

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis

Vorbemerkungen.....	1
1 Ergebnisse im Überblick	2
2 Design der Befragung	4
2.1 Ziele.....	4
2.2 Durchführung und Auswertung	5
2.3 Allgemeine Statistik: Stichprobe und Rücklauf	5
3 Erwartungen der befragten Studierenden (Gesamtbild).....	9
3.1 Erwartungen an das Unternehmensprofil	9
3.2 Berufsorientierung zum Zeitpunkt des Studiums	13
3.2.1 Bisherige berufspraktische Erfahrungen.....	13
3.2.2 Stellensuche für Praktika und Abschlussarbeiten	14
3.2.3 Stellensuche für Berufseinstieg	15
3.3 Erwartungen an die Arbeitstätigkeit und -bedingungen	16
3.3.1 Aufgabe/Tätigkeit.....	16
3.3.2 Rahmenbedingungen der Arbeit.....	17
3.3.3 Persönliche Entwicklungsmöglichkeiten	18
3.3.4 Entgeltgestaltung und Zusatzleistungen	19
3.4 Zusammenfassung der wichtigsten Erwartungen (Gesamtbild).....	20
4 Erwartungen von Studentinnen und Studenten (Geschlecht)	22
4.1 Erwartungen an das Unternehmensprofil	22
4.2 Berufsorientierung zum Zeitpunkt des Studiums	28
4.2.1 Bisherige berufspraktische Erfahrungen.....	28
4.2.2 Stellensuche für Praktika und Abschlussarbeiten	28
4.2.3 Stellensuche für Berufseinstieg	29

4.3	Erwartungen an die Arbeitstätigkeit und -bedingungen	30
4.3.1	Aufgabe/Tätigkeit.....	30
4.3.2	Rahmenbedingungen der Arbeit.....	32
4.3.3	Persönliche Entwicklungsmöglichkeiten	33
4.3.4	Entgeltgestaltung und Zusatzleistungen	35
4.4	Zusammenfassung der wichtigsten Unterschiede (Geschlecht)	36
5	Erwartungen von Studierenden in MINT- und KSW-Studiengängen.....	39
5.1	Erwartungen an das Unternehmensprofil	39
5.2	Berufsorientierung zum Zeitpunkt des Studiums	45
5.2.1	Bisherige berufspraktische Erfahrungen.....	45
5.2.2	Stellensuche für Praktika und Abschlussarbeiten	45
5.2.3	Stellensuche für Berufseinstieg	46
5.3	Erwartungen an die Arbeitstätigkeit und -bedingungen	47
5.3.1	Aufgabe/Tätigkeit.....	47
5.3.2	Rahmenbedingungen der Arbeit.....	48
5.3.3	Persönliche Entwicklungsmöglichkeiten	50
5.3.4	Entgeltgestaltung und Zusatzleistungen	51
5.4	Zusammenfassung der wichtigsten Unterschiede (MINT/KSW- Studiengänge)	53
6	Zusammenfassung und Ausblick	56

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abbildung 1: Projektphasen.....	5
Abbildung 2: Verteilung nach Geschlecht.....	6
Abbildung 3: Wohnort der Studierenden	7
Abbildung 4: Alter der Studierenden.....	7
Abbildung 5: Studierende nach Abschlussart.....	8
Abbildung 6: Jahr des Studienabschlusses	8
Abbildung 7: Größe des Unternehmens	9
Abbildung 8: Bevorzugte Branchen für den Berufseinstieg	10
Abbildung 9: Standort des ersten Arbeitgebers	11
Abbildung 10: Wichtigster Grund für die Region Westsachsen	11
Abbildung 11: Monatliches Bruttogehalt	12
Abbildung 12: Unternehmensbezogene Merkmale.....	13
Abbildung 13: Berufspraktische Erfahrungen Studierender.....	14
Abbildung 14: Stellensuche für Praktika und Abschlussarbeiten.....	15
Abbildung 15: Stellensuche für Berufseinstieg	16
Abbildung 16: Erwartungen an die Aufgabe/Tätigkeit.....	17
Abbildung 17: Erwartungen an die Rahmenbedingungen der Arbeit.....	18
Abbildung 18: Erwartungen an persönliche Entwicklungsmöglichkeiten	19
Abbildung 19: Erwartungen zur Entgeltgestaltung und Zusatzleistungen.....	20
Abbildung 20: Top 12 Ranking – Erwartungen an den Berufseinstieg 2014 (Anteil „wichtig“ und „sehr wichtig“).....	21
Abbildung 21: Größe des Unternehmens (Geschlecht).....	23
Abbildung 22: Bevorzugte Branchen Studierender (Geschlecht)	24
Abbildung 23: Standort des ersten Arbeitgebers (Geschlecht).....	25
Abbildung 24: Wichtigster Grund für die Region Westsachsen (Geschlecht).....	25
Abbildung 25: Monatliches Bruttogehalt (Geschlecht).....	26
Abbildung 26: Unternehmensbezogene Merkmale (Weibliche Befragte)	27
Abbildung 27: Unternehmensbezogene Merkmale (Männliche Befragte)	27
Abbildung 28: Berufspraktische Erfahrungen Studierender (Geschlecht)	28
Abbildung 29: Stellensuche für Praktika und Abschlussarbeiten (Geschlecht)	29
Abbildung 30: Stellensuche für Berufseinstieg (Geschlecht).....	30
Abbildung 31: Erwartungen an die Aufgabe/Tätigkeit (Weibliche Befragte)	31

Abbildung 32: Erwartungen an die Aufgabe/Tätigkeit (Männliche Befragte)	31
Abbildung 33: Erwartungen an die Rahmenbedingungen der Arbeit (Weibliche Befragte).....	32
Abbildung 34: Erwartungen an die Rahmenbedingungen der Arbeit (Männliche Befragte).....	33
Abbildung 35: Erwartungen an persönliche Entwicklungsmöglichkeiten (Weibliche Befragte).....	34
Abbildung 36: Erwartungen an persönliche Entwicklungsmöglichkeiten (Männliche Befragte).....	34
Abbildung 37: Erwartungen zur Entgeltgestaltung und Zusatzleistungen (Weibliche Befragte).....	35
Abbildung 38: Erwartungen zur Entgeltgestaltung und Zusatzleistungen (Männliche Befragte)	36
Abbildung 39: Top 12 Ranking - Erwartungen an den Berufseinstieg 2014 (Weibliche Befragte).....	37
Abbildung 40: Top 12 Ranking - Erwartungen an den Berufseinstieg 2014 (Männliche Befragte).....	38
Abbildung 41: Größe des Unternehmens (MINT/KSW).....	40
Abbildung 42: Bevorzugte Branchen der Studierenden (MINT/KSW)	41
Abbildung 43: Standort des ersten Arbeitgebers (MINT/KSW).....	42
Abbildung 44: Wichtigster Grund für die Region Westsachsen (MINT/KSW).....	42
Abbildung 45: Monatliches Bruttogehalt (MINT/KSW).....	43
Abbildung 46: Unternehmensbezogene Merkmale (MINT)	44
Abbildung 47: Unternehmensbezogene Merkmale (KSW).....	44
Abbildung 48: Berufspraktische Erfahrungen der Studierenden (MINT/KSW)	45
Abbildung 49: Stellensuche für Praktika und Abschlussarbeiten (MINT/KSW).....	46
Abbildung 50: Stellensuche für Berufseinstieg (MINT/KSW).....	47
Abbildung 51: Erwartungen an die Aufgabe/Tätigkeit (MINT)	48
Abbildung 52: Erwartungen an die Aufgabe/Tätigkeit (KSW)	48
Abbildung 53: Erwartungen an die Rahmenbedingungen der Arbeit (MINT).....	49
Abbildung 54: Erwartungen an die Rahmenbedingungen der Arbeit (KSW)	49
Abbildung 55: Erwartungen an persönliche Entwicklungsmöglichkeiten (MINT) ..	50
Abbildung 56: Erwartungen an persönliche Entwicklungsmöglichkeiten (KSW)...	51
Abbildung 57: Erwartungen zur Entgeltgestaltung und Zusatzleistungen (MINT).	52

Abbildung 58: Erwartungen zur Entgeltgestaltung und Zusatzleistungen (KSW) . 52

Abbildung 59: Top 12 Ranking - Erwartungen an den Berufseinstieg 2014 (MINT)
..... 54

Abbildung 60: TOP12 Ranking - Erwartungen an den Berufseinstieg 2014 (KSW)
..... 55

Abkürzungsverzeichnis

HS Mittweida	Hochschule Mittweida
KMU	Kleine und mittlere Unternehmen
KSW	Kultur- und Sozialwissenschaften
MINT	Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften und Technik
TU Chemnitz	Technische Universität Chemnitz
WHZ	Westsächsische Hochschule Zwickau
ZWIK	Zwickauer Wirtschafts- und Industriekontakte

Vorbemerkungen

Als Pilotprojekt wurde 2013 eine erste Online-Erhebung zu Erwartungen von Studierenden der WHZ an ihren ersten Arbeitgeber nach dem Studium konzipiert und umgesetzt. Für die zweite Erhebung 2014 wurde der Fragebogen überarbeitet und allen Studierenden an der WHZ wieder online zur Verfügung gestellt. Die Ergebnisse der Befragung sind für Unternehmen eine wichtige Grundlage bei der Entwicklung und Gestaltung von attraktiven Arbeitgebermerkmalen für Studierende und akademische Berufseinsteiger. Die Erhöhung der Attraktivität regionaler Unternehmen bei Studierenden unterstützt nicht nur die Suche, Gewinnung und Integration von Nachwuchskräften, sondern insbesondere auch deren langfristige Bindung in Unternehmen und damit in der Region.

Die Ergebnisse dieser empirischen Erhebung ergänzen die Ergebnisse der Absolventenbefragung an der TU Chemnitz (siehe Fokus-Print 06-13). Die Ergebnisse beider Erhebungen wurden auf der Regionalkonferenz „Unternehmen suchen Fachkräfte - Fachkräfte suchen Unternehmen“ am 17.09. 2014 präsentiert, die im Rahmen der Wissenschaftsregion Chemnitz gemeinsam von WHZ, TU Chemnitz, HS Mittweida, Agentur für Arbeit, IHK Chemnitz, HWK Chemnitz und der Freien Presse organisiert wurde. Neben Impulsreferaten zur Arbeitsmarktsituation in Sachsen sowie zu unterschiedlichen Perspektiven der Nachwuchskräftegewinnung wurden erste Lösungsansätze zur Problematik der Konferenz in vier anschließenden Workshops mit Geschäftsführern und Personalleitern regionaler KMU erarbeitet.

Unser Dank gilt den Studierenden, die an der Erhebung teilgenommen und somit ihre Erwartungen an den künftigen Arbeitgeber zum Ausdruck gebracht haben.

Besonders bedanken möchten wir uns bei Herrn Prof. Dr. Peter Pawlowsky und den Mitarbeitern seines Lehrstuhls BWL VI Personal und Führung an der TU Chemnitz für die Möglichkeit, die Ergebnisse der Studierendenbefragung an der WHZ als Focus-Print interessierten Lesern zur Verfügung stellen zu können.

Wir freuen uns auf Ihr Feedback und Anregungen.

Zwickau, Januar 2015

Prof. Dr. Angela Walter
Sören Förster (B.A.)

1 Ergebnisse im Überblick

Die wichtigsten Ergebnisse im Überblick:

- ◆ Die Attraktivität des künftigen Arbeitgebers ist für 85 Prozent der befragten Studierenden sehr wichtig oder wichtig.
- ◆ Erwartet werden vor allem ein gutes Arbeitsklima, Weiterbildungsmöglichkeiten, die Vereinbarkeit von Beruf und Familie, ein sicherer Arbeitsplatz und die Unterstützung von Vorgesetzten während der Einarbeitungsphase.
- ◆ Regelmäßiges Feedback, ein kooperativer Führungsstil sowie ein unbefristetes Arbeitsverhältnis sind Studierenden der WHZ fast ebenso wichtig.
- ◆ Eine angemessene und nachvollziehbare Entgelthöhe mit einer Steigerungsmöglichkeit nach den ersten Berufsjahren werden ebenso erwartet.
- ◆ Bevorzugt werden zudem herausfordernde Arbeitsaufgaben, die Ideen und Kreativität erfordern und eigenverantwortlich erledigt werden können.
- ◆ Die Mehrheit der befragten Studierenden sucht den ersten Arbeitgeber bevorzugt in den Regionen Westsachsen bzw. Mitteldeutschland; für fast die Hälfte ist die Unternehmensgröße dabei nicht relevant.
- ◆ Als Branchen beim Berufseinstieg werden bevorzugt die Automobilindustrie, das Gesundheits- und Sozialwesen, der Maschinenbau, Personaldienstleistungsfirmen, Logistik- und Verkehrsunternehmen sowie Technologieunternehmen.
- ◆ Etwa die Hälfte der Befragten erwartet vom ersten Arbeitgeber ein monatliches Bruttoentgelt zwischen 2000 und 3000 Euro.
- ◆ Die Suche nach einem Praktikum und einem Arbeitgeber nach dem Studium erfolgt bevorzugt online.
- ◆ Die Erwartungen zwischen weiblichen und männlichen Befragten unterscheiden sich kaum, nur hinsichtlich der Entgelthöhe werden Unterschiede erkennbar: Über 85 Prozent der Studentinnen erwarten ein monatliches Bruttogehalt zwischen 1500 und 3000 Euro, etwa 89 Prozent der befragten Studenten erwarten hingegen ein monatliches Bruttogehalt

zwischen 2000 und 4000 Euro, davon erwartet fast ein Drittel eine Gehalthöhe zwischen 3000 und 3500 Euro.

- ◆ Die Erwartungen zwischen befragten Studierenden in MINT- bzw. KSW-Studiengängen unterscheiden sich ebenfalls kaum: Befragte der KSW-Studiengänge suchen nach dem Studium etwas häufiger eine Stelle auch in Unternehmen mit einer Beschäftigtenzahl zwischen 51 und 500 bzw. sogar in sehr kleinen Unternehmen mit 21 bis 50 Beschäftigten.
- ◆ Im Vergleich sind MINT-Studierenden Traineeprogramme und Aufstiegsmöglichkeiten in eine Managementposition weniger wichtig. Etwas wichtiger sind ihnen hingegen die Entwicklungsmöglichkeiten zu einem Fachspezialisten und die Leitung von Projekten
- ◆ Befragte der MINT-Studiengänge haben höhere Erwartungen an das monatliche Bruttogehalt: Über zwei Drittel erwarten ein monatliches Bruttogehalt zwischen 2500 und 4000 Euro. Im Vergleich dazu erwarten über zwei Drittel KSW-Studierender ein monatliches Bruttogehalt zwischen 1500 und 3000 Euro.

2 Design der Befragung

2.1 Ziele

Eine starke Vernetzung von Hochschulen, Unternehmen und Einrichtungen der Absolventenvermittlung in der Region Westsachsen kann die Gewinnung und dauerhafte Integration von Absolventen regionaler Bildungseinrichtungen nachhaltig unterstützen. Die wechselseitigen Erwartungen von Studierenden und Unternehmen an die Gestaltung der beruflichen Tätigkeit sowie der Arbeitsbedingungen nach dem Studium sind Voraussetzung für eine effiziente Arbeit regionaler Kooperationsnetzwerke. Ziel der durchgeführten Befragung war die Erfassung der Perspektive von Studierenden bzw. künftigen Absolventen hinsichtlich ihrer Erwartungen an den künftigen Arbeitgeber.

Die Fragen der Erhebung wurden aus folgenden vier Themenfeldern abgeleitet:

Statistische Angaben zur Stichprobe

Erwartungen an den künftigen Arbeitgeber (Größe, Branche, Standort)

Erwartungen an die künftige Tätigkeit (Arbeitsaufgabe und -bedingungen)

Strategien bei der Stellensuche

4

Mit der Studierendenbefragung 2014 wurden somit Daten erhoben zu folgenden Aspekten:

- Angaben der Teilnehmer hinsichtlich Studiengang, Fachsemester, angestrebter Abschlussart, Jahr des Abschlusses, Studienform, Gehaltsvorstellungen, beruflicher Erfahrungen, Wohnort,
- Erwartungen an das Profil des ersten Arbeitgebers (Größe, Branche und Standort),
- Erwartungen an die Aufgabe/Tätigkeit, Rahmenbedingungen der Tätigkeit, persönliche Entwicklungsmöglichkeiten, Entgelt und Zusatzleistungen sowie an weitere Unternehmensmerkmale,

- Bevorzugten Informationsstrategien der Studierenden bei der Suche nach Praktikumsplatz während sowie einem Arbeitsplatz nach dem Studium.

Auf der Grundlage der statistischen Angaben zu den Studiengängen der Teilnehmer war auch eine Auswertung der Erwartungen differenziert nach MINT- und KSW-Studiengängen sowie nach Studentinnen und Studenten möglich.

