annähernd gleicher Anteil kann sich den Umzug ins europäische Ausland vorstellen und weit mehr als die Hälfte würden weltweit einen Job akzeptieren.

Technik-Studenten zeigen sich vergleichsweise heimatverbundener: 16,3 Prozent der Befragten würden bzw. möchten auch für ein attraktives Arbeitsangebot die Heimatregion nicht verlassen, einen Umzug im Inland können sich rund 25 Prozent vorstellen.

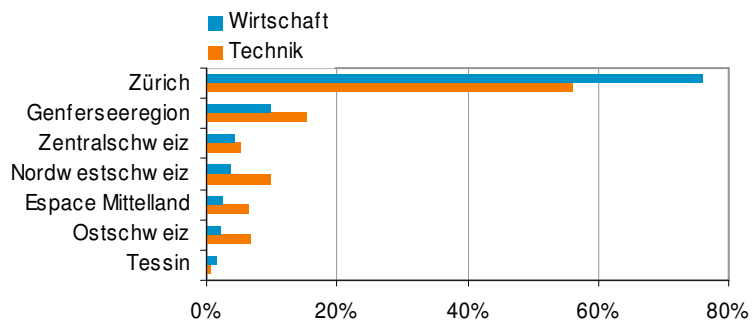
Mobilität



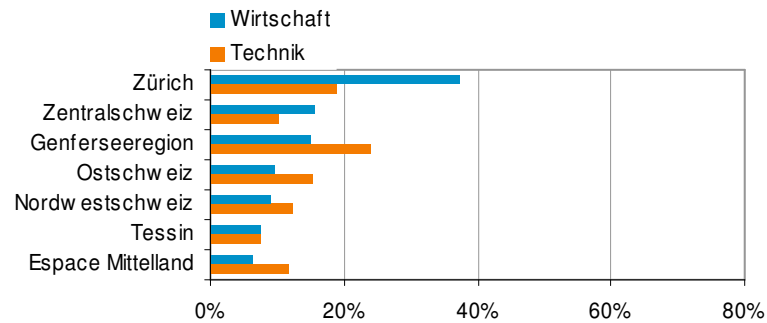
Regionale berufliche Perspektive vs. regionale persönliche Präferenz

Befragt nach ihren regionalen persönlichen Präferenzen und der Region bzw. Stadt, in der sie glauben, die besten beruflichen Aussichten zu haben, zeigt sich unter den Befragten ein interessantes Bild: Nach Meinung der Studierenden bietet die Region Zürich mit Abstand die besten beruflichen Perspektiven. Im Vergleich zu den persönlichen Präferenzen der Studierenden wird deutlich, dass teils erhebliche Differenzen zwischen den Städten, die die besten Voraussetzungen für Beruf und Karriere bieten und denen, wo die zukünftigen Absolventen gerne leben würden, bestehen. Hier können Regionen wie der Genfersee und die Ostschweiz punkten, die nach Meinung der Studierenden und Absolventen zwar keine besonders guten beruflichen Aussichten bieten, in denen sie aber trotzdem gern leben würden.

