



## Personaler auf Kaperfahrt

Wer Personal sucht, fühlt sich manchmal wie ein Matrose im Ausguck auf der Suche nach Land. Zum Glück gibt es sauber gezeichnete Karten, die zeigen, wie man ans Ziel kommt. Die Hochschul-Recruiting-Studie ist eine dieser Karten, die zeigt, wie es um den Bedarf an und die Qualifikation von Absolventen bestellt ist.

Der Absolventenmarkt boomt. Das zeigt die Studie der Jobbörse Jobware in Kooperation mit der Hochschule Koblenz (Professor Dr. Christoph Beck) eindrucksvoll. 96 Prozent der befragten Unternehmen geben an, dass sie die Einstellung von Hochschulabsolventen planen; 56 Prozent wollen sogar mehr als fünf Absolventen einstellen. Damit ist der Bedarf im Vergleich zu den Vorjahren erneut gestiegen – und die Kaperfahrt von rekrutierungswilligen Personalern ungleich schwerer geworden.

### Master ist Trumpf

Begehrt sind vor allem Masterabsolventen, die von 75 Prozent der Studienteilnehmer überwiegend gesucht werden. Doch der Bachelor holt weiter auf: 70 Prozent der Unternehmen geben an, dass auch Bachelorabsolventen gezielt gesucht werden. Nur vier Prozent umschiffen ihn ganz. Seltener werden promovierte Berufsstarter gesucht. Der Doktor – einst Garant für einen sicheren Karrierestart – wird für viele Stellenbesetzungen (99 Prozent) gar nicht oder kaum benötigt. Arbeitgebern sollte sich die Frage stellen, ob sich nicht doch eine gezielte Ansprache von Absolventen lohnt, die gemeinhin als „überqualifiziert“ klassifiziert werden und oft-

mals aus dem Bewerbungsprozess ausscheiden.

Ein wichtiges Kriterium für die Einstellung von Hochschulabsolventen ist die Fachrichtung. In Deutschland sind die Wirtschaftswissenschaften (49 Prozent), die (Wirtschafts-)Informatik (44 Prozent) und die Ingenieurwissenschaften (44 Prozent) besonders nachgefragt.

Geistes- und Sozialwissenschaftler (14 Prozent) werden auf den hinteren Plätzen verortet, ebenso wie Mathematiker (sechs Prozent), Chemiker (fünf Prozent), Psychologen (vier Prozent), Physiker (zwei Prozent) und Architekten (zwei Prozent). Demnach kann es sich lohnen, auch die weniger begehrten Quereinsteiger in der Stellenausschreibung anzusprechen.

### Nichts geht über Praxiserfahrung

Nicht nur die Studienfachwahl entscheidet über den Marktwert eines Absolventen. 84 Unternehmen aus Deutschland geben in der Studie Auskunft darüber, welche weiteren Kriterien die Einstellungschancen verbessern. Praktika und Werkstudententätigkeiten (92 Prozent) sind für Studierende demnach wie in den Vorjahren das beste Instrument, um ihren Marktwert aktiv zu steigern.

Knapp dahinter wird der Studienschwerpunkt (78 Prozent) gehandelt, der auch 2014 (70 Prozent) und 2012 (79 Prozent) von großer Bedeutung war. Weniger relevant ist die Abschlussnote im Studium (50 Prozent).

Erstmals stellen Jobware und die Hochschule Koblenz die Frage, ob eine berufliche Ausbildung den Marktwert von Absolventen steigern kann. „Ja“, antworteten 38 Prozent der Unternehmen. Dass der zukünftige Mitarbeiter einen nicht-universitären Umweg gemacht hat, scheint für die meisten Firmen – im Positiven wie im Negativen – ohne große Bedeutung zu sein.