2.2 Durchführung und Auswertung

Das Projekt „Studierendenbefragung 2014“ beinhaltete folgende Phasen:

Projektphasen	Jan.	Feb.	März	April	Mai - Sept.	Okt. - Dez.
A. Planung, Konzeption	■					
B. Überarbeitung Fragebogen		■	■			
C. Pretest				■		
D. Erhebungsphase				■		
E. Auswertung, Interpretation					■	
F. Dokumentation						■

Abbildung 1: Projektphasen

5

Zu Projektbeginn wurde der zeitliche Rahmen für die einzelnen Phasen festgelegt, um eine Kontrolle und Steuerung der Projektphasen zu ermöglichen. Der aus dem vorherigen Jahr vorliegende Fragebogen wurde überarbeitet bzw. ergänzt. Die Datenerhebung erfolgte über einen Online-Fragebogen, der für alle Studierenden der WHZ zum Zeitpunkt der Datenerhebung zugänglich war. Die Daten wurden mit dem Tabellenkalkulationsprogramm MS-Excel ausgewertet.

2.3 Allgemeine Statistik: Stichprobe und Rücklauf

Die Teilnahme an der Online-Befragung war freiwillig und anonym. Alle Studierenden erhielten eine E-Mail mit dem Link zum Fragebogen, aus den Antworten konnte nicht auf den Absender geschlossen werden. Der Fragebogen wurde von 501 Studierenden beantwortet, was einer Rücklaufquote von ca. 11,9 Prozent entspricht. Nach Studienabschlüssen sowie hinsichtlich Studentinnen und Studenten ergeben sich im Vergleich zwischen WHZ und Befragung folgende Anteile::

	WHZ Gesamt	Befragung 2014
Anteile in Bachelor-SG:	40 %	40,7 %
Anteile in Master-SG:	12 %	13 %
Anteile in Diplom-SG:	48 %	46,3 %
Anteil Weiblich/Männlich:	35,6 %/ 64,4 %	48,5 %/ 51,5 %

Die Stichprobe kann nach Geschlecht, Heimatort, Alter, Abschlussart, Abschlussjahr wie folgt beschrieben werden:

Geschlecht:

Im Vergleich zur WHZ Gesamt sind Abweichungen erkennbar. Von den 501 befragten Studierenden waren 48,5 Prozent weiblich. 51,5 Prozent waren männlich. (vgl. Abb. 2).

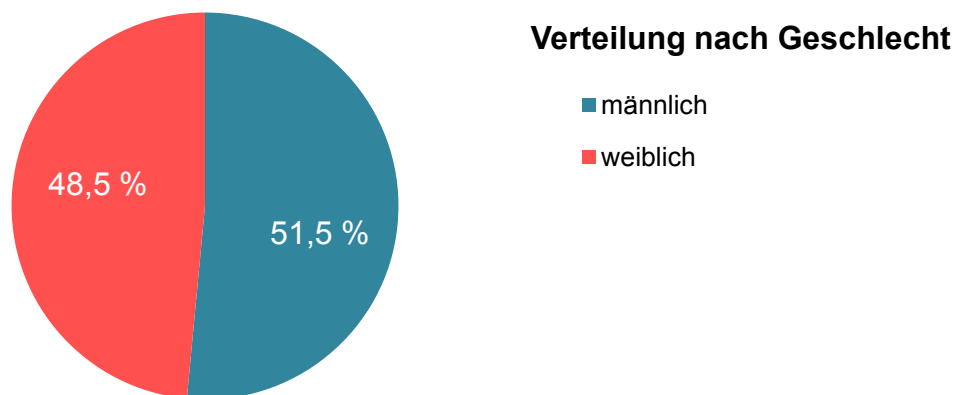
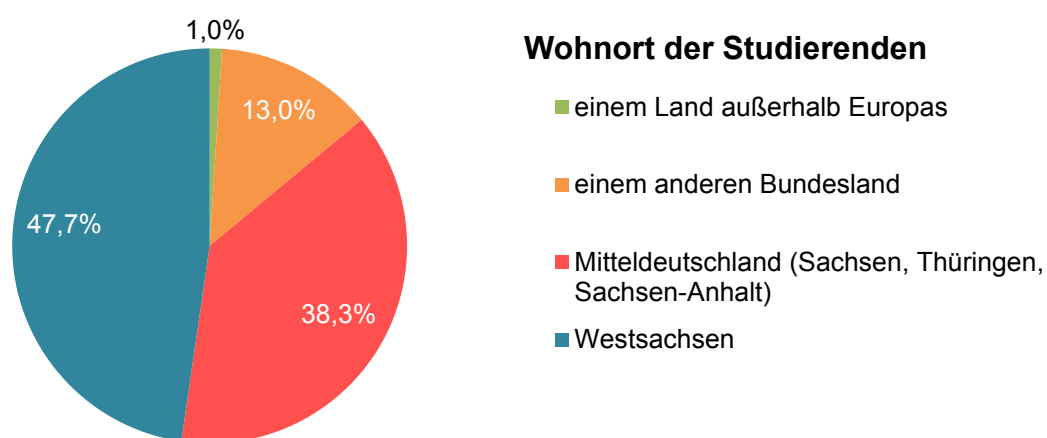


Abbildung 2: Verteilung nach Geschlecht (Befragung)

Heimatort:

Basis der Frage nach dem Heimatort der Studierenden konnten die Teilnehmer zwischen den Vorgaben Westsachsen, Mitteldeutschland, anderes Bundesland, anderes europäisches Land und ein Land außerhalb Europas wählen. Über 85 Prozent der Befragten kommen aus der Region Westsachsen oder Mitteldeutschland. Dabei hat fast die Hälfte der Befragten den Wohnort direkt in Westsachsen, d.h. in unmittelbarer Nähe zur Hochschule (vgl. Abb. 3).



7

Abbildung 3: Wohnort der Studierenden

Alter:

Fast zwei Drittel aller Befragten sind zum Zeitpunkt der Befragung zwischen 20 und 25 Jahre alt. Weniger als 10 Prozent ist unter 20 Jahre alt, älter als 25 Jahre sind weniger als ein Drittel aller Befragten (vgl. Abb. 4).

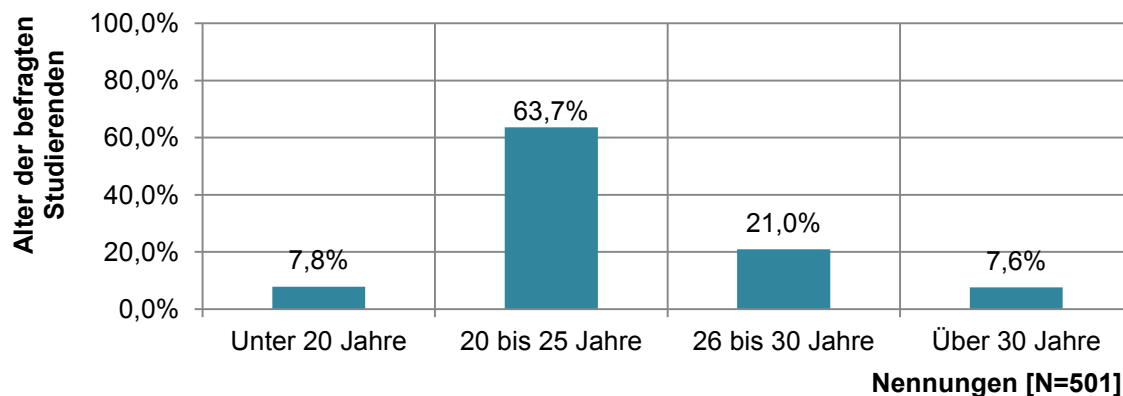


Abbildung 4: Alter der Studierenden

Abschlussart:

Fast die Hälfte aller Befragten strebt ein Diplomabschluss an, ca. 40 Prozent aller befragten Teilnehmer einen Bachelorabschluss und 13 Prozent einen Masterabschluss (vgl. Abb. 5).

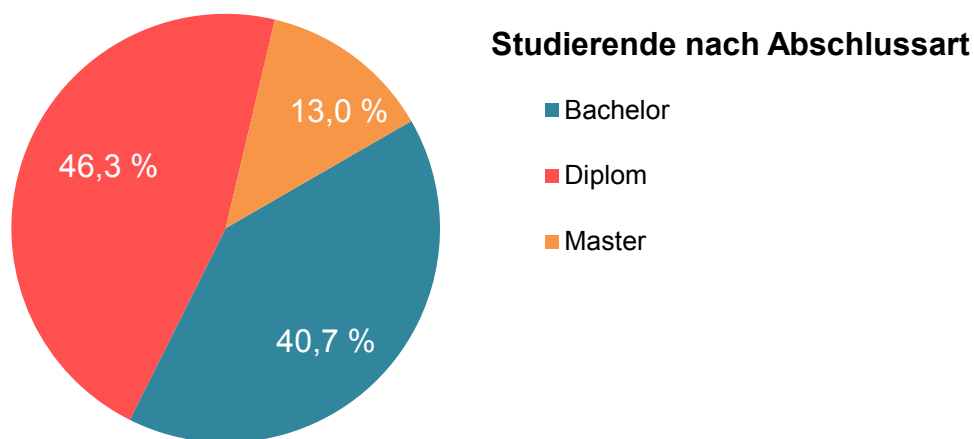


Abbildung 5: Studierende nach Abschlussart

8

Jahr des angestrebten Abschlusses:

64,6 Prozent der Befragten strebten bzw. streben 2014 oder 2015 als Abschlussjahr an. Etwa zwei Drittel der Befragten sind demzufolge stark daran interessiert einen künftigen Arbeitgeber zeitnah zu finden und beabsichtigen mittelfristig in den Arbeitsmarkt einzutreten (vgl. Abb. 6).

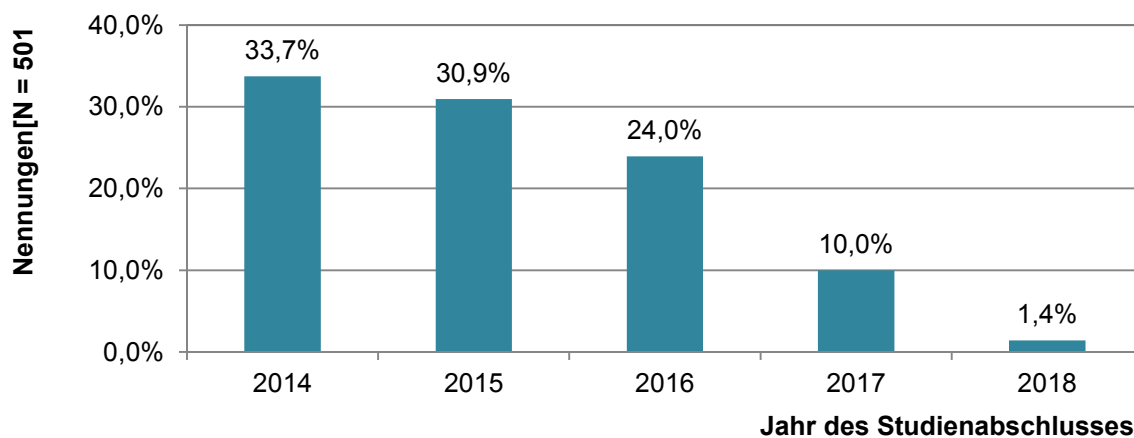


Abbildung 6: Jahr des Studienabschlusses

3 Erwartungen der befragten Studierenden (Gesamtbild)

3.1 Erwartungen an das Unternehmensprofil

In diesem Punkt werden zusammenfassend die Erwartungen der Teilnehmer zu folgenden Aspekten abgebildet:

- a) Unternehmensgröße
- b) Branche
- c) Standort
- d) Grund für die Region
- e) Gehalt
- f) Weitere unternehmensbezogene Merkmale

a) Unternehmensgröße

Für fast die Hälfte der Studierenden ist die Unternehmensgröße des zukünftigen Arbeitgebers nicht relevant. Lediglich 28,4 Prozent bevorzugen Unternehmen, welche mehr als 100 Mitarbeiter beschäftigen. Demnach sind kleine und mittelständische Unternehmen (KMU) für fast die Hälfte aller Befragten ebenso interessant für einen Berufseinstieg wie Unternehmen mit mehr als 100 Beschäftigten (Abb. 7).

9

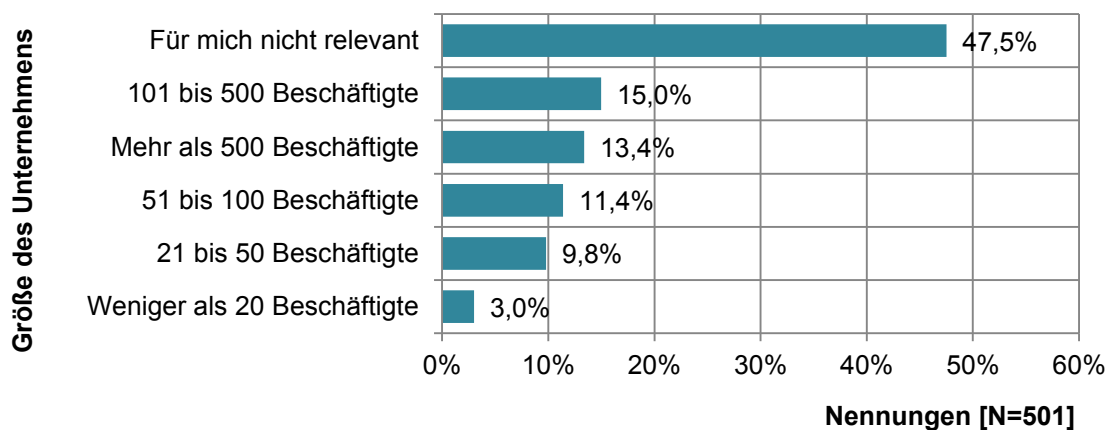


Abbildung 7: Größe des Unternehmens

b) Branche

Die befragten Studierenden bevorzugen ihren ersten Arbeitgeber im Automobilbau oder der Automobilzulieferindustrie. Als weitere bevorzugte Branchen nach dem Studium werden genannt: Gesundheits- und Sozialwesen, Technologieunternehmen, Maschinenbau, Personaldienstleistungen, Logistik und Verkehr, Handel, Finanzwirtschaft/Beratung, Elektrotechnik sowie die IT-Branche (vgl. Abb. 8).

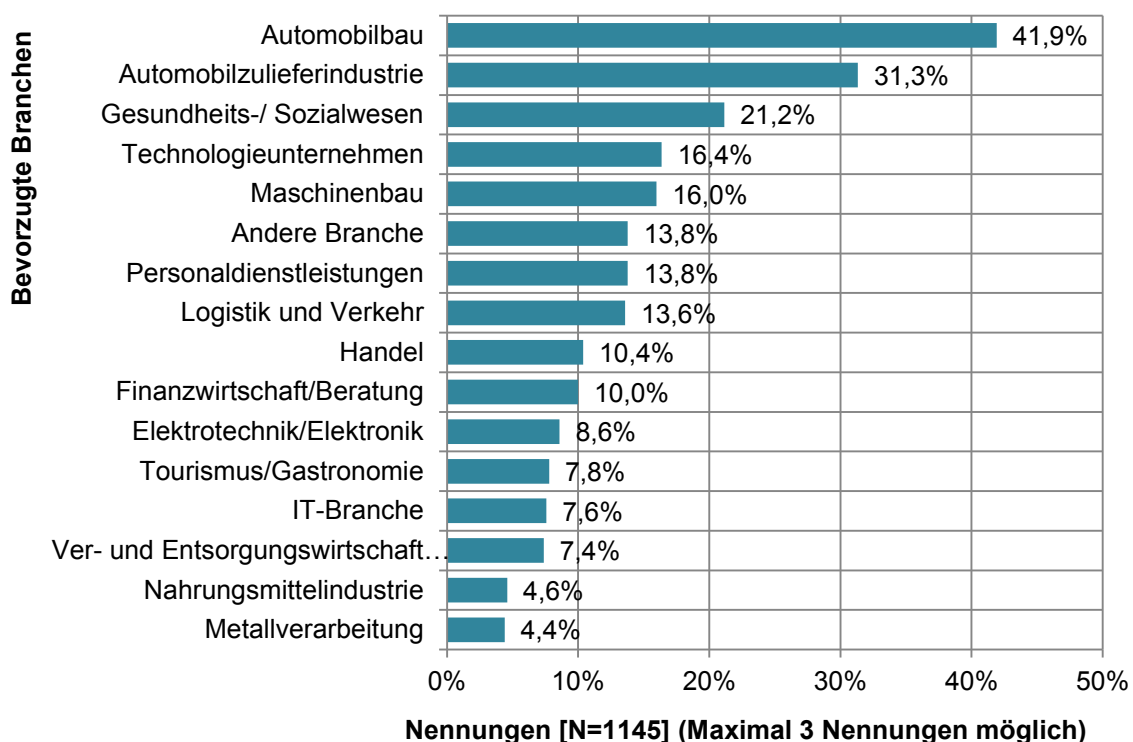


Abbildung 8: Bevorzugte Branchen für den Berufseinstieg

c) Standort

Mehr als die Hälfte der befragten Studierenden bevorzugt als Standort des ersten Arbeitgebers Mitteldeutschland. Für einen Arbeitgeber in der Region Westsachsen würden sich etwa 40 Prozent der Befragten bevorzugt entscheiden. Etwas unter einem Drittel der Befragten bevorzugen einen ersten Arbeitgeber in einem anderen Bundesland als Mitteldeutschland und der Region Westsachsen (vgl. Abb. 9).