Regionen: Beste berufliche Aussichten



Regionen: Persönliche Präferenz

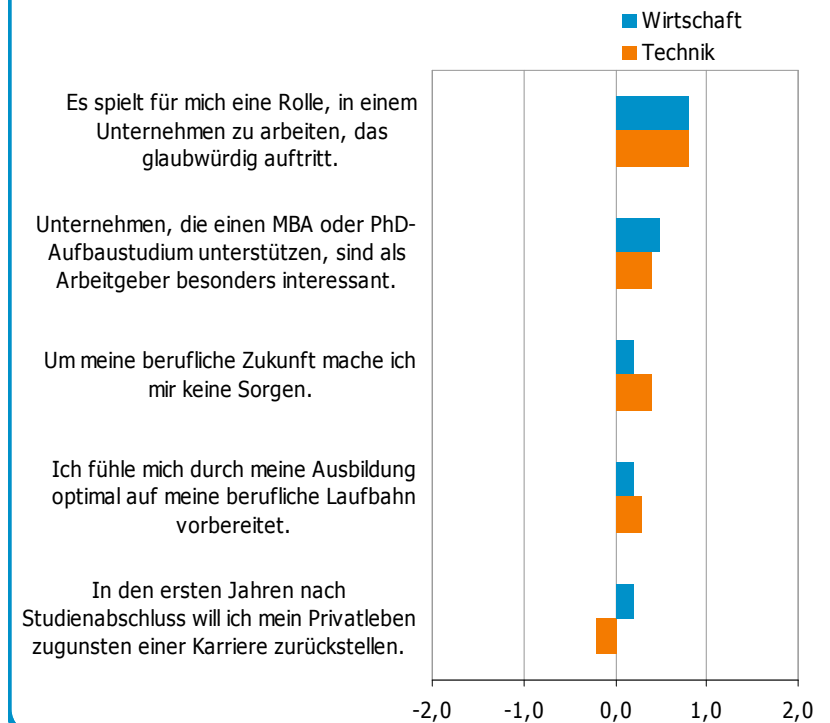


Meinungen & Einstellungen

In der Gesamtbetrachtung spielt für schweizerische Studierende die Glaubwürdigkeit eines Unternehmens eine grosse Rolle. Ebenso messen sie ihrem Privatleben eine hohe Wichtigkeit bei, so dass sie auch angesichts schlechter Jobaussichten tendenziell nicht bereit sind, dieses zurück zu stellen.

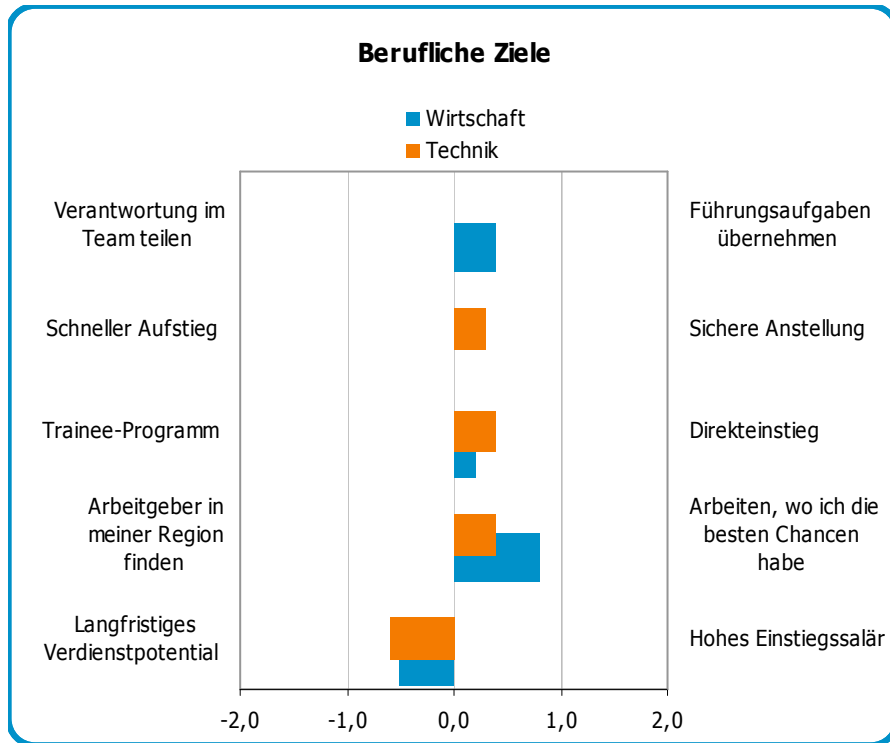
Hinsichtlich ihrer beruflichen Zukunft zeigen sich die Studierenden optimistisch, wobei dieser Optimismus unter den Befragten der Wirtschaftswissenschaften verhaltener ist als unter Kommilitonen technischer Studiengänge. Studienfachspezifische Unterschiede sind des Weiteren bezüglich der Einstellung zur Globalisierung auszumachen, die von Studierenden der Wirtschaftswissenschaften als Bereicherung bezüglich zukünftiger Jobchancen bewertet wird, während Studierende der Technik diesbezüglich eher skeptisch sind.

