

PRESSEMITTEILUNG

War for Digital Talents: Die Branchen Bau, Logistik und Tourismus sind schlecht gerüstet

Digitale Talente sind knapp + Consulting und Automobilindustrie am attraktivsten für Digitals + Top-10-Arbeitgeber: Volkswagen, Lufthansa Group und Bosch Gruppe haben es schwer + Unternehmen brauchen digitale Talente in allen Abteilungen

Berlin, 5. Mai 2017. Nur ein gutes Viertel der Wirtschaftsstudierenden und ein Drittel der Ingenieure zählen zu den Digitals, den jungen Talenten mit besonders ausgeprägten digitalen Kompetenzen, so das Ergebnis des trendence Graduate Barometers 2017. Digitals haben zudem spezielle Vorlieben für den ersten Job: Unternehmensberatungen und die Automobilindustrie sind die beliebtesten Branchen der Digitals für den Berufseinstieg. Die Branchen Bau sowie Logistik und Tourismus können hingegen nur mit einem geringen Anteil an Bewerbungen von Digitals rechnen. Im Rahmen der Studie haben 52.000 abschlussnahe Studierende in Deutschland über ihre Wunscharbeitgeber und -branchen abgestimmt. trendence hat für jeden der Top-Arbeitgeber berechnet, wie gut sie digitale Talente überzeugen.

Digitale Talente sind knapp

Die wenigen Digitals, die es gibt, stehen den Arbeitgebern nur eingeschränkt als Arbeitskräfte zur Verfügung. Digitals wollen doppelt so häufig ein Start-up gründen wie ihre Kommilitonen. Über ein Viertel der Digitals geht den Unternehmen so als potenzielle Mitarbeiter verloren. Alle anderen sind hart umkämpft: Sie haben wesentlich häufiger schon während des Studiums eine feste Jobzusage von einem Arbeitgeber als Non-Digitals. Das macht es vor allem für Arbeitgeber unattraktiver Branchen schwer, ausreichend digitale Talente zu rekrutieren.

Wunscharbeitgeber der Digitals: lieber Consulting statt Logistik und Tourismus

Die Digitals mit Wirtschaftsstudium wollen am liebsten bei Beratungsunternehmen arbeiten. Die Consulting-Branche verdrängt damit die Automobilindustrie auf Platz 2. Auf Platz 3 der beliebtesten Branchen für den Einstiegsjob liegen die IT-Dienstleistungen. 43 Prozent aller Bewerber der Branche sind Digitals, obwohl nur 28 Prozent aller Wirtschaftswissenschaftler überhaupt zu den Digitals zählen. Keine andere Branche hat eine derart gute Quote. Selbst die Consulting-Branche folgt erst mit einem Digitals-Anteil von 35 Prozent unter den Bewerbern. Die Logistik- und Tourismusbranche hat es hingegen sehr schwer, Digitals zu überzeugen. Nur jeder fünfte Bewerber der Branche ist ein Digital. Auch der Öffentliche Sektor, Banken und der Handel sind für vergleichsweise wenige Digitals attraktive Arbeitgeber.

Ingenieure: Automobilindustrie überzeugt Digitals, Baubranche nicht

Die Automobilindustrie, der Maschinenbau, die Elektronik- und die Luftfahrtindustrie sind die beliebtesten Branchen sowohl der Digitals als auch der Non-Digitals mit Ingenieurstudium.

Dennoch gibt es Unterschiede: Den höchsten Anteil an Digitals unter den Bewerbern hat die Luftfahrtindustrie mit einer Quote von 40 Prozent. Zum Vergleich: 36 Prozent der angehenden Ingenieure sind Digitals. Andere Branchen haben es hingegen schwer, ausreichend digitale Talente von sich zu überzeugen. Gerade einmal ein Viertel der Bewerber in der Baubranche gehört zu den Digitals. Die Digitals-Quote in der Chemie- und Pharmaindustrie ist ähnlich niedrig.

Top-10-Arbeitgeber: Volkswagen, Lufthansa und Bosch haben es schwer bei den Digitals

Nur weil ein Arbeitgeber insgesamt in den Arbeitgeber rankings gut abschneidet, sagt das noch nichts über seine Anziehungskraft auf die Digitals aus. Auch unter den Top 10 der beliebtesten Arbeitgeber gibt es Unternehmen, die es – gemessen an ihrer Marktstärke – schwer haben, Digitals zu rekrutieren: Volkswagen schafft es nicht, die Digitals der Ingenieurwissenschaften von sich zu überzeugen; die Lufthansa Group und die Bosch Gruppe sind für die Digitals der Wirtschaftswissenschaften deutlich weniger attraktiv als für die Non-Digitals. Bei den Ingenieuren hingegen gelingt es Lufthansa Technik und der Bosch Gruppe besser, digitale Talente zu rekrutieren. trendence hat für jeden Arbeitgeber errechnet, wie gut er die Digitals überzeugt, gemessen an der Quote der potenziellen Bewerbungen der Digitals und seiner Marktstärke.