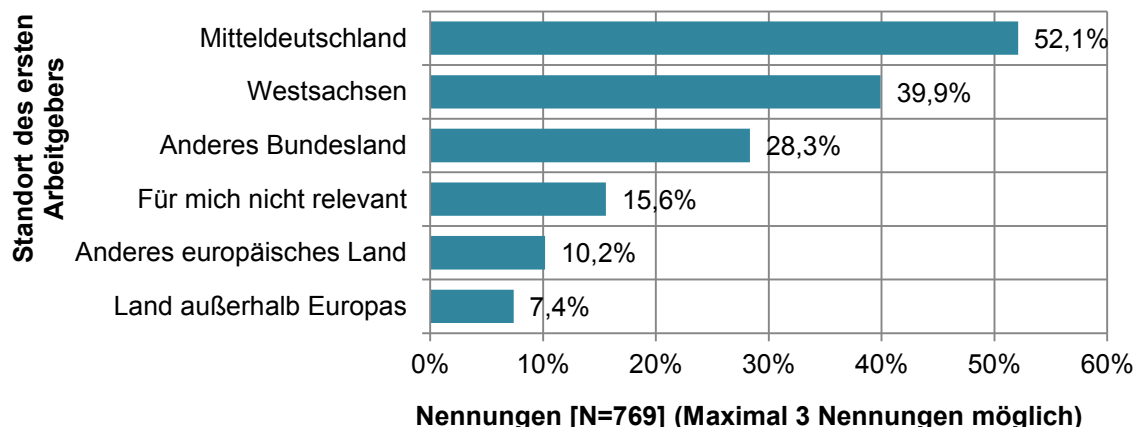


Abbildung 9: Standort des ersten Arbeitgebers

d) Grund für die Region

Studierende, welche sich für die Region **Westsachsen** als bevorzugten Standort für einen künftigen Arbeitgeber entschieden haben, nennen dafür vor allem soziale Gründe (Familie, Freunde) und die regionale Verbundenheit (vgl. Abb. 10).

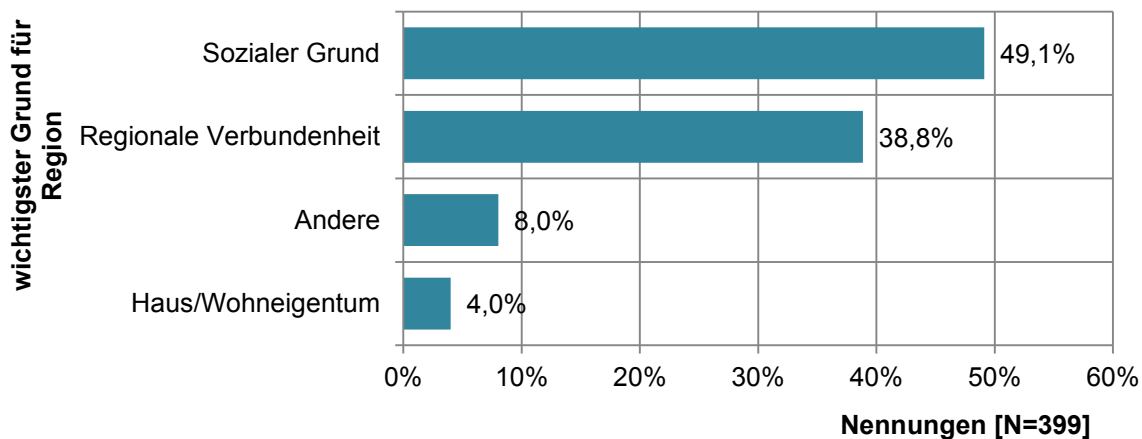


Abbildung 10: Wichtigster Grund für die Region Westsachsen

e) Gehalt

Etwa die Hälfte der befragten zukünftigen Absolventen erwarten von ihrem ersten Arbeitgeber ein monatliches Brutto von 2000 bis 3000 Euro. Vor allem eine Steigerung des Entgeltes nach den ersten Berufsjahren ist künftigen Absolventen

mit fast 90 Prozent „wichtig“ bzw. „sehr wichtig“ ([siehe Abschnitt 3.3.4](#)) (vgl. Abb. 11).

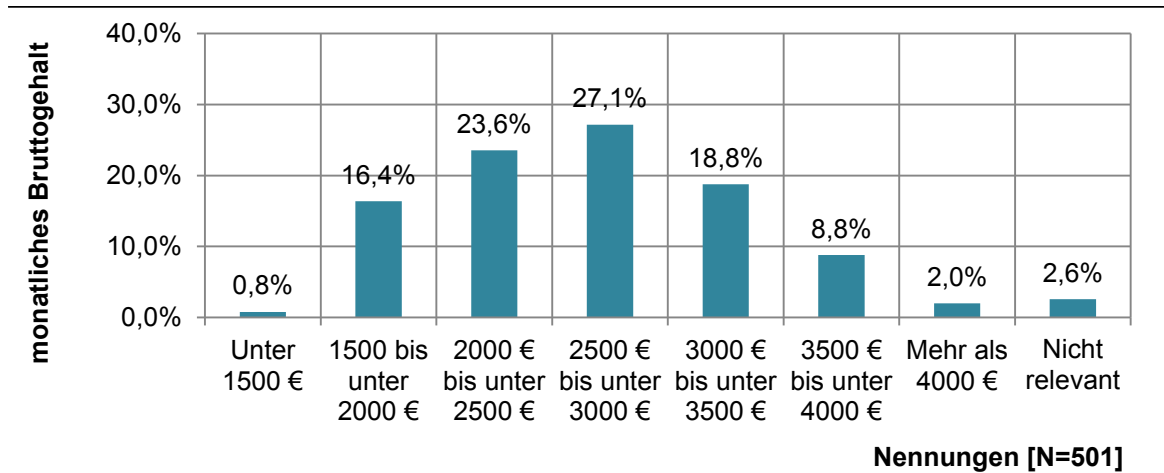


Abbildung 11: Monatliches Bruttogehalt

f) Weitere unternehmensbezogene Merkmale

Etwa 85 Prozent der Befragten ist die Attraktivität der zukünftigen Unternehmen als Arbeitgeber „wichtig“ oder „sehr wichtig“. Die Bekanntheit des Unternehmens und seiner Produkte und Leistungen sind für etwa zwei Drittel „weniger wichtig“ oder „unwichtig“. Über die Hälfte der befragten Studierenden der WHZ ist eine internationale Geschäftstätigkeit des künftigen Arbeitgebers „weniger wichtig“ oder sogar „unwichtig“ (vgl. Abb. 12)

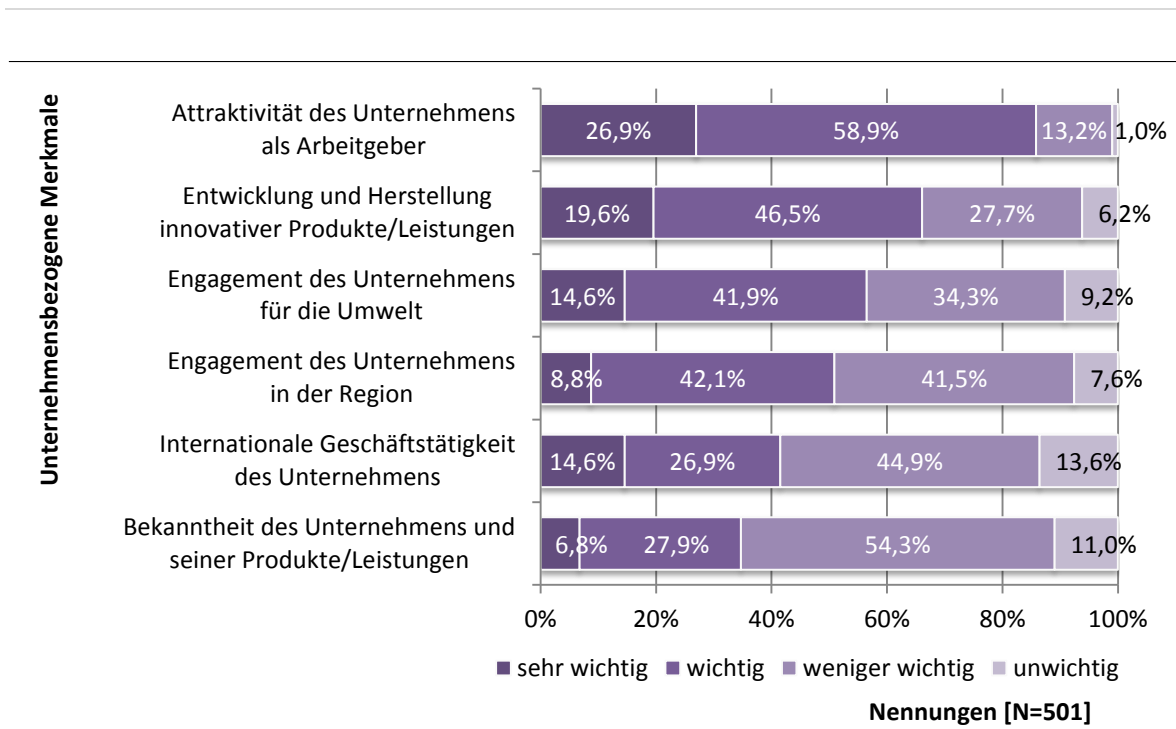


Abbildung 12: Unternehmensbezogene Merkmale

3.2 Berufsorientierung zum Zeitpunkt des Studiums

3.2.1 Bisherige berufspraktische Erfahrungen

13

Erste praktische Erfahrungen der Teilnehmer an der Befragung lassen darauf schließen, dass ihre Erwartungen an den künftigen Arbeitgeber durchaus realistisch sind. Aus Abb. 12 gehen die praktischen Erfahrungen der befragten Studierenden hervor: über 77 Prozent hatten zum Zeitpunkt der Befragung bereits ein Praktikum absolviert und über die Hälfte der Befragten konnte auf einen Ferienjob verweisen. Fast die Hälfte der Befragten hatte bereits eine Ausbildung absolviert (vgl. Abb. 13).

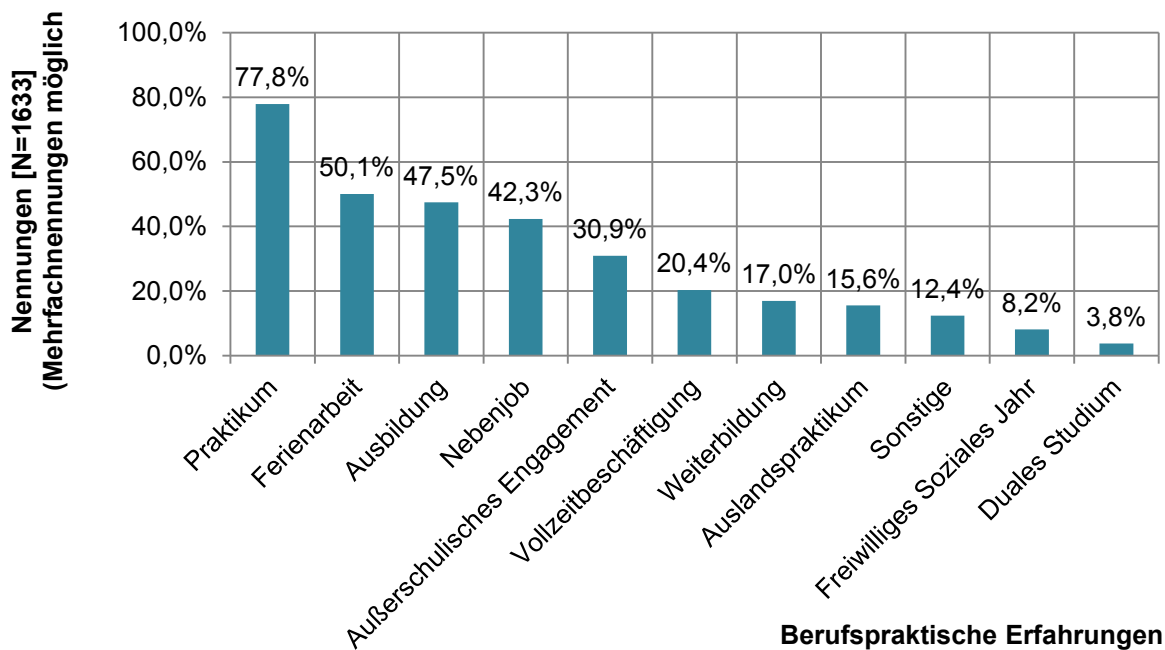


Abbildung 13: Berufspraktische Erfahrungen Studierender

3.2.2 Stellensuche für Praktika und Abschlussarbeiten

Über zwei Drittel der Studierenden der WHZ informieren sich auf den Webseiten der Unternehmen und werden zudem bei der Suche nach Stellen für Praktika und Abschlussarbeiten durch ihre Freunde, Bekannte und Familie unterstützt. Weiterhin suchen über die Hälfte der befragten Studierenden auf Online-Jobbörsen und während der Firmenkontaktmesse ZWIK nach möglichen Firmenangeboten für Praktika und Abschlussarbeiten. Fast die Hälfte der Befragten nutzt bereits bestehende Kontakte zu Unternehmen, weniger genutzt hingegen werden Tageszeitungen und andere Firmenkontaktmessen (vgl. Abb. 14).

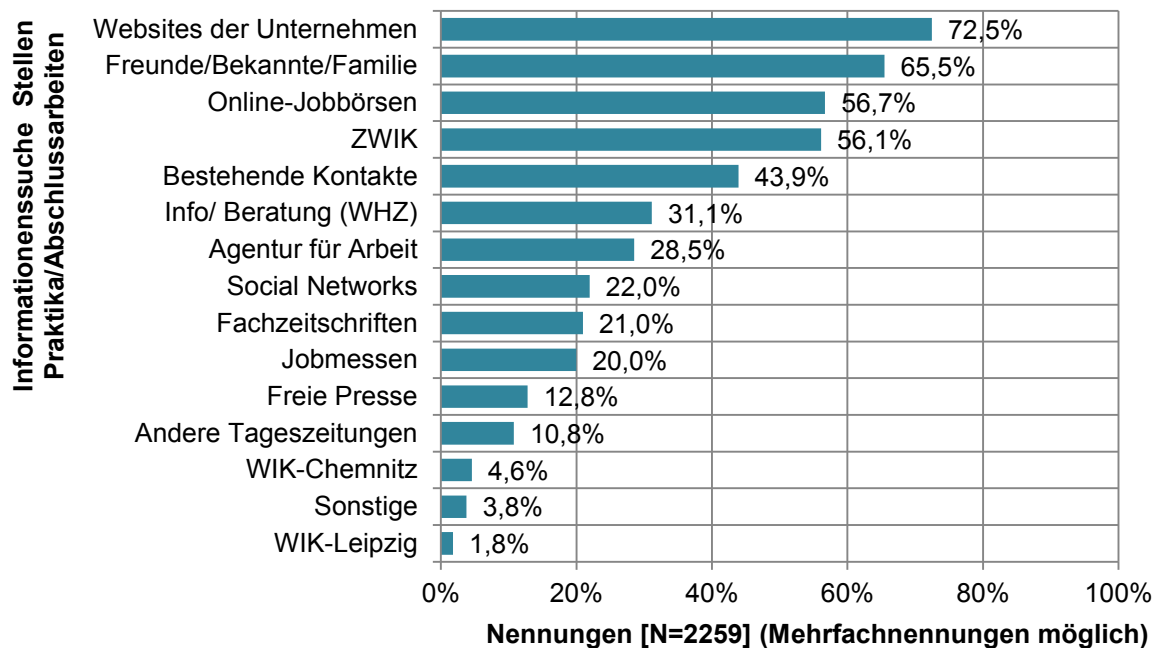


Abbildung 14: Stellensuche für Praktika und Abschlussarbeiten

3.2.3 Stellensuche für Berufseinstieg

Die wichtigsten Informationsquellen sind ebenso wie auch bei der Suche nach einem Praktikum und/oder einer Abschlussarbeit die Webseiten des Unternehmens, Online-Jobbörsen, bereits bestehende Kontakte und die ZWIK. Zudem unterstützen Freunde, Bekannte und die Familie beim Berufseinstieg. Die Agentur für Arbeit wird im Vergleich zur Praktika- und Abschlussarbeitssuche häufiger als Informationsmöglichkeit genutzt. Andere Quellen wie die Firmenkontaktmessen (WIK Chemnitz und WIK-Leipzig) und Tageszeitungen werden eher verhalten von den Befragten der WHZ als Informationsmöglichkeiten herangezogen (vgl. Abb. 15).