Meinungen und Einstellungen



Berufliche Ziele

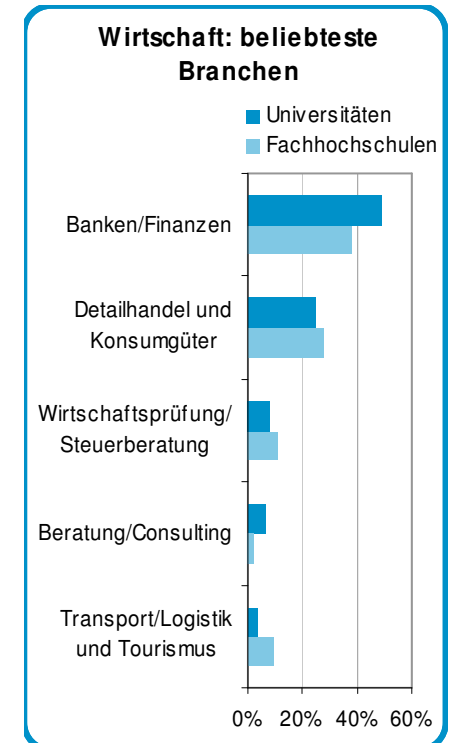
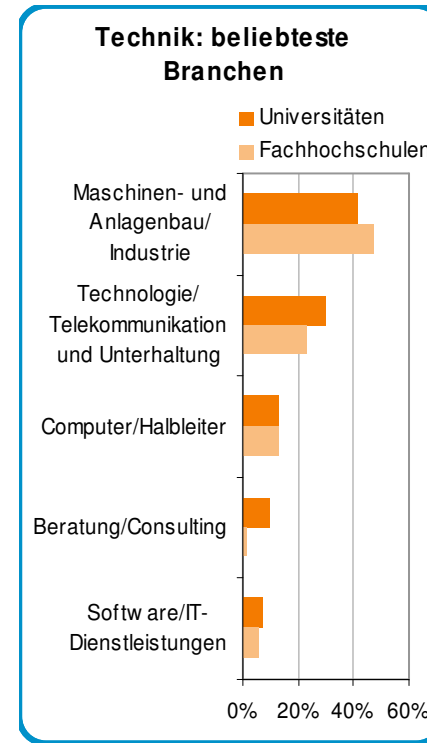
Um die beruflichen Präferenzen der Studierenden ermitteln zu können, wurden ihnen verschiedene Paare von jeweils einander gegenübergestellten Aspekten des Berufslebens vorgelegt. Sie wurden gebeten, sich jeweils für einen der beiden Aspekte zu entscheiden. Dabei wird deutlich, dass die Studierenden herausfordernde Arbeitsaufgaben gegenüber einer strikten Trennung von Privat- und Berufsleben präferieren und lieber dort arbeiten wollen, wo sich ihnen die besten Chancen bieten anstatt in der Heimatregion bleiben zu wollen. Unter Studierenden der Wirtschaftswissenschaften sind diese Präferenzen jeweils stärker ausgeprägt als bei den Studierenden der Technik. Tendenziell gegensätzliche Vorstellungen zeigen sich unter den Studierenden der beiden Studienrichtungen hinsichtlich Teamarbeit bzw. Führungsaufgaben.



Branchenaffinität

Hinsichtlich der Branchenaffinität wird deutlich, dass sich die Präferenzen zwischen Studierenden an Universitäten und Studierenden an Fachhochschulen zum Teil deutlich unterscheiden.

Universitätsstudierende der Wirtschaftswissenschaften wollen in Zukunft vor allem im Bereich Banken/Finanzen Fuss fassen, während Fachhochschulstudierende ein vergleichsweise grösseres Interesse an Detailhandel und Konsumgütern zeigen. Die beliebteste Branche im Bereich Technik ist bei Universitäts- und Fachhochschulstudierenden gleichermaßen der Maschinen- und Anlagenbau, gefolgt von Technologie/Telekommunikation/Unterhaltung. Eine vergleichsweise überdurchschnittliche Präferenz weisen Studierende der Technik hinsichtlich der Computer/Halbleiter-Branche auf.






