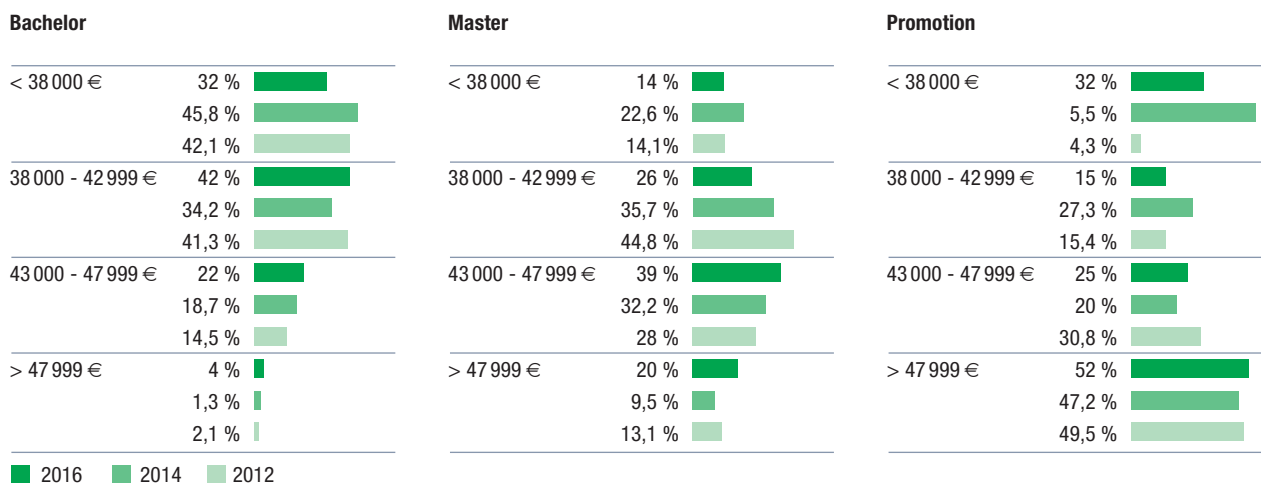
### Auslandserfahrung von geringem Interesse

Von noch geringerer Bedeutung sind diesmal Fremdsprachenkenntnisse: Waren es 2012 noch 51 Prozent und 2014 noch 39 Prozent, so benennen 2016 nur noch 30 Prozent der Teilnehmer das Beherrschen einer Fremdsprache als wichtigen Auswahlfaktor. Als überschätzt kann auch die Auslandserfahrung von Absolventen gelten: Magere zwölf Prozent der Unternehmen legen hierauf Wert.

Die Reputation der Hochschule sowie das politische Interesse, die Hobbys und das

## Gezahlte Einstiegsgehälter (brutto)

Abbildung 1



Unternehmen greifen tief in die Tasche, um Absolventen für eine Stelle zu begeistern.

Quelle: Jobware/Hochschule Koblenz 2016

soziale Engagement der Bewerber betrachten Personaler nahezu als irrelevant. Jeweils weniger als zehn Prozent der Arbeitgeber können aus ihnen eine marktwertsteigernde Funktion ableiten.

### Gehaltvoller Einstieg – und manchem Akademiker trotzdem zu wenig

Neben marktwertsteigernden Faktoren konnten sich die Studienteilnehmer zu den größten Schwächen ihrer Bewerber äußern: 39 Prozent bemängeln unrealistische Karriereerwartungen, 38 Prozent fehlende Kenntnisse über das Unternehmen, 37 Prozent unrealistische Gehaltsvorstellungen, 36 Prozent einen mangelnden

den Fokus, 24 Prozent schlechte Vorbereitungen auf das Vorstellungsgespräch, 23 Prozent eine mangelnde Kompetenzdarstellung, 19 Prozent eine fehlende Professionalität, 18 Prozent eine unglückliche Vorstellung der eigenen Vita und elf Prozent eine mangelnde soziale Kompetenz. Wenn sich Absolventen nicht über das Unternehmen und die ausgeschriebene Stelle informieren, fällt es Personalentscheidern schwer, ein Auge zuzudrücken. Interessant: Nur sechs Prozent der Firmen benannten ein unglückliches Erscheinungsbild als echte Schwäche ihrer Bewerber. Legen Absolventen einen besonderen Wert auf ihr Auftreten, oder ist Firmen

das Erscheinungsbild ihrer Bewerber schlichtweg egal? Hierauf gibt die Studie keine Antwort.

### Die Einstiegsgehälter sind gestiegen

Obwohl sich die Gehaltsfrage erst am Ende der meisten Vorstellungsgespräche stellt, ist sie mitnichten eine der wichtigsten. Unternehmen greifen tief in die Tasche, um Absolventen von einer Mitarbeit zu begeistern (Abbildung 1). So erhalten 42 Prozent der Bachelorabsolventen im ersten Jahr ein Gehalt zwischen 38 000 und 42 999 Euro. 2014 waren nur 34 Prozent der Arbeitgeber bereit, zwischen 38 000 und 42 999 Euro zu zahlen. Masterabsolventen (39 Prozent) und Doktoren (25 Prozent) verdienen zum Karrierestart zwischen 43 000 und 47 999 Euro.

### Klassische Ansprache überwiegt

Über alle Qualifikationen hinweg wird durchschnittlich ein Einstiegsgehalt von 43 000 bis 47 999 Euro gezahlt. Ob Bachelor, Master oder Promotion: Eine akademische Ausbildung ihrer Bewerber ist Unternehmen wichtig und führt – im Vergleich zu 2012 und 2014 – zu einer moderaten Lohnsteigerung.