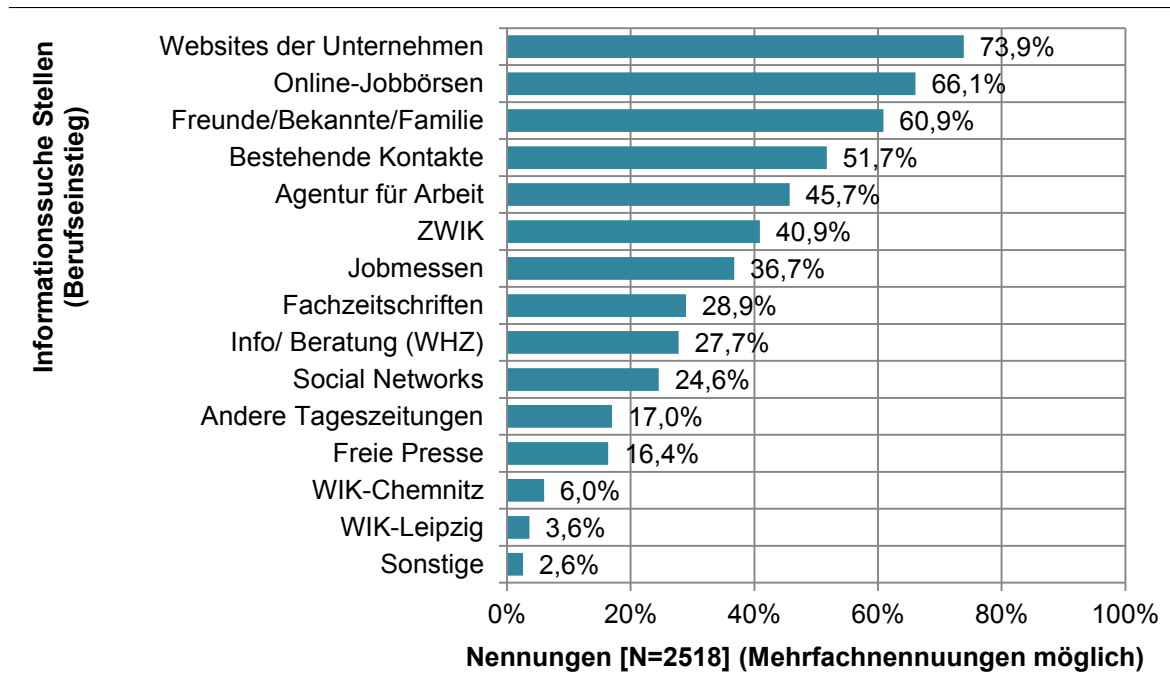


Abbildung 15: Stellensuche für Berufseinstieg

3.3 Erwartungen an die Arbeitstätigkeit und -bedingungen

Die Teilnehmer der Befragung konnten sich zu 30 vorgegebenen Erwartungen äußern und auf einer 4-stufigen Likert-Skala die genannten Erwartungen von „unwichtig“ über „weniger wichtig“ und „wichtig“ bis „sehr wichtig“ bewerten.

16

3.3.1 Aufgabe/Tätigkeit

Den befragten Studierenden sind vor allem herausfordernde Aufgaben, die von ihnen eigenverantwortlich bearbeitet werden können „wichtig“ oder „sehr wichtig“. Führungsverantwortung und internationale Einsatzmöglichkeiten werden zum Zeitpunkt des Berufseinstieges als weniger wichtig oder als unwichtig bewertet (vgl. Abb. 16).

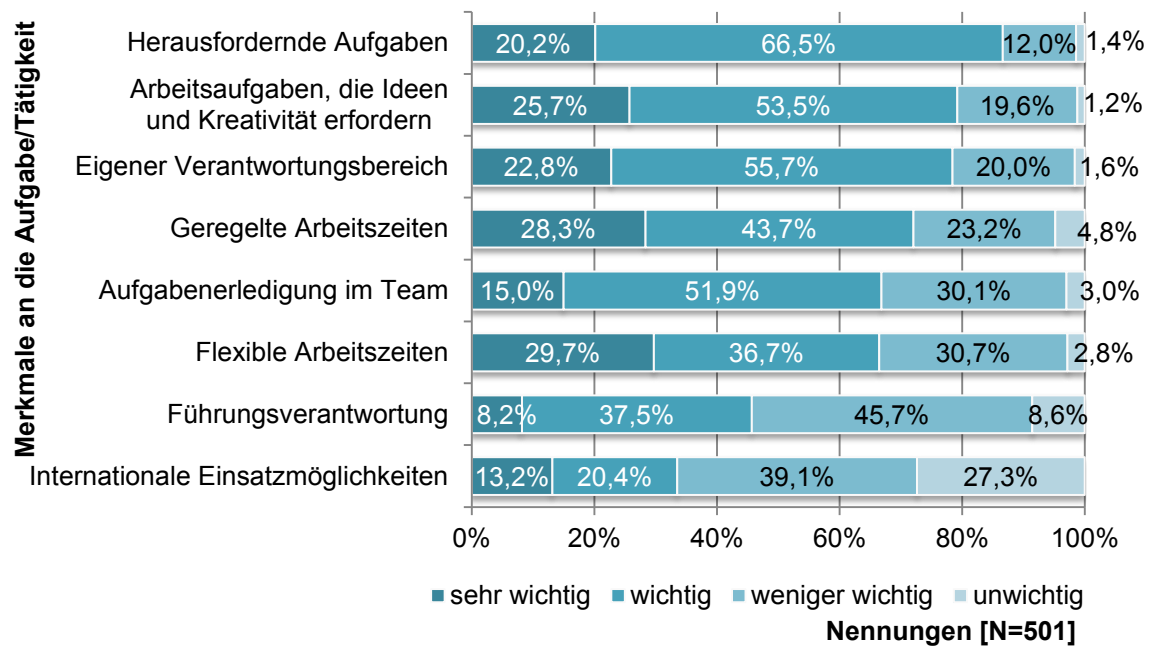


Abbildung 16: Erwartungen an die Aufgabe/Tätigkeit

3.3.2 Rahmenbedingungen der Arbeit

Die Rahmenbedingungen der künftigen Tätigkeit sind den befragten Studierenden in besonderem Maße wichtig oder sehr wichtig. Fünf der sechs Merkmale werden im Top 12 Ranking gelistet ([siehe Abschnitt 3.4](#)) (vgl. Abb. 17). Ein gutes Arbeitsklima, die Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben, die Sicherheit des Arbeitsplatzes und ein Feedback von Vorgesetzten sind den Studierenden mit über 90 Prozent „wichtig“ oder „sehr wichtig“. Ein kooperativer Führungsstil und ein unbefristetes Arbeitsverhältnis sind den Studierenden der WHZ mit knapp 90 Prozent zudem „wichtig“ und „sehr wichtig“.

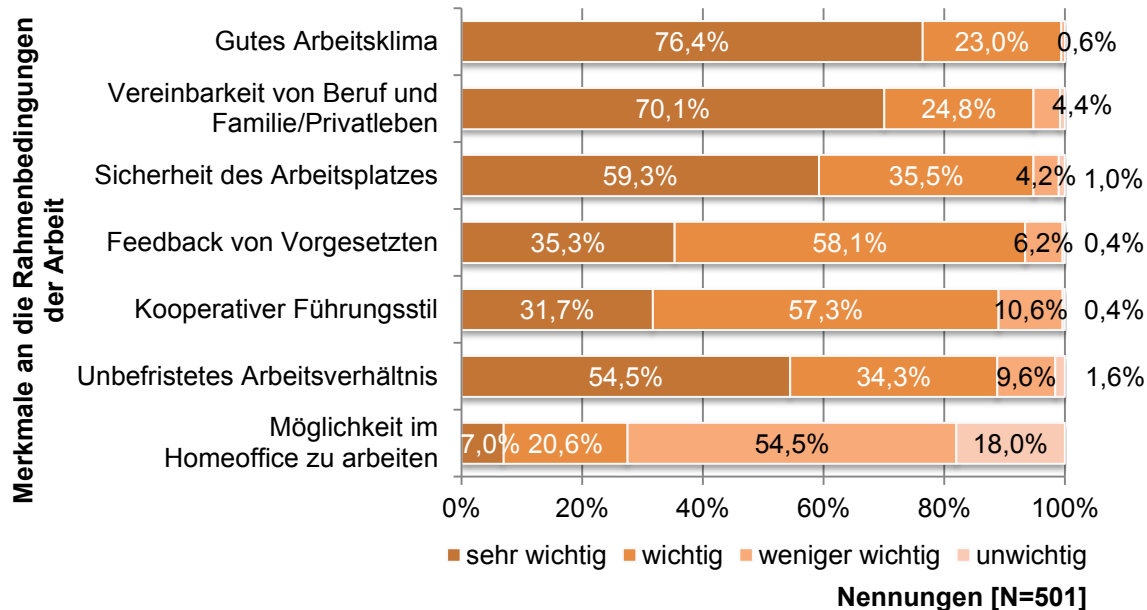


Abbildung 17: Erwartungen an die Rahmenbedingungen der Arbeit

3.3.3 Persönliche Entwicklungsmöglichkeiten

Künftige Absolventen sind daran interessiert, sich persönlich weiterzuentwickeln, d.h. sie erwarten vom ersten Arbeitgeber Möglichkeiten zur Weiterbildung. Zudem wird die Unterstützung während der Einarbeitungsphase in besonderem Maße als „wichtig“ und „sehr wichtig“ bewertet. Die Leitung von Projekten und Traineeprogramme werden von den befragten Studierenden etwas weniger erwartet.

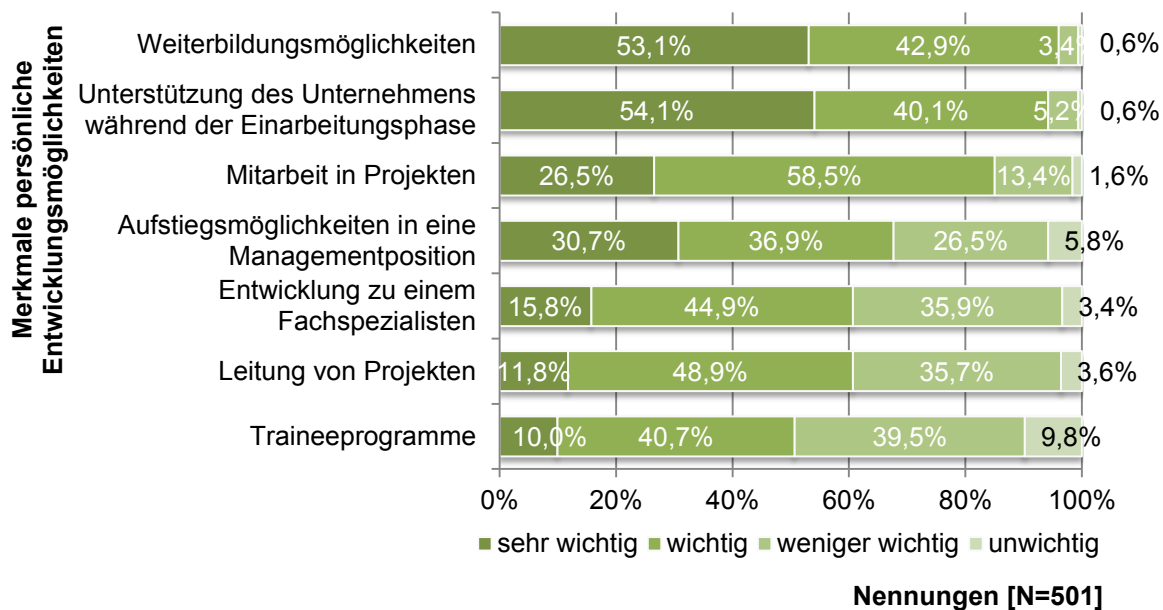


Abbildung 18: Erwartungen an persönliche Entwicklungsmöglichkeiten

3.3.4 Entgeltgestaltung und Zusatzleistungen

Für künftige Absolventen der WHZ ist die angemessene Entgelthöhe und deren Nachvollziehbarkeit mit über 90 Prozent „wichtig“ oder „sehr wichtig“. Im Gegensatz dazu erwarten Studierende vom ersten Arbeitgeber weniger eine Pausenversorgung und Kinderbetreuung. Eine Kinderbetreuung wird dennoch mit etwa 50 Prozent für „wichtig“ und „sehr wichtig“ erachtet. Bei der Frage nach den Erwartungen an das monatliche Bruttogehalt hat etwa die Hälfte der Befragten sich für das Intervall zwischen 2000 und 3000 Euro entschieden. Darüber hinaus erwarten fast 90 Prozent der Befragten eine Erhöhung des Entgelts nach den ersten Berufsjahren (vgl. Abb. 19).

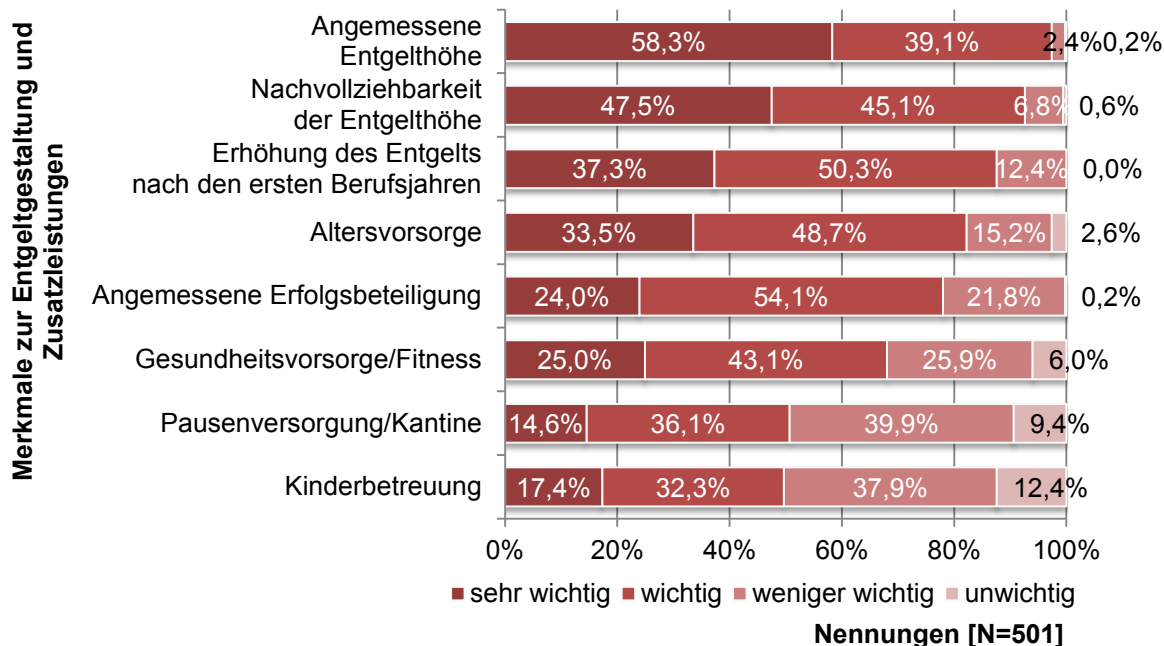


Abbildung 19: Erwartungen zur Entgeltgestaltung und Zusatzleistungen

3.4 Zusammenfassung der wichtigsten Erwartungen (Gesamtbild)

20

Alle Erwartungen werden nachfolgend in einem Top-12-Ranking abgebildet. Hierfür wurden die Antworten zu den beiden Merkmalsausprägungen „wichtig“ und „sehr wichtig“ kumuliert. Den Befragten der WHZ ist ein gutes Arbeitsklima am wichtigsten. Auch eine angemessene Entgelthöhe wird vom zukünftigen Arbeitgeber mit über 97 Prozent erwartet. Zudem werden von Unternehmen Möglichkeiten zur Weiterbildung, eine Vereinbarkeit von Beruf und Familie/Privatleben, die Sicherheit des Arbeitsplatzes, Unterstützungsmöglichkeiten bei der Einarbeitung, Feedback von Vorgesetzten und die Nachvollziehbarkeit der Entgelthöhe mit über 90 Prozent als „wichtig“ und „sehr wichtig“ bewertet. Die Top-12-Ergebnisse beinhalten auch die Erwartungen an einen kooperativen Führungsstil, ein unbefristetes Arbeitsverhältnis, die Erhöhung des Entgelts nach den ersten Berufsjahren sowie herausfordernde Aufgaben (vgl. Abb. 20).