Top-Arbeitgeber – Wirtschaft

Die Liste der beliebtesten Arbeitgeber der Studierenden der Wirtschaftswissenschaften wird wie im Vorjahr von der UBS AG angeführt.

Rang 1 bis 25

Rang 2008	Prozent 2008	Unternehmen	Trend Rang	Rang 2007	Prozent 2007	Delta Prozentpunkte 2007-2008
1	31,5%	UBS AG	→	1	32,3%	-0,8
2	20,9%	Credit Suisse	→	2	18,8%	2,1
3	14,2%	Nestlé	→	3	13,2%	1,0
4	9,4%	PricewaterhouseCoopers	→	4	9,2%	0,2
5	7,3%	McKinsey & Company , Inc. Switzerland	→	5	6,6%	0,7
6	6,0%	Google Switzerland GmbH	↑	11	4,6%	1,4
7	5,7%	Ernst & Young Schweiz	→	7	5,8%	-0,1
8	5,6%	KPMG	↑	14	4,1%	1,5
8	5,6%	L'Oréal Suisse	→	8	5,6%	0,0
8	5,6%	Procter & Gamble	↑	13	4,2%	1,4
11	5,0%	The Boston Consulting Group	↑	18	3,6%	1,4
12	4,7%	Goldman Sachs	↑	21	3,4%	1,3
13	4,6%	Bank Julius Bär & Co. AG	↓	12	4,3%	0,3
14	4,5%	Novartis	↓	6	6,2%	-1,7
15	4,4%	BMW (Schweiz) AG	↓	9	5,5%	-1,1
16	4,0%	Swiss International Airlines	↑	17	3,7%	0,3
17	3,8%	Swatch Group AG	↓	15	4,0%	-0,2
18	3,6%	Kuoni Reisen AG	↑	21	3,4%	0,2
19	3,4%	ABB Schweiz AG	↓	15	4,0%	-0,6
20	3,2%	Coca-Cola Beverages AG	↓	19	3,5%	-0,3
21	3,1%	Swiss Re	↓	19	3,5%	-0,4
22	3,0%	Swisscom AG	↑	25	3,0%	0,0
23	2,9%	Schweizerische Nationalbank	↓	21	3,4%	-0,5
24	2,8%	Lindt & Sprüngli AG	↑	33	2,3%	0,5
25	2,6%	IBM Schweiz	↑	31	2,4%	0,2

Rang 2008	Prozent 2008	Unternehmen	Trend Rang	Rang 2007	Prozent 2007	Delta Prozentpunkte 2007-2008
26	2,5%	Migros-Genossenschafts-Bund	↓	25	3,0%	-0,5 
27	2,4%	Zürcher Kantonalbank	↑	28	2,6%	-0,2
28	2,3%	SBB CFF FFS	↑	39	1,8%	0,5 
28	2,3%	Unilever Schweiz GmbH	↑	36	2,0%	0,3 
30	2,2%	IKEA Schweiz	↓	25	3,0%	-0,8 
30	2,2%	JP Morgan Chase	↑	39	1,8%	0,4 
30	2,2%	Logitech	↓	28	2,6%	-0,4 
30	2,2%	Merrill Lynch	↑	35	2,1%	0,1
30	2,2%	Roche	↓	21	3,4%	-1,2 
35	2,1%	Deloitte	↑	44	1,6%	0,5 
36	2,0%	Bank Morgan Stanley AG	↑	45	1,5%	0,5 
36	2,0%	RAIFFEISEN Schweiz	↓	30	2,5%	-0,5 
38	1,9%	Lombard Odier Darier Hentsch - LODH	NEU	-	-	-
39	1,8%	Deutsche Bank AG (Schweiz)	↑	47	1,4%	0,4 
39	1,8%	HSBC	↓	34	2,2%	-0,4 
41	1,7%	Accenture	↑	53	1,1%	0,6 
41	1,7%	PostFinance	↓	37	1,9%	-0,2
41	1,7%	Zurich Insurance Company	↑	42	1,7%	0,0
44	1,6%	Bain & Company Switzerland Inc.	↑	58	1,0%	0,6 
44	1,6%	Hewlett-Packard	↑	47	1,4%	0,2
46	1,5%	Sony Overseas SA	↓	31	2,4%	-0,9 
47	1,4%	Microsoft (Schweiz) GmbH	↓	39	1,8%	-0,4 
47	1,4%	Rivella AG	↔	47	1,4%	0,0
49	1,3%	COOP	↓	37	1,9%	-0,6 
50	1,2%	AXA Winterthur (vormals Winterthur Versicherungen)	↑	53	1,1%	0,1
50	1,2%	Comité international de la Croix-Rouge (CICR/ IKRK)	↓	10	5,1%	-3,9 
50	1,2%	Die Schweizerische Post	↑	58	1,0%	0,2
50	1,2%	Roland Berger Strategy Consultants	↑	62	0,9%	0,3 