Unternehmen brauchen digitale Talente in allen Abteilungen

„Die Absolventen, die aktuell die Hochschulen verlassen, sind Digital Natives. Aber das allein verrät nichts über ihre digitalen Kompetenzen. Doch genau die sind es, die Unternehmen in Zukunft brauchen – und zwar in allen Abteilungen, vom strategischen Management über die Entwicklung bis hin zum Marketing“, so Holger Koch, Geschäftsführer von trendence. „Nur mit Mitarbeitern, die digital denken und handeln und andere Mitarbeiter mitziehen und begeistern, sind Unternehmen für die Aufgaben gerüstet, die ihnen die zunehmende Digitalisierung stellt.“

Digitals sind die Highflyer unter den jungen Talenten

Digitals überzeugen nicht nur mit ihren besonders ausgeprägten digitalen Kompetenzen. Sie zählen auch darüber hinaus zu den Highflyern unter den Bewerbern. Sie haben mehr Erfahrung mit Kanban, Scrum, Big Data oder Design Thinking als die Non-Digitals, sie sprechen besser Englisch, können mehr praktische Erfahrungen vorweisen, engagieren sich häufiger im sozialen und politischen Bereich und sie sind belastbarer und leistungsbereiter. Außerdem sind sie eher bereit Führungsaufgaben zu übernehmen als Non-Digitals. Das macht sie so wertvoll für Unternehmen.

Über die Studie

Das trendence Graduate Barometer ist eine repräsentative Studie unter 52.000 abschlussnahen Studierenden von 196 Hochschulen in Deutschland über ihre Wunscharbeitgeber und Karrierepläne. Die Daten wertet trendence nach Fächergruppen aus. Die Rankings der beliebtesten Arbeitgeber zeigen ein Stimmungsbild der Absolventen und ihre Präferenzen bei der Arbeitgeberwahl. Sie sind ein Indikator dafür, welche Arbeitgeber und Branchen mit zunehmendem Fachkräftemangel zu kämpfen haben und welche Branchen aus einem vollen Pool an Bewerbern schöpfen und die für sie passenden Talente herausfiltern können. In der vorliegenden Branchenauswertung sind

nur Branchen berücksichtigt, die mehr als fünf Prozent der Absolventen attraktiv finden. Zur Ermittlung der Digitals hat trendence einen Kriterienkatalog aus 17 Faktoren erstellt, von einfachen bis hin zu komplexen digitalen Kompetenzen. Absolventen zählen dann zu den Digitals, wenn sie mindestens sieben dieser Kriterien erfüllen. Erste Ergebnisse der Studie sind im manager magazin erschienen.

Über trendence

trendence ist ein unabhängiges Beratungs- und Marktforschungsunternehmen für Employer Branding und Personalmarketing mit fast 20 Jahren Erfahrung. Aus unseren Studien kennen wir die Karrierepläne und Wunscharbeitgeber von drei Millionen jungen Bewerbern weltweit. Die Ergebnisse dieser Studien sind für Arbeitgeber Basis ihrer Entscheidungen im Employer Branding und Personalmarketing, indem sie detaillierte Informationen über potenzielle Bewerber liefern. Besondere Aufmerksamkeit erfahren die Rankings der beliebtesten Arbeitgeber, die Top 100. Sie dienen Arbeitgebern, Bewerbern und Medien gleichermaßen als Orientierung und Benchmark. trendence veröffentlicht außerdem Karriereratgeber für Schüler und Studierende, um ihnen die Berufsorientierung zu erleichtern.

Pressekontakt

Sie haben Interesse an weiteren Ergebnissen aus unserer Studie?

- 100 Top-Arbeitgeber
- (un)beliebte Branchen
- Wunschgehalt und Leistungsbereitschaft
- Erwartungen an Arbeitgeber
- digitale Kompetenzen
- Einstellung der Absolventen zu Karrierethemen (z.B. Digitalisierung, Zukunftsaussichten, Gehalt)
- auf Anfrage: Auswertungen spezieller Bewerbergruppen (z.B. Digitals, Frauen/Männer, Fächer)

Annekatri Buhl – Pressesprecherin

Tel.: +49 30 2592988-207

presse@trendence.com

www.trendence.com