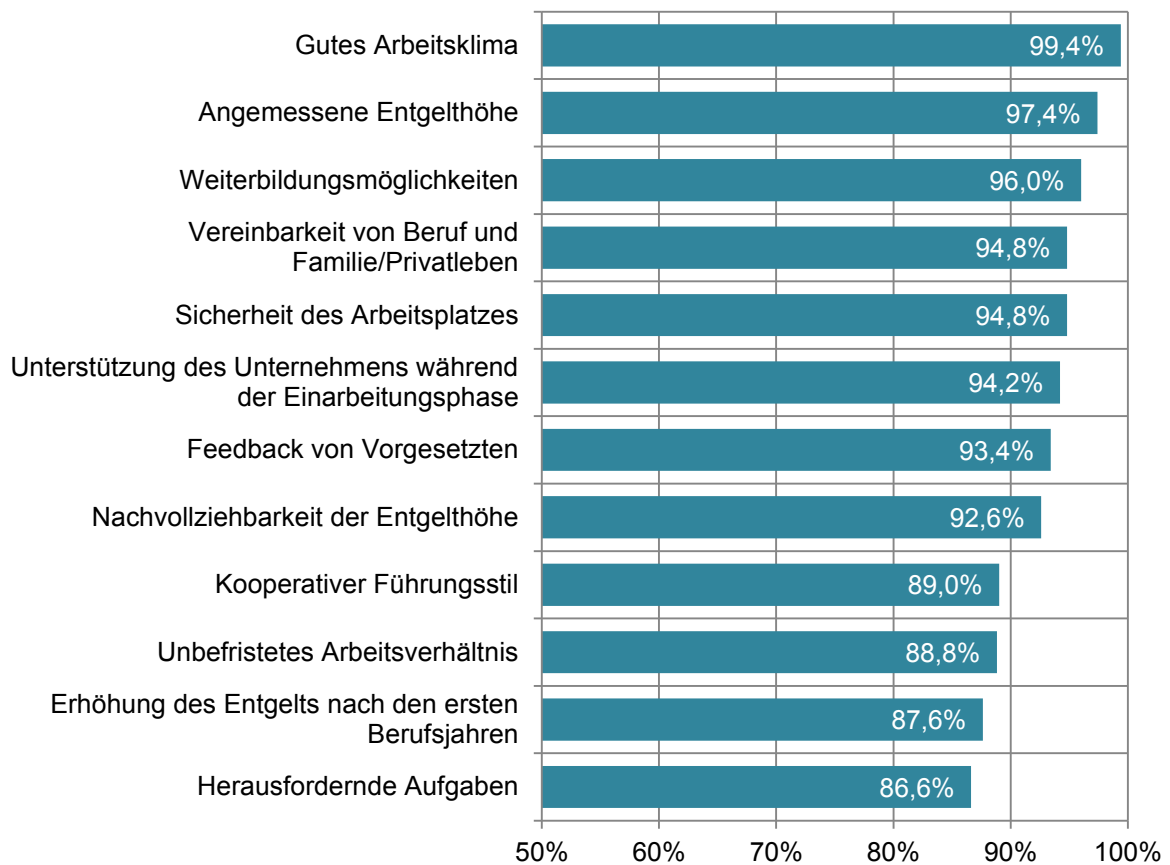


Abbildung 20: Top 12 Ranking – Erwartungen an den Berufseinstieg 2014 (Anteil „wichtig“ und „sehr wichtig“)

4 Erwartungen von Studentinnen und Studenten (Geschlecht)

Nachfolgend werden die Ergebnisse der Erhebung getrennt nach Geschlecht ausgewertet und dargestellt.

4.1 Erwartungen an das Unternehmensprofil

In diesem Punkt werden zunächst zusammenfassend die unterschiedlichen Erwartungen von Studentinnen und Studenten zu folgenden Merkmalen dargestellt:

- a) Unternehmensgröße
- b) Branche
- c) Standort
- d) Grund für die Region
- e) Gehalt
- f) Weitere unternehmensbezogene Merkmale

a) Unternehmensgröße

Hinsichtlich der Unternehmensgröße unterscheiden sich die Antworten zwischen Studentinnen und Studenten kaum, d.h. beim Berufseinstieg ist die Größe des Arbeitgebers für die meisten Befragten beider Geschlechter nicht relevant. Etwas wichtiger sind für weibliche Befragte Unternehmen mit 21 bis 50 Beschäftigten sowie mit 51 bis 100 Beschäftigten. Dagegen bevorzugen etwas mehr Studenten Unternehmen mit mehr als 500 Beschäftigten (vgl. Abb. 21).

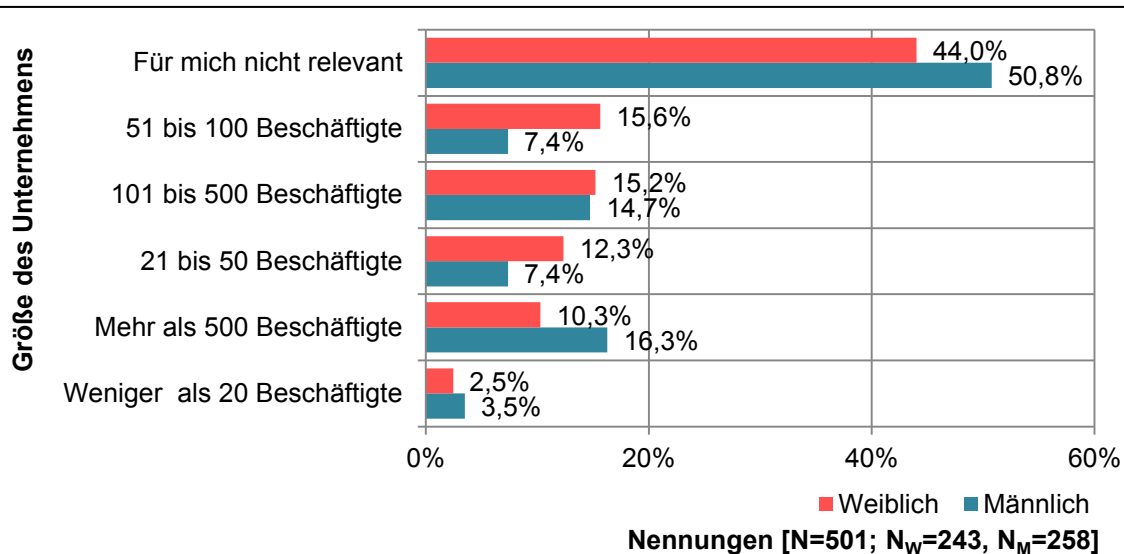


Abbildung 21: Größe des Unternehmens (Geschlecht)

b) Branche

Die bevorzugten Branchen der befragten Studenten sind der Automobilbau und die Automobilzulieferindustrie. Zudem sind Technologieunternehmen, Maschinenbau und Elektrotechnik als bevorzugte Branchen am häufigsten genannt worden. Die weiblichen Befragten nennen als bevorzugte Branchen das Gesundheits- und Sozialwesen, den Automobilbau, Personaldienstleistungen, die Automobilindustrie und den Handel (vgl. Abb. 22).

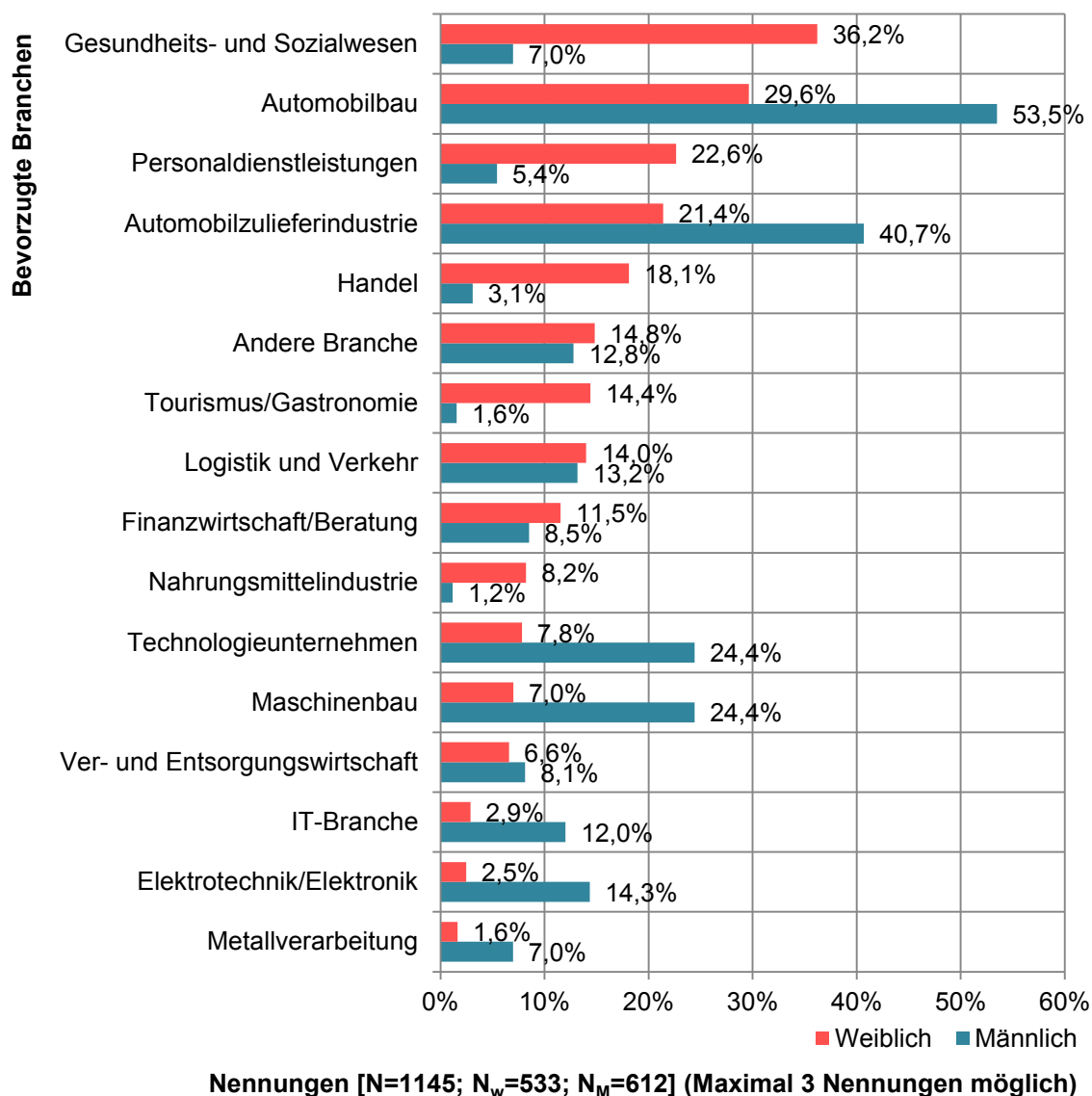


Abbildung 22: Bevorzugte Branchen Studierender (Geschlecht)

c) Standort

Der bevorzugte Standort des ersten Arbeitgebers der Befragungsteilnehmer ist Mitteldeutschland bzw. die Region Westsachsen. Hier ergeben sich nur minimale Unterschiede zwischen den Geschlechtern. Für die befragten Studentinnen ist etwas häufiger auch ein Arbeitgeber außerhalb Deutschlands, sogar außerhalb der EU interessant. Jeder fünfte männliche Befragte ist hinsichtlich des Standortes eher flexibel und wählt seinen ersten Arbeitgeber unabhängig vom Standort aus (vgl. Abb. 23).

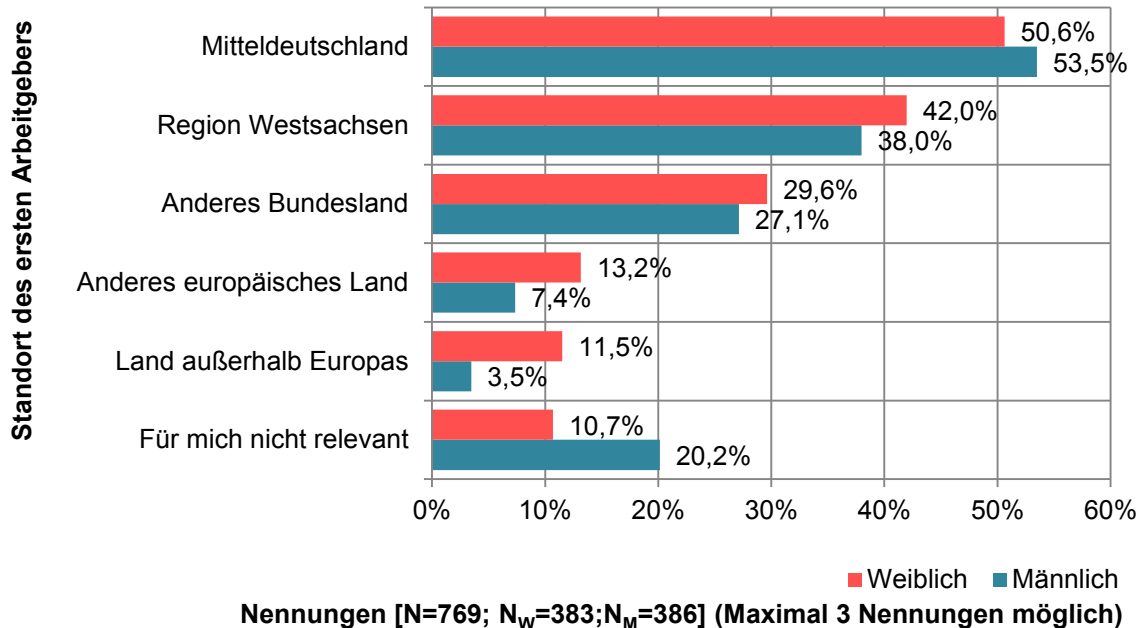


Abbildung 23: Standort des ersten Arbeitgebers (Geschlecht)

d) Grund für die Region

Der wichtigste Grund der Teilnehmerinnen, sich für die Region Westsachsen zu entscheiden, ist ein sozialer Grund (Freunde, Familie). Männliche Befragte sehen die regionale Verbundenheit vordergründig als wichtigsten Grund (vgl. Abb. 24).

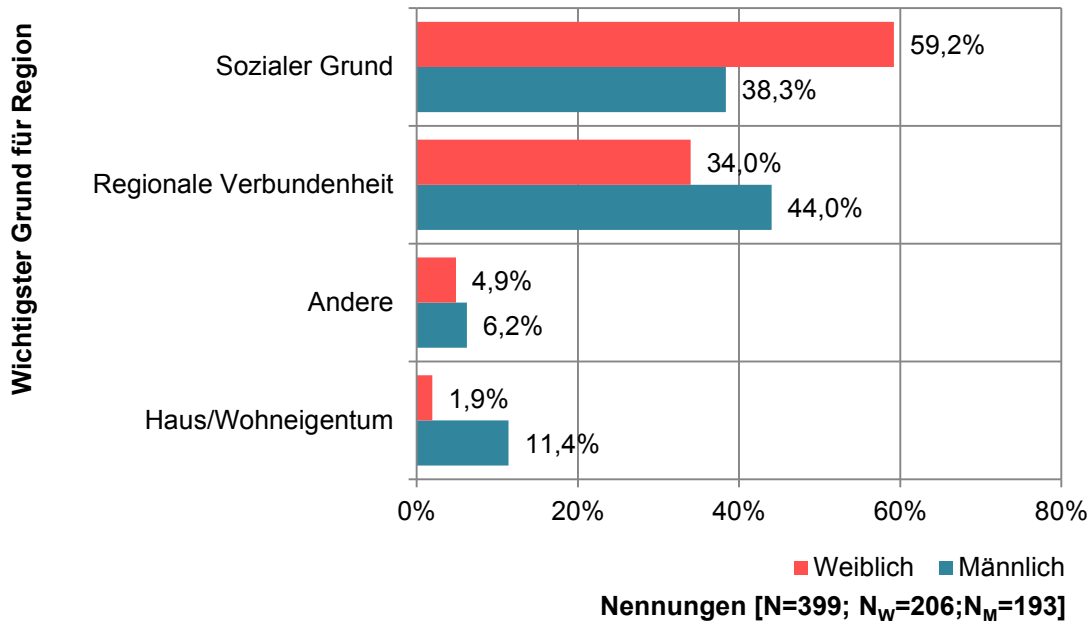
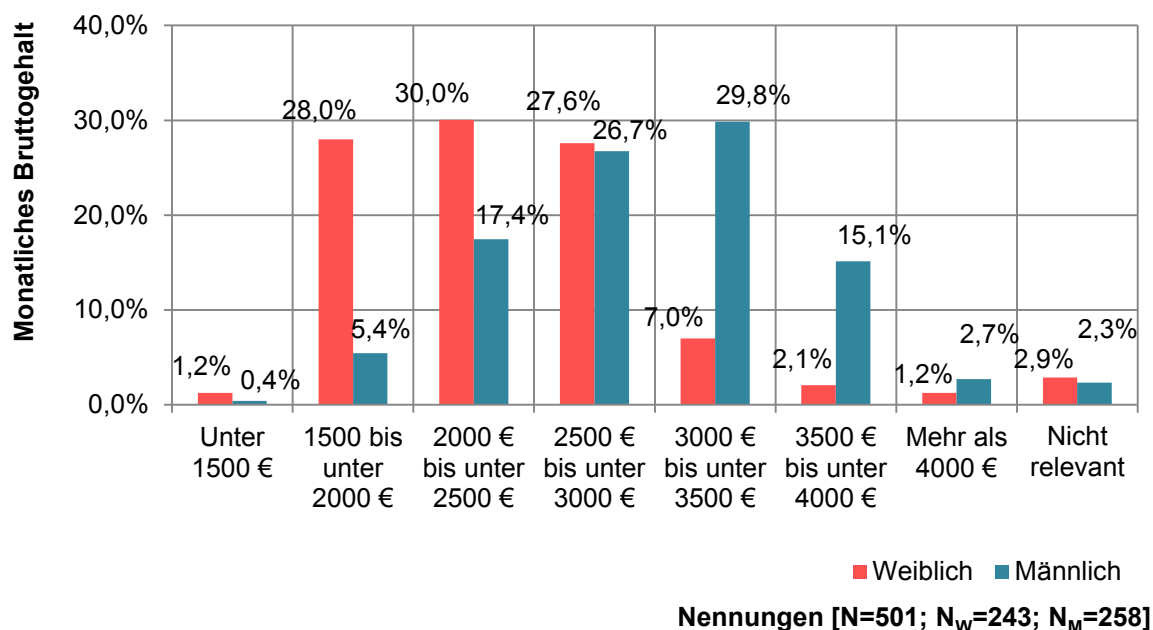


Abbildung 24: Wichtigster Grund für die Region Westsachsen (Geschlecht)

e) Gehalt

Hinsichtlich des monatlichen Bruttogehalts unterscheiden sich die Erwartungen zwischen weiblichen und männlichen Befragten wesentlich. Über 85 Prozent der Studentinnen erwarten ein monatliches Bruttogehalt zwischen 1500 bis unter 3000 Euro. Etwa 89 Prozent der befragten Studenten hingegen erwarten ein monatliches Bruttogehalt in Höhe zwischen 2000 bis 4000 Euro, davon erwartet fast ein Drittel die Gehalthöhe zwischen 3000 und 3500 Euro. Die männlichen Teilnehmer haben demnach höhere Erwartungen an das monatliche Bruttogehalt des ersten Arbeitgebers (vgl. Abb 25).