Rang 2008	Prozent 2008	Unternehmen	Trend Rang	Rang 2007	Prozent 2007	Delta Prozentpunkte 2007-2008
54	1,1%	Allianz Suisse	↑	58	1,0%	0,1
54	1,1%	Booz Allen Hamilton GmbH	↑	74	0,6%	■ 0,5
54	1,1%	Johnson & Johnson Gateway	↓	50	1,3%	-0,2
54	1,1%	Kraft Foods Schweiz AG	↑	74	0,6%	■ 0,5
54	1,1%	SAP (Schweiz) AG	↑	66	0,7%	■ 0,4
59	1,0%	Daimler AG	↓	53	1,1%	-0,1
59	1,0%	Orange Communications AG	↓	53	1,1%	-0,1
59	1,0%	Philip Morris S. A.	↓	42	1,7%	-0,7 ■
62	0,9%	ABN Amro	↑	82	0,5%	■ 0,4
62	0,9%	Holcim	↑	66	0,7%	0,2
62	0,9%	Pilatus Flugzeugwerke AG	↑	88	0,4%	■ 0,5
65	0,8%	Bank Leu	↑	74	0,6%	0,2
65	0,8%	British American Tobacco Switzerland	↑	66	0,7%	0,1
65	0,8%	Danone Group	↑	74	0,6%	0,2
65	0,8%	Hilti Aktiengesellschaft (inkl. Hilti (Schweiz) AG)	↓	52	1,2%	-0,4 ■
69	0,7%	Kühne & Nagel	↓	66	0,7%	0,0
69	0,7%	Phonak AG	↓	50	1,3%	-0,6 ■
69	0,7%	Schindler	↑	82	0,5%	0,2
69	0,7%	Shell (Switzerland)	↓	66	0,7%	0,0
69	0,7%	Siemens Schweiz AG	↓	45	1,5%	-0,8 ■
69	0,7%	VZ VermögensZentrum	↑	74	0,6%	0,1
75	0,6%	Bombardier Transportation	↑	96	0,3%	■ 0,3
75	0,6%	Citi	↓	53	1,1%	-0,5 ■
75	0,6%	Mars Schweiz	↓	66	0,7%	-0,1
75	0,6%	Swiss Life	↓	62	0,9%	-0,3 ■