## Die Studie

Info

**Die Hochschul-Recruiting-Studie 2016 untersucht, ob das steigende Angebot an Hochschulabsolventen auf eine entsprechende Nachfrage auf Seiten der Unternehmen trifft.** Seit 2012 geht die Jobbörse Jobware in Zusammenarbeit mit Professor Dr. Christoph Beck von der Hochschule Koblenz diesen Fragestellungen nach. Ziel der Studie ist es, wettbewerbsrelevante Faktoren zu ermitteln und – aufgrund der Vergleichbarkeit der vorausgegangenen Erhebungen – Trends aufzuzeigen.

An der aktuellen Studie haben 84 Unternehmen aus Deutschland teilgenommen, erstmals auch 19 Topkanzleien. Neben der Ermittlung des quantitativen Bedarfs an Hochschulabsolventen wurden qualitative Faktoren berücksichtigt. Welche Fachrichtungen sind gefragt? Wie hoch sind die Einstellungsgehälter? Lohnt sich der Erwerb des Masters?

Weitere Informationen zur Hochschul-Recruiting-Studie 2016: [info@jobware.de](mailto:info@jobware.de)

## Schwächen der Absolventen

Abbildung 2

Unrealistische Karriereerwartungen	39 %	
Fehlende Kenntnis über das Unternehmen	38 %	
Unrealistische Gehaltsvorstellungen	37 %	
Mangelnder Fokus	36 %	
Mangelnde Vorbereitung Vorstellungsgespräch	24 %	
Mangelnde Fähigkeit Kompetenzdarstellung	23 %	
Mangelnde Professionalität	19 %	
Unglückliche Vorstellung der eigenen Vita	18 %	
Mangelnde soziale Kompetenz	11 %	
Unglückliches Erscheinungsbild	6 %	

Unrealistische Karriereerwartungen und fehlende Kenntnisse über das Unternehmen, bei dem sie sich bewerben, zählen zu den Hauptschwächen der Absolventen.

Quelle: JobwareHochschule Koblenz 2016

zugleich wird deren Ansprache als zunehmend schwierig empfunden. Online-Jobbörsen wie auch Hochschul-Karriere-Center weisen ein besonders hohes Potenzial auf, die wachsende Nachfrage zu befriedigen.

Obwohl bekannt ist, dass interdisziplinär und thematisch breit aufgestellte Mitarbeiter einen echten Mehrwert darstellen können, suchen Personaler nach wie vor sehr fächerorientiert: Wie in den vergangenen Jahren sind die Wirtschafts-, Informations- und Ingenieurwissenschaften besonders gefragt. Masterabsolventen haben es bei der Jobsuche besonders leicht.

Dass sich Hochschulabgänger ihren ambitionierten Karriereerwartungen selbst im Weg stehen, daraus machen Personaler kein Geheimnis. Zu hohe Gehaltsvorstellungen haben manche Einstellung schon verhindert. Wer bei den Unternehmen punkten will, bringt Praxiserfahrung mit.

Der Absolventenpool ist voll von Talenten, die es nicht nur zu schätzen und zu vergleichen gilt: Erstmals stellt die Hochschul-Recruiting-Studie den teilnehmenden Unternehmen die Frage, welche weiteren Recruiting-Mittel (nach einem erfolgten Erstkontakt) Anwendung finden. Klassisch rangiert die Einladung zum Vorstellungsgespräch (59 Prozent) auf dem Spitzenplatz. Aber auch ein persönliches Telefonat (57 Prozent) wird geschätzt – möglicherweise aus Zeit- oder Kostengründen.

Die Aufnahme in eine Bewerberdatenbank (48 Prozent) ist bei vielen Unternehmen

die Regel. Dass Kandidaten zu einem Bewerber-Event eingeladen werden, spielt dahingegen nur für 23 Prozent der Firmen eine Rolle. Das Zusenden von Jobangeboten (16 Prozent) und Newslettern (zehn Prozent), um den potenziellen Mitarbeiter für eine andere Stelle „warmzuhalten“, wird selten genutzt. Bestehen hier – zu Recht – Hemmungen?

### Jobbörsen und Hochschul-Karriere-Center

Beinahe jede Firma rechnet mit einem steigenden Bedarf an jungen Talenten,



Autor  
**Björn Thomsen**,  
PR/Marketing, Jobware Online-  
Service GmbH, Paderborn,  
b.thomsen@jobware.de