26

Abbildung 25: Monatliches Bruttogehalt (Geschlecht)

f) Unternehmensbezogene Merkmale

Sowohl den weiblichen als auch den männlichen Befragten ist die Attraktivität des zukünftigen Unternehmens als Arbeitgeber „wichtig“ und „sehr wichtig“. Studentinnen ist außerdem das Engagement des Unternehmens für die Umwelt und die Region im Vergleich zu männlichen Befragten wichtiger. Für die befragten Studenten ist die Entwicklung und Herstellung innovativer Produkte und Leistungen wichtiger. Weniger wichtig sind beiden Gruppen eine internationale

Geschäftstätigkeit des ersten Arbeitgebers sowie die Bekanntheit der Produkte und Leistungen des Unternehmens (vgl. Abb. 26 und 27).

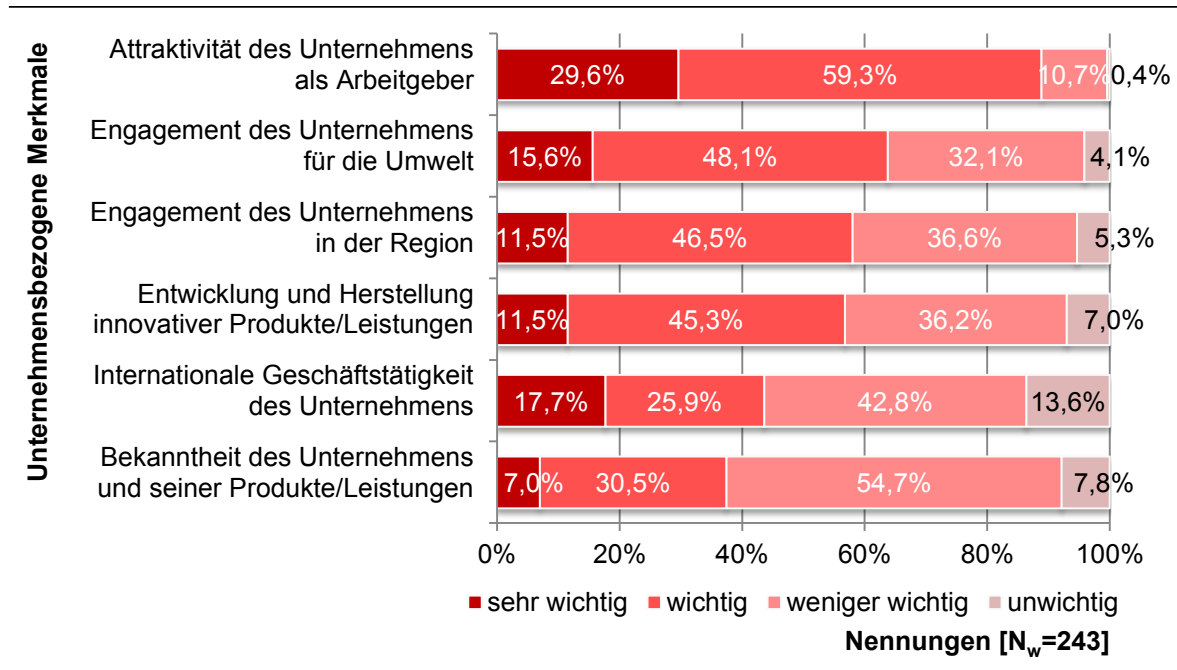


Abbildung 26: Unternehmensbezogene Merkmale (Weibliche Befragte)

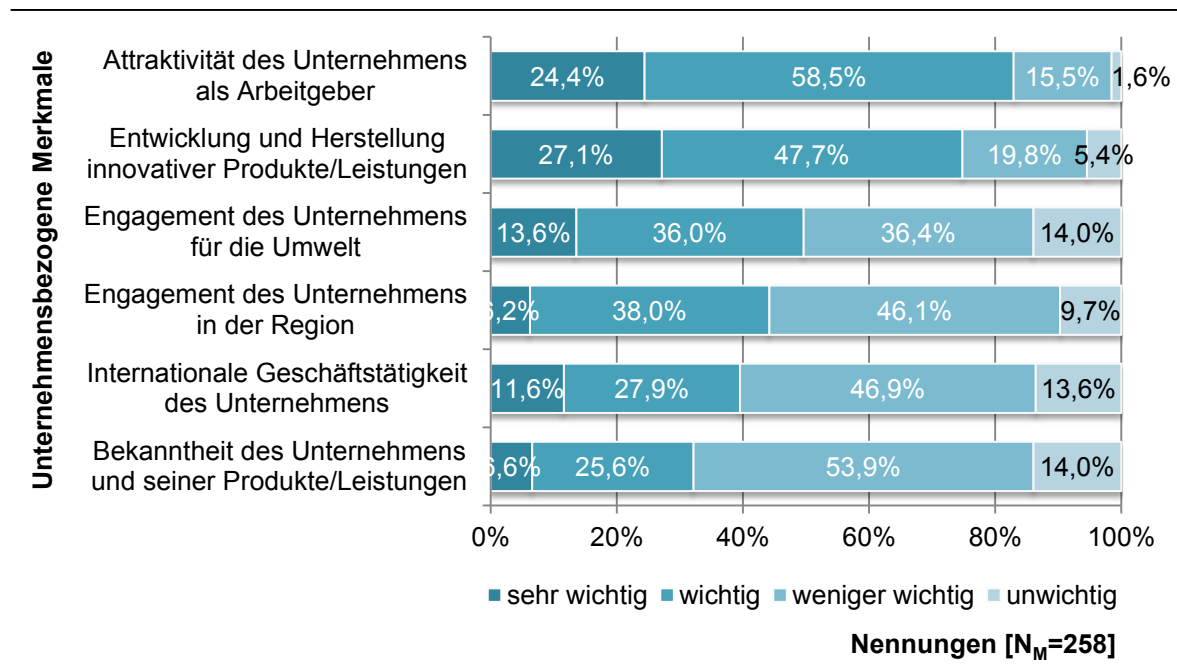
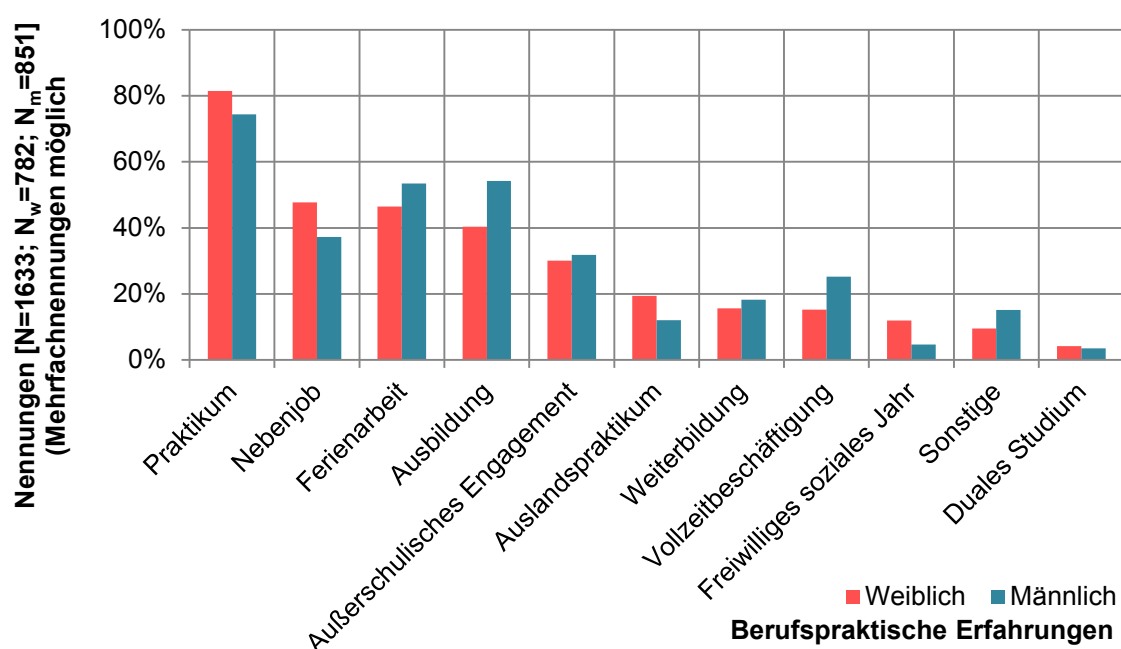


Abbildung 27: Unternehmensbezogene Merkmale (Männliche Befragte)

4.2 Berufsorientierung zum Zeitpunkt des Studiums

4.2.1 Bisherige berufspraktische Erfahrungen

Die befragten Studierenden der WHZ haben zu etwa gleichen Anteilen mit jeweils fast 82 Prozent bereits ein Praktikum absolviert. Der weibliche Anteil hat dabei etwas mehr Erfahrungen aufgrund eines Nebenjobs oder eines Auslandspraktikums. Über die Hälfte der männlichen Befragten kann auf eine Ausbildung verweisen. Zudem haben die männlichen Befragten etwas mehr berufspraktische Erfahrungen mit Ferienarbeit gesammelt (vgl. Abb. 28).



28

Abbildung 28: Berufspraktische Erfahrungen Studierender (Geschlecht)

4.2.2 Stellensuche für Praktika und Abschlussarbeiten

Bei der Informationssuche zu Stellen für ein Praktikum und/oder eine Abschlussarbeit ergibt sich zwischen weiblichen und männlichen Befragten kaum ein Unterschied. Die Webseite des Unternehmens, Freunde und Bekannte, sowie Online-Jobbörsen werden von den Studierenden bevorzugt genutzt. Lediglich die ZWIK nimmt bei männlichen Befragten als Informationsquelle einen etwas höheren Stellenwert ein. Es ergeben sich geringe Unterschiede bei der

Informationssuche durch Fachzeitschriften und bereits bestehende Kontakte. Zudem nutzte der weibliche Anteil der Studierenden etwas mehr die Agentur für Arbeit sowie Social Networks als Informationsquelle für ein Praktika oder eine Abschlussarbeit (vgl. Abb. 29).

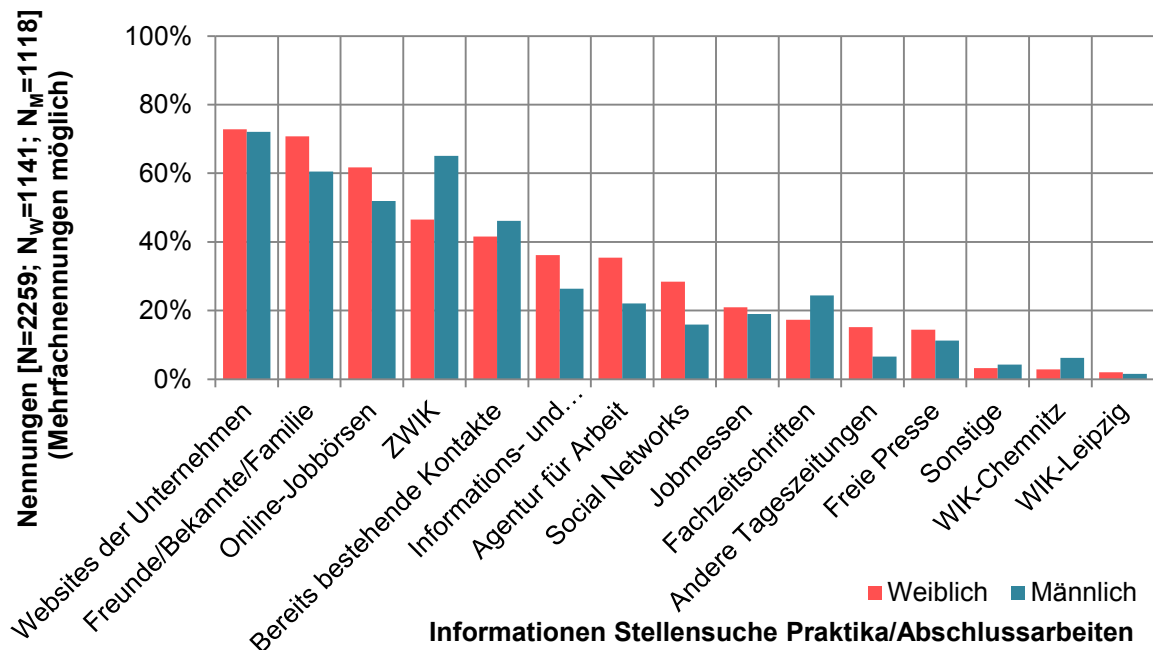


Abbildung 29: Stellensuche für Praktika und Abschlussarbeiten (Geschlecht)

4.2.3 Stellensuche für Berufseinstieg

Weiblichen und männlichen Studierenden der WHZ sind in etwa gleichem Maße als Informationsquellen für den ersten Arbeitgeber die Websites der Unternehmen, Online-Jobbörsen sowie Freunde/ Bekannte/Familie wichtig. Der männliche Anteil nutzt zudem die ZWIK und bereits bestehende Kontakte als Informationsquelle etwas häufiger. Der weibliche Anteil nutzt die Angebote der Agentur für Arbeit sowie Informations- und Beratungsmöglichkeiten der WHZ etwas häufiger (vgl. Abb. 30).

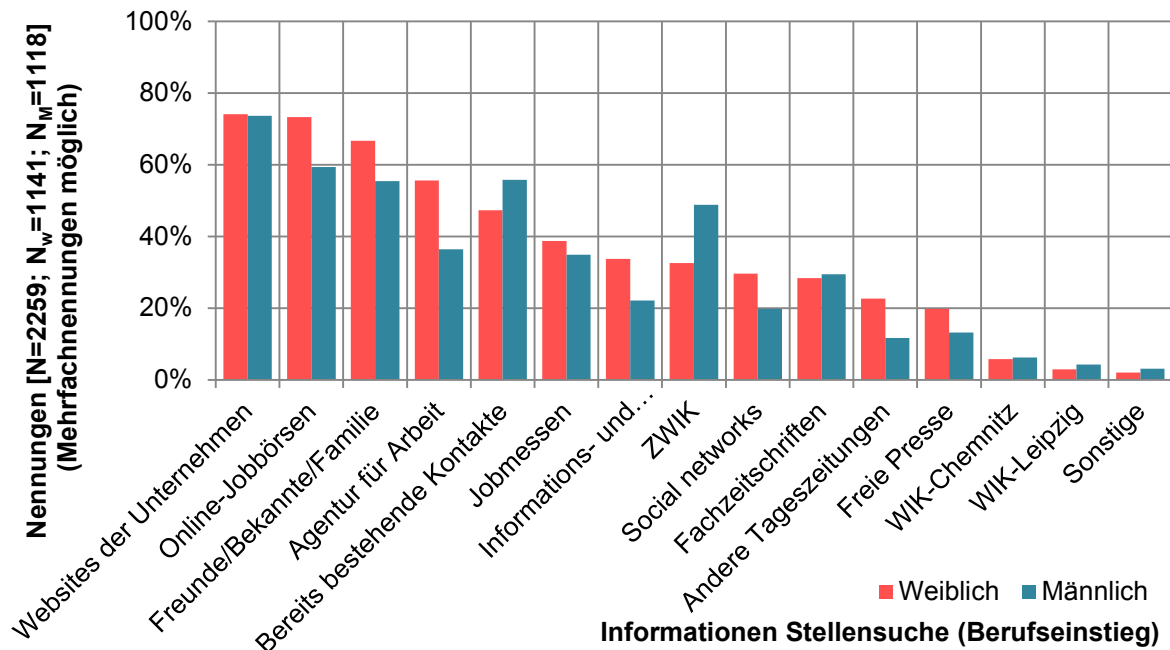


Abbildung 30: Stellensuche für Berufseinstieg (Geschlecht)

4.3 Erwartungen an die Arbeitstätigkeit und -bedingungen

4.3.1 Aufgabe/Tätigkeit

Weiblichen und männlichen Studierenden sind vor allem herausfordernde, kreative Aufgaben, für die sie Verantwortung übernehmen können „wichtig“ und „sehr wichtig“. Unterschiede bestehen vor allem hinsichtlich der Erwartung „Geregelte Arbeitszeiten“. Weibliche Studierende erwarten häufiger (zu fast 80 Prozent) als Studenten von ihrem ersten Arbeitgeber geregelte Arbeitszeiten. Beiden Befragtengruppen sind die Übernahme von Führungsverantwortung und internationale Einsatzmöglichkeiten weniger wichtig (vgl. Abb. 31 und 32).