Rang 2008	Prozent 2008	Unternehmen	Trend Rang	Rang 2007	Prozent 2007	Delta Prozentpunkte 2007-2008
79	0,5%	ALSTOM (Schweiz) AG	↑	88	0,4%	0,1
79	0,5%	Beiersdorf AG	↓	62	0,9%	-0,4 ■
79	0,5%	BP (Switzerland)	↓	74	0,6%	-0,1
79	0,5%	Die Schweizer Armee	↑	82	0,5%	0,0
79	0,5%	Ericsson AG	↑	82	0,5%	0,0
84	0,4%	Bâloise	↑	88	0,4%	0,0
84	0,4%	Bayer	↑	88	0,4%	0,0
84	0,4%	Capgemini Schweiz AG	↑	105	0,2%	0,2
84	0,4%	Ciba	↑	96	0,3%	0,1
84	0,4%	Cisco Systems (Switzerland) AG	↓	82	0,5%	-0,1
84	0,4%	Crédit Agricole	↑	88	0,4%	0,0
84	0,4%	Monitor Group	↑	96	0,3%	0,1
84	0,4%	OC Oerlikon	↑	113	0,1%	■ 0,3
84	0,4%	Oliver Wyman	↑	113	0,1%	■ 0,3
84	0,4%	Tchibo (Schweiz) AG	↑	88	0,4%	0,0
84	0,4%	Wander AG	↓	66	0,7%	-0,3 ■
95	0,3%	ALDI SUISSE AG	↓	74	0,6%	-0,3 ■
95	0,3%	Bosch	↓	65	0,8%	-0,5 ■
95	0,3%	DuPont	↑	96	0,3%	0,0
95	0,3%	General Electric Schweiz	↑	96	0,3%	0,0
95	0,3%	Lonza AG	↑	96	0,3%	0,0
95	0,3%	RUAG	↑	105	0,2%	0,1
95	0,3%	Syngenta crop Protection AG	↓	66	0,7%	-0,4 ■
95	0,3%	Tetra Pak	↓	58	1,0%	-0,7 ■
95	0,3%	Wella Schweiz	↓	74	0,6%	-0,3 ■

Top-Arbeitgeber – Technik

Die Liste der beliebtesten Arbeitgeber der Studierenden der Technik wird von der ABB Schweiz AG angeführt.

Rang 1 bis 21

Rang 2008	Prozent 2008	Unternehmen	Trend Rang	Rang 2007	Prozent 2007	Delta Prozentpunkte 2007-2008
1	21,7%	ABB Schweiz AG	↔	1	18,3%	3,4
2	16,1%	Google Switzerland GmbH	↕	3	14,6%	1,5
3	11,6%	IBM Schweiz	↘	2	14,9%	-3,3
3	11,6%	Logitech	↕	4	13,1%	-1,5
5	9,3%	BMW (Schweiz) AG	↔	5	9,9%	-0,6
6	8,5%	ALSTOM (Schweiz) AG	↕	8	7,8%	0,7
7	8,0%	UBS AG	↘	6	8,2%	-0,2
8	7,2%	Siemens Schweiz AG	↘	7	8,1%	-0,9
9	6,7%	Pilatus Flugzeugwerke AG	↕	10	6,5%	0,2
10	6,0%	Cisco Systems (Switzerland) AG	↕	15	5,0%	1,0
11	5,9%	Swisscom AG	↘	9	7,2%	-1,3
12	5,4%	Swatch Group AG	↕	17	4,6%	0,8
13	4,7%	Microsoft (Schweiz) GmbH	↘	12	5,6%	-0,9
14	4,6%	Nestlé	↘	11	5,7%	-1,1
14	4,6%	RUAG	↕	21	3,5%	1,1
16	3,9%	Hilti Aktiengesellschaft	↔	16	4,9%	-1,0
17	3,8%	Credit Suisse	↘	13	5,3%	-1,5
18	3,6%	Bombardier Transportation	↕	23	3,3%	0,3
18	3,6%	Schindler	↕	28	2,5%	1,1
18	3,6%	Sensirion - the sensor company	NEU	-	-	-
21	3,4%	Leica Geosystems AG	↘	14	5,1%	-1,7
21	3,4%	McKinsey & Company ,Inc. Switzerland	↕	28	2,5%	0,9
21	3,4%	OC Oerlikon	↕	35	1,9%	1,5

Rang 2008	Prozent 2008	Unternehmen	Trend Rang	Rang 2007	Prozent 2007	Delta Prozentpunkte 2007-2008
24	3,2%	Novartis	↻	19	3,9%	-0,7 ■■■
25	3,1%	Phonak AG	↻	19	3,9%	-0,8 ■■■
25	3,1%	SBB CFF FFS	↻	18	4,3%	-1,2 ■■■■
27	2,9%	Roche	↻	27	2,7%	0,2
28	2,8%	maxon motor AG	NEU	-	-	- -
29	2,5%	Bosch	↻	23	3,3%	-0,8 ■■■
29	2,5%	Hewlett-Packard	↻	22	3,4%	-0,9 ■■■■
31	2,4%	Oerlikon Contraves AG	↻	31	2,4%	0,0
32	2,3%	Oracle Software (Schweiz) GmbH	↕	40	1,5%	■■■ 0,8
32	2,3%	Stadler Rail AG	NEU	-	-	- -
34	2,2%	Daimler AG	↻	25	3,1%	-0,9 ■■■■
35	2,0%	Dell S.A.	↻	33	2,2%	-0,2
36	1,9%	Kudelski SA	NEU	-	-	- -
36	1,9%	ThyssenKrupp Presta AG	↻	36	1,7%	0,2
38	1,8%	SAP (Schweiz) AG	↕	39	1,6%	0,2
38	1,8%	Sony Overseas SA	↻	28	2,5%	-0,7 ■■■
40	1,7%	Helbling	NEU	-	-	- -
40	1,7%	The Boston Consulting Group	NEU	-	-	- -
42	1,6%	Sulzer	↻	36	1,7%	-0,1
43	1,5%	Accenture	↕	44	1,3%	0,2
43	1,5%	Bobst Group	↕	44	1,3%	0,2
43	1,5%	Ericsson AG	↻	31	2,4%	-0,9 ■■■■
46	1,4%	Lonza AG	↕	56	0,8%	■■■ 0,6
47	1,3%	Axpo Gruppe	NEU	-	-	- -
47	1,3%	Bühler AG Schweiz	↻	36	1,7%	-0,4 ■
47	1,3%	NXP Semiconductors	↕	56	0,8%	■ 0,5

Rang 2008	Prozent 2008	Unternehmen	Trend Rang	Rang 2007	Prozent 2007	Delta Prozentpunkte 2007-2008
50	1,2%	Altran AG	↑	56	0,8%	0,4
50	1,2%	Die Schweizer Armee	↓	48	1,2%	0,0
50	1,2%	General Electric Schweiz	↓	43	1,4%	-0,2
50	1,2%	Johnson & Johnson Gateway	↓	44	1,3%	-0,1
50	1,2%	Merck Serono S.A.	↑	62	0,7%	0,5
50	1,2%	Philips AG	↓	33	2,2%	-1,0
56	1,1%	CICR/ IKRK	↓	26	2,8%	-1,7
56	1,1%	Holcim	↓	44	1,3%	-0,2
56	1,1%	Orange Communications AG	↓	40	1,5%	-0,4
59	1,0%	ELCA Informatik AG	↓	55	0,9%	0,1
60	0,9%	Bain & Company Switzerland Inc.	↑	66	0,6%	0,3
60	0,9%	RAIFFEISEN Schweiz	↓	51	1,0%	-0,1
62	0,8%	IKEA Schweiz	↓	40	1,5%	-0,7
62	0,8%	Tetra Pak	↓	51	1,0%	-0,2
64	0,7%	Procter & Gamble	↓	51	1,0%	-0,3
65	0,6%	Ascom Schweiz AG	↓	62	0,7%	-0,1
65	0,6%	Ciba	↓	56	0,8%	-0,2
65	0,6%	DuPont	↓	56	0,8%	-0,2
65	0,6%	Georg Fischer AG	↓	51	1,0%	-0,4
65	0,6%	HSBC	↑	80	0,2%	0,4
65	0,6%	Sunrise	↑	66	0,6%	0,0
71	0,5%	BASF AG (CH)	↓	66	0,6%	-0,1
71	0,5%	BP (Switzerland)	↑	80	0,2%	0,3
71	0,5%	Coca-Cola Beverages AG	↑	75	0,4%	0,1
71	0,5%	Die Schweizerische Post	↓	50	1,1%	-0,6
71	0,5%	Kühne & Nagel	↑	77	0,3%	0,2
71	0,5%	L'Oréal Suisse	↑	73	0,5%	0,0