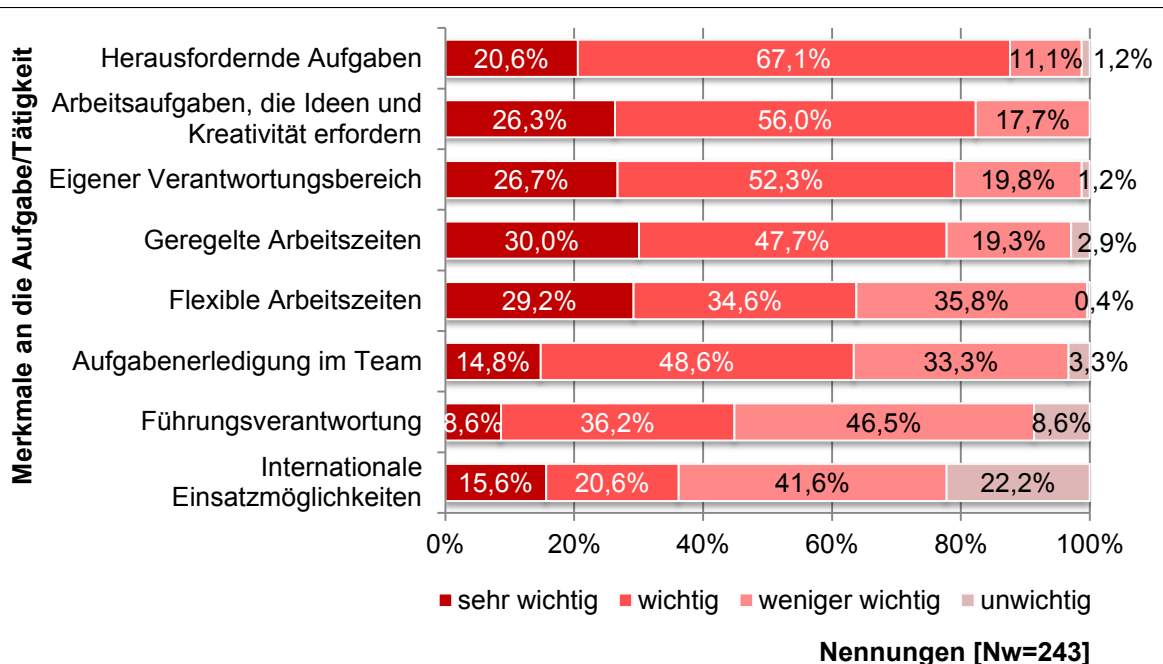


Abbildung 31: Erwartungen an die Aufgabe/Tätigkeit (Weibliche Befragte)

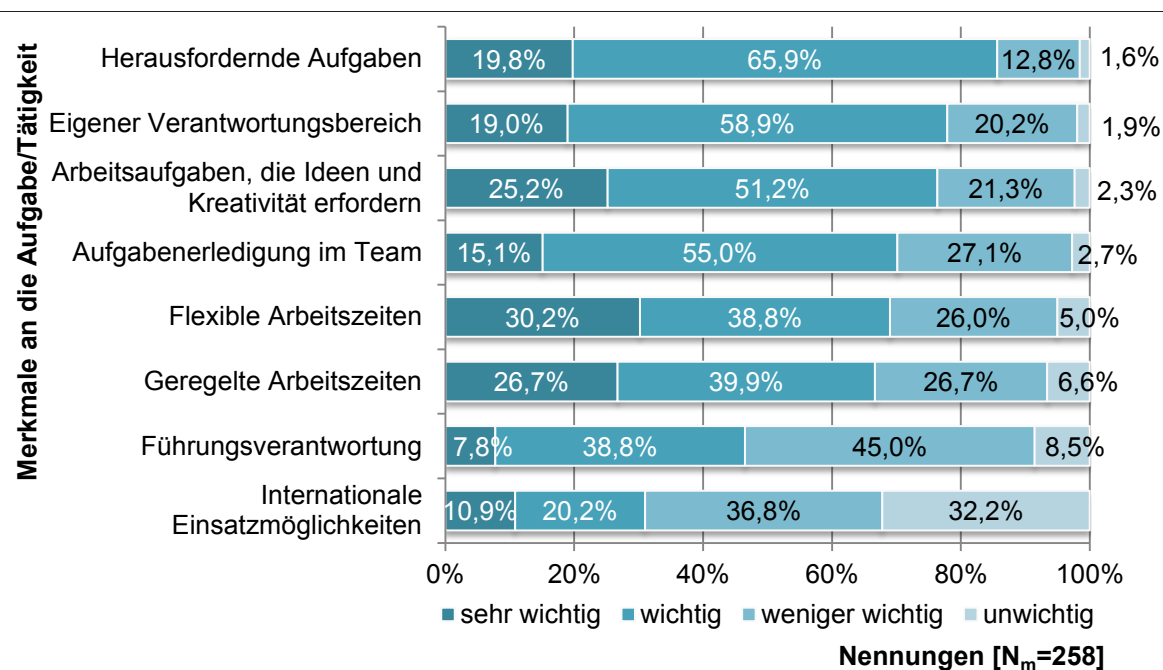


Abbildung 32: Erwartungen an die Aufgabe/Tätigkeit (Männliche Befragte)

4.3.2 Rahmenbedingungen der Arbeit

Die Rahmenbedingungen der Arbeit beim künftigen Arbeitgeber sind weiblichen und männlichen Befragungsteilnehmern in besonderem Maße „wichtig“ und „sehr wichtig“. Den befragten Studentinnen ist die Sicherheit des Arbeitsplatzes etwas wichtiger. Zudem wird ein gutes Arbeitsklima zu 100 Prozent von weiblichen Studierenden als „wichtig“ und „sehr wichtig“ bewertet. Weiterhin ist ein kooperativer Führungsstil als auch ein unbefristetes Arbeitsverhältnis den weiblichen Befragten etwas wichtiger. Lediglich die Möglichkeit im Home-Office zu arbeiten, wird sowohl von Studentinnen als auch von Studenten als „weniger wichtig“ bzw. „unwichtig“ beurteilt (vgl. Abb. 33 und 34).

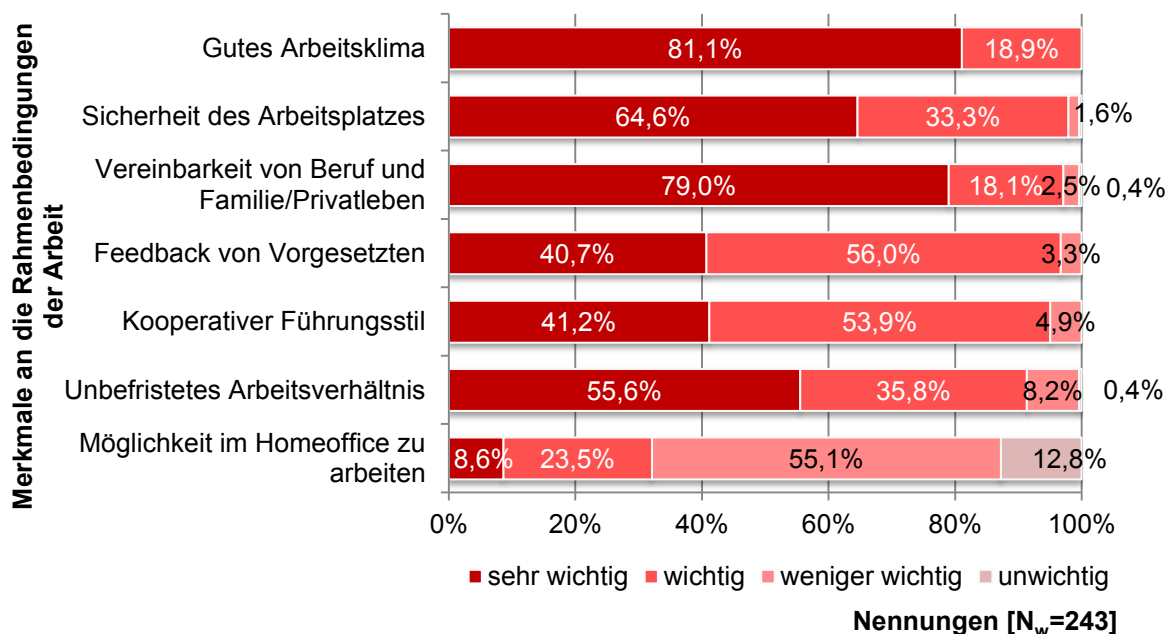


Abbildung 33: Erwartungen an die Rahmenbedingungen der Arbeit (Weibliche Befragte)

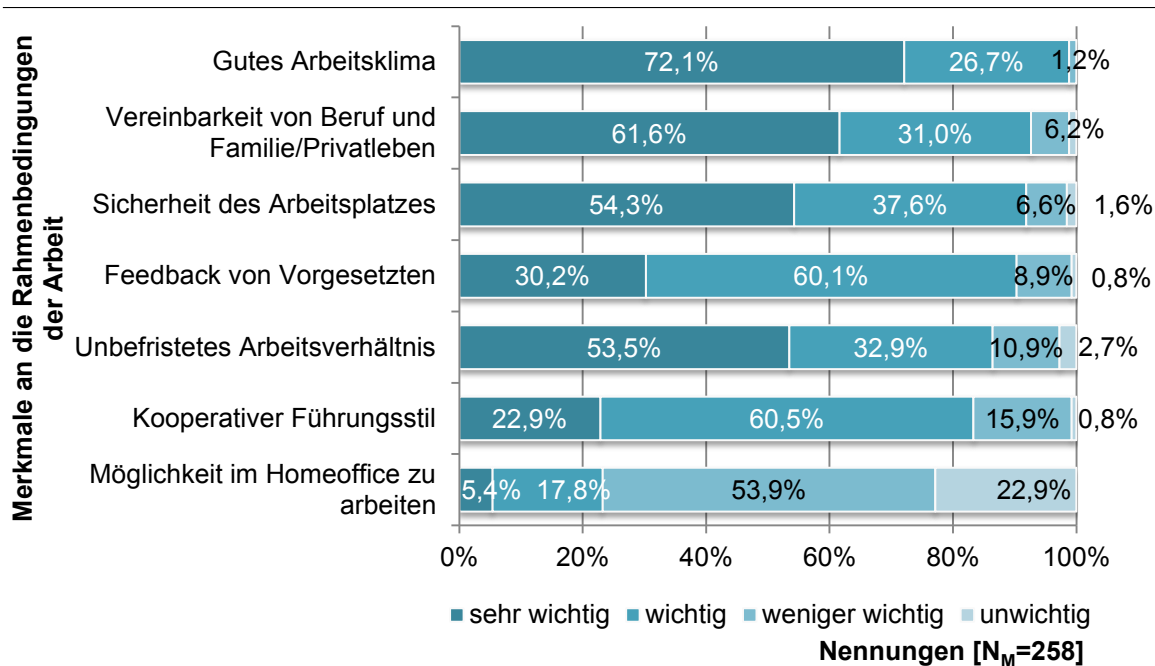


Abbildung 34: Erwartungen an die Rahmenbedingungen der Arbeit (Männliche Befragte)

4.3.3 Persönliche Entwicklungsmöglichkeiten

Weiterbildungsmöglichkeiten, die Unterstützung des Unternehmens während der Einarbeitungsphase und Projektarbeit sind sowohl weiblichen als auch männlichen Studierenden der WHZ „wichtig“ und „sehr wichtig“. Weibliche Studierende erwarten im Vergleich zu männlichen Studierenden etwas häufiger Aufstiegsmöglichkeiten in eine Managementposition, sind jedoch weniger an einer Übernahme der Leitung von Projekten interessiert. Traineeprogramme werden im Vergleich zu anderen Maßnahmen weniger als Entwicklungsmöglichkeit gesehen (vgl. Abb. 35 und 36).

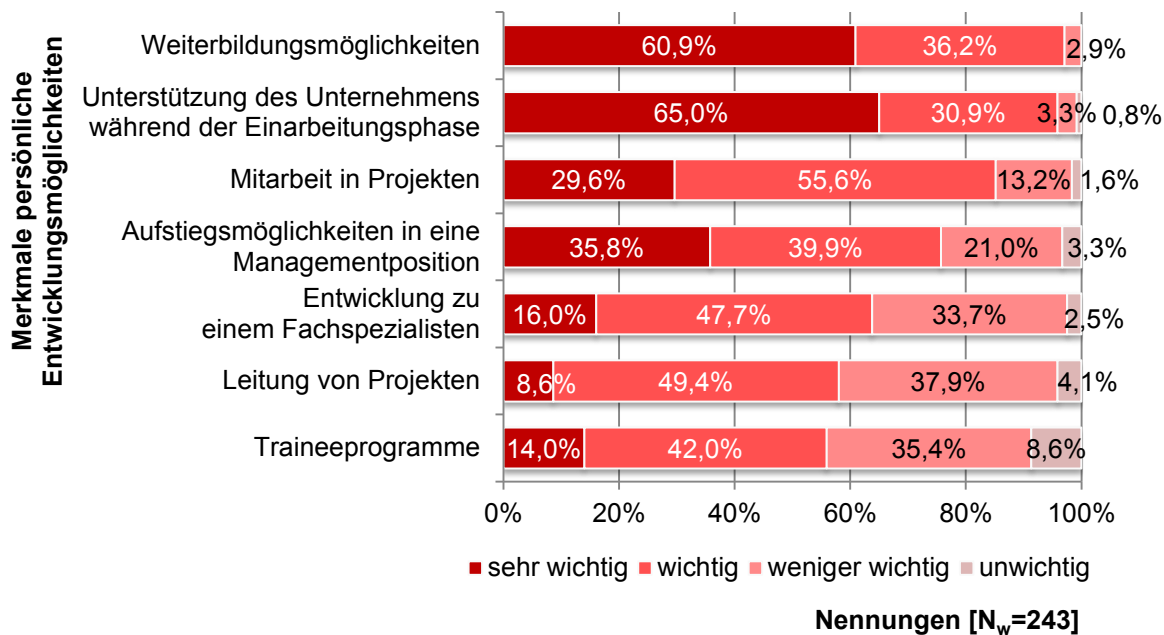


Abbildung 35: Erwartungen an persönliche Entwicklungsmöglichkeiten (Weibliche Befragte)

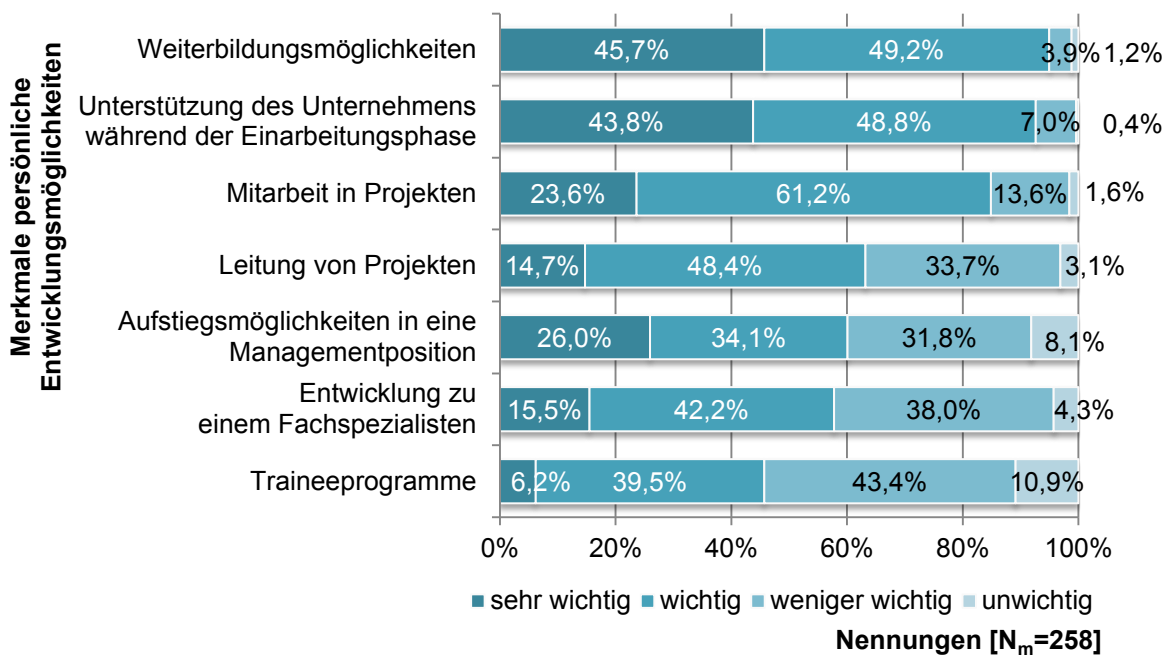


Abbildung 36: Erwartungen an persönliche Entwicklungsmöglichkeiten (Männliche Befragte)

4.3.4 Entgeltgestaltung und Zusatzleistungen

Weiblichen und männlichen Befragten sind gleichermaßen ein angemessenes Entgelt, die Nachvollziehbarkeit des Entgelts sowie die Erhöhung des Entgelts nach den ersten Berufsjahren „wichtig und „sehr wichtig“. Für die weiblichen Befragten sind die Gesundheitsvorsorge sowie die Kinderbetreuung etwas wichtiger. Die männlichen Befragten sehen eine angemessene Erfolgsbeteiligung als etwas wichtiger an (Abb. 37).