Rang 2008	Prozent 2008	Unternehmen	Trend Rang	Rang 2007	Prozent 2007	Delta Prozentpunkte 2007-2008
77	0,4%	British American Tobacco Switzerland	↔	66	0,6%	-0,2
77	0,4%	Cambridge Technology Partners (Switzerland) AG	↔	62	0,7%	-0,3 ■
77	0,4%	Shell (Switzerland)	↔	66	0,6%	-0,2
77	0,4%	SIG Holding AG	↔	66	0,6%	-0,2
81	0,3%	COOP	↔	62	0,7%	-0,4 ■
81	0,3%	DHL Express (Schweiz) AG	↔	77	0,3%	0,0
83	0,2%	Clariant International AG	↑	84	0,1%	0,1
83	0,2%	Swisslog AG	↔	77	0,3%	-0,1
83	0,2%	Syngenta crop Protection AG	↔	56	0,8%	-0,6 ■■
83	0,2%	T-Systems Schweiz AG	↔	66	0,6%	-0,4 ■
83	0,2%	Wander AG	↑	84	0,1%	0,1
88	0,1%	A.T. Kearney (international) AG	↔	75	0,4%	-0,3 ■
88	0,1%	AstraZeneca AG	↔	84	0,1%	0,0
88	0,1%	Bayer	↔	80	0,2%	-0,1
88	0,1%	Beiersdorf AG	↑	95	0,0%	0,1
88	0,1%	Danone Group	↔	84	0,1%	0,0
88	0,1%	Dresdner Bank (Schweiz) AG	↔	84	0,1%	0,0
88	0,1%	Kraft Foods Schweiz AG	↔	84	0,1%	0,0
88	0,1%	Oliver Wyman	↑	95	0,0%	0,1

Weitere Themenbereiche

Neben den zuvor dargestellten Studienergebnissen gibt „Das Schweizer Absolventenbarometer 2007“ Aufschluss über folgende Themenbereiche:

Arbeitgeberattraktivität & Markenbildung

Wie bekannt, attraktiv bzw. top-attraktiv sind die einzelnen Unternehmen?

Welche Eigenschaften bewirken den 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 Studienreihe „Das Schweizer Absolventenbarometer“ führen wir vergleichbare Studien in Grossbritannien, Frankreich, Deutschland sowie auf gesamteuropäischer Ebene durch.

Über trendence

Als Teil der weltweit agierenden Hobsons-Gruppe greift trendence in der Schweiz auf mehr als 30 Jahre Erfahrung im Bereich der Personalrekrutierung zurück. Mit Zugang zu mehr als 3 Millionen Studenten ist Hobsons der weltweit grösste Anbieter von Ausbildungs- und Rekrutierungsdienstleistungen.

Unser internationales Know-how und unsere langjährige Erfahrung im Employer Branding macht trendence zu einem verlässlichen und erfahrenen Partner bezüglich aller Fragen der Arbeitsmarktforschung und des Employer Branding. Auf Basis empirischer Forschung und langjähriger spezifischer Marktkenntnis stellen wir Ihnen ausführliche Informationen über den Bewerbermarkt in der Schweiz zur Verfügung. Gemeinsam mit Ihnen bewerten wir diese Ergebnisse, interpretieren sie und leiten Massnahmen und Strategien ab, wie Ihr Unternehmen im Arbeitgebermarkt attraktiver positioniert und Ihre Position als Employer Brand klarer vermittelt werden kann.

Wir freuen uns darauf, uns mit unseren Schweizer Partnern und Kontaktpersonen weiter über Employer Brandings und Rekrutierung auszutauschen.

Kontakt

Um mehr über die abgefragten Themenbereiche zu erfahren, kontaktieren Sie uns bitte!

trendence Institut GmbH

Oliver Viel

Kochstrasse 27

10969 Berlin

Telefon: +49 30 259 29 88-201

Telefax: +49 30 259 29 88-902

oliver.viel@trendence.ch

www.trendence.ch