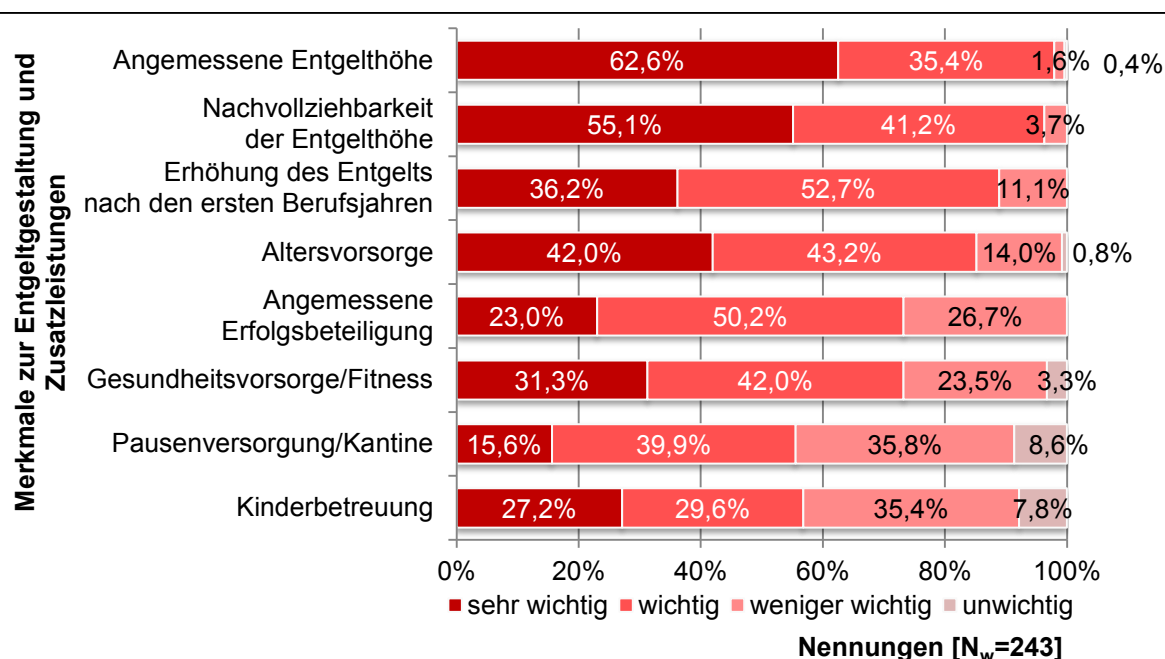


Abbildung 37: Erwartungen zur Entgeltgestaltung und Zusatzleistungen (Weibliche Befragte)

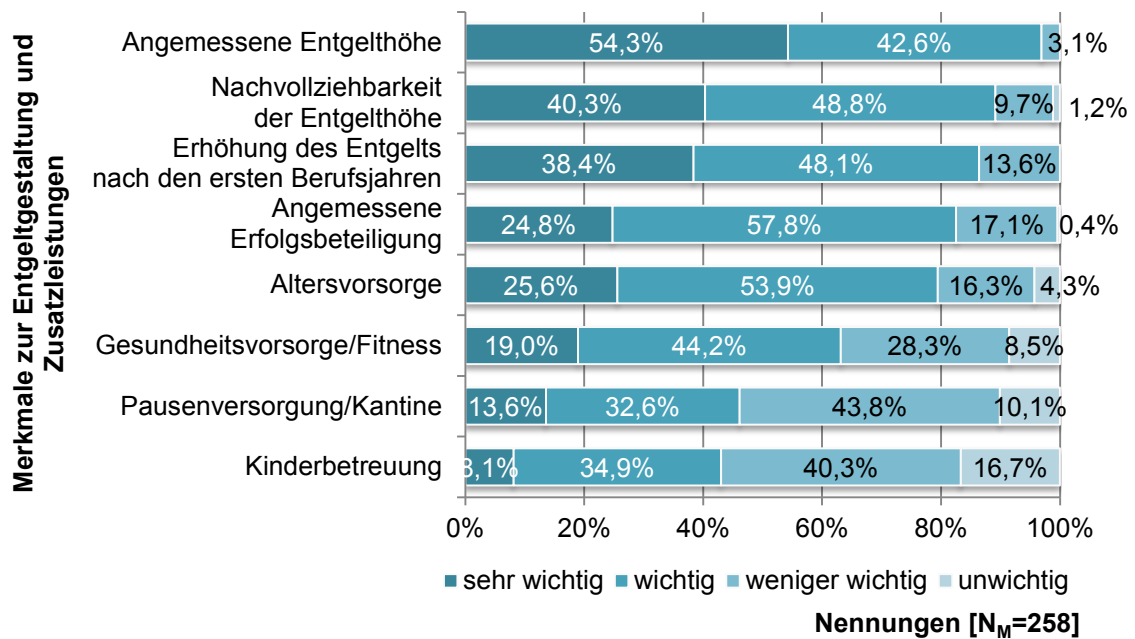


Abbildung 38: Erwartungen zur Entgeltgestaltung und Zusatzleistungen (Männliche Befragte)

4.4 Zusammenfassung der wichtigsten Unterschiede (Geschlecht)

Hinsichtlich der in Pkt. 3.4.1 genannten wichtigsten Erwartungen unterscheiden sich die Bewertungen zwischen Studentinnen und Studenten kaum. Unterschiede ergeben sich lediglich hinsichtlich eines kooperativen Führungsstils und der Mitarbeit in Projekten: bei weiblichen Befragten gehört kooperative Führung zu den 12 wichtigsten Erwartungen, bei männlichen Studierenden die Mitarbeit in Projekten (vgl. Abb. 39 und 40).

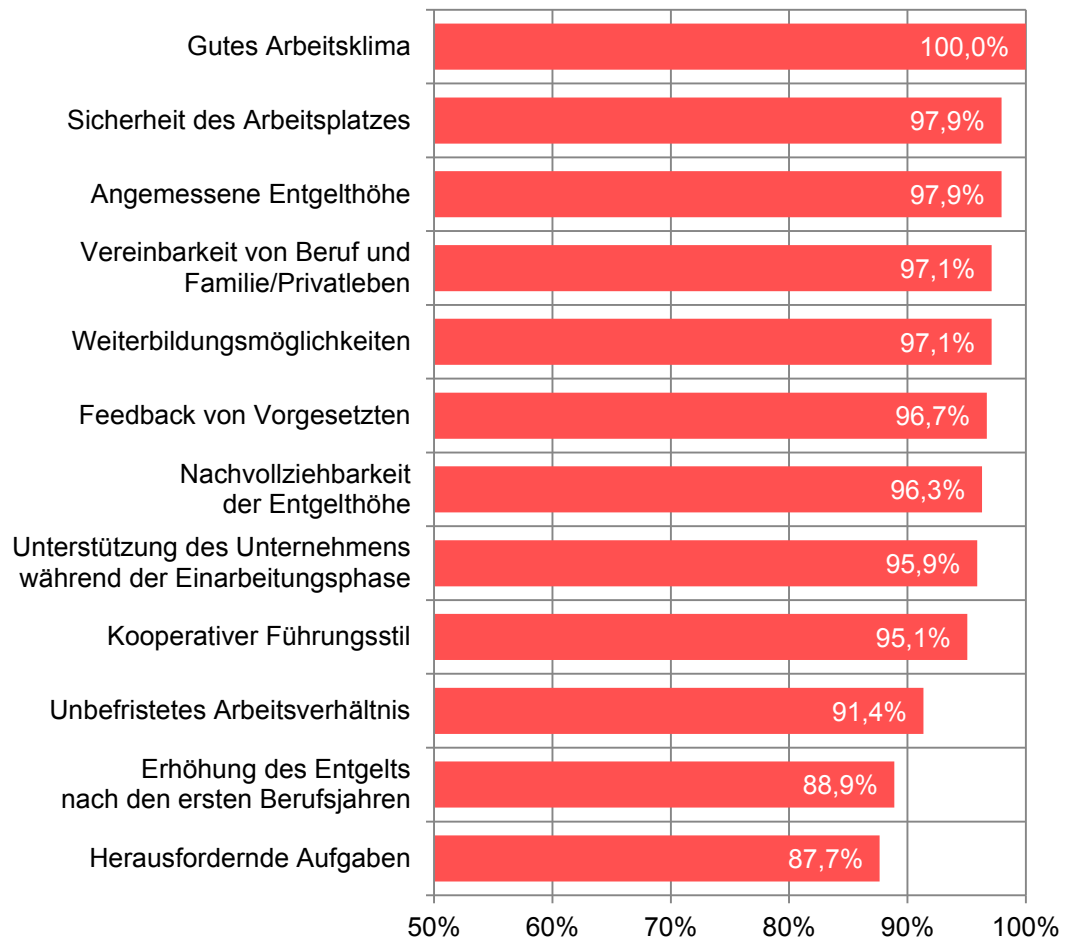


Abbildung 39: Top 12 Ranking - Erwartungen an den Berufseinstieg 2014 (Weibliche Befragte)

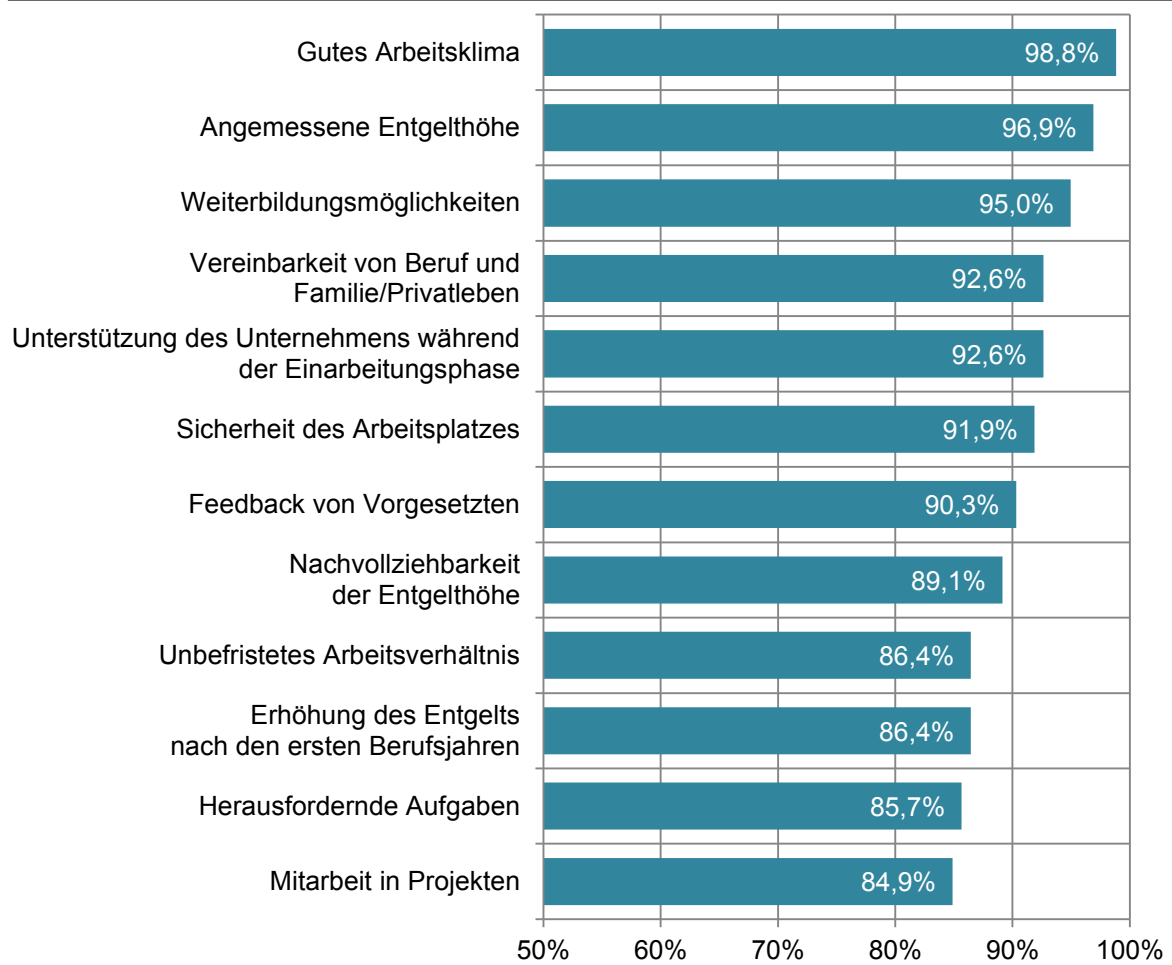


Abbildung 40: Top 12 Ranking - Erwartungen an den Berufseinstieg 2014 (Männliche Befragte)

5 Erwartungen von Studierenden in MINT- und KSW-Studiengängen

5.1 Erwartungen an das Unternehmensprofil

In diesem Punkt werden zunächst zusammenfassend die unterschiedlichen Erwartungen der befragten Studierenden der MINT- und KSW-Studiengänge zu folgenden Merkmalen dargestellt:

- a) Unternehmensgröße
- b) Branche
- c) Standort
- d) Grund für die Region
- e) Gehalt
- f) Weitere unternehmensbezogene Merkmale

a) Unternehmensgröße

Differenziert nach MINT/KSW-Studiengängen ergeben sich hinsichtlich der Unternehmensgröße kaum Unterschiede. Für etwa die Hälfte beider Befragtengruppen ist die Unternehmensgröße nicht relevant. Etwa 16 Prozent der MINT-Studierenden bevorzugen ein Unternehmen mit einer Unternehmensgröße mit mehr als 500 Beschäftigten, Befragten der KSW-Studiengänge suchen dagegen nach dem Studium auch Unternehmen mit einer Beschäftigtenzahl zwischen 51 und 500 bzw. sehr kleine Unternehmen mit 21 bis 50 Beschäftigten (vgl. Abb.41).

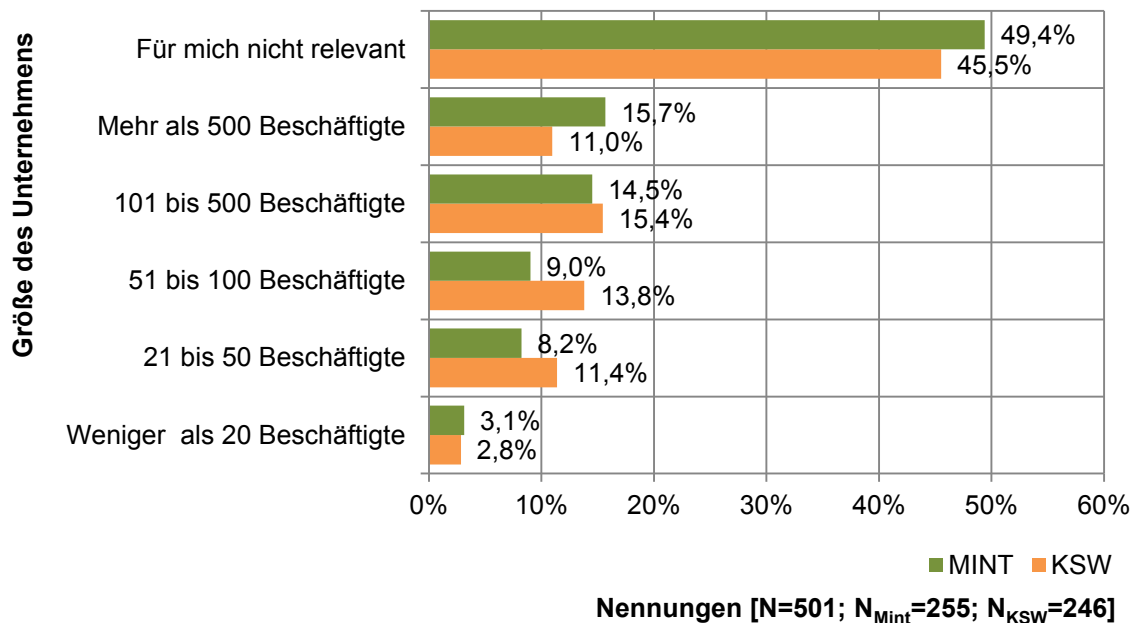


Abbildung 41: Größe des Unternehmens (MINT/KSW)

b) Branche

Fast 60 Prozent der MINT-Studierenden bevorzugen den Automobilbau als Branche. Fast die Hälfte der MINT-Studierenden kann sich weiterhin die Automobilzuliefererindustrie als Branche vorstellen. Der Maschinenbau, Technologieunternehmen und Elektronik sind weitere gefragte Branchen MINT-Studierender. KSW-Studierende bevorzugen eher das Gesundheits- und Sozialwesen. Weiterhin sind für KSW-Studierende Branchen wie Personaldienstleistungen, Handel, Finanzwirtschaft/Beratung, Tourismus aber auch der Automobilbau bevorzugte Branchen (vgl. Abb. 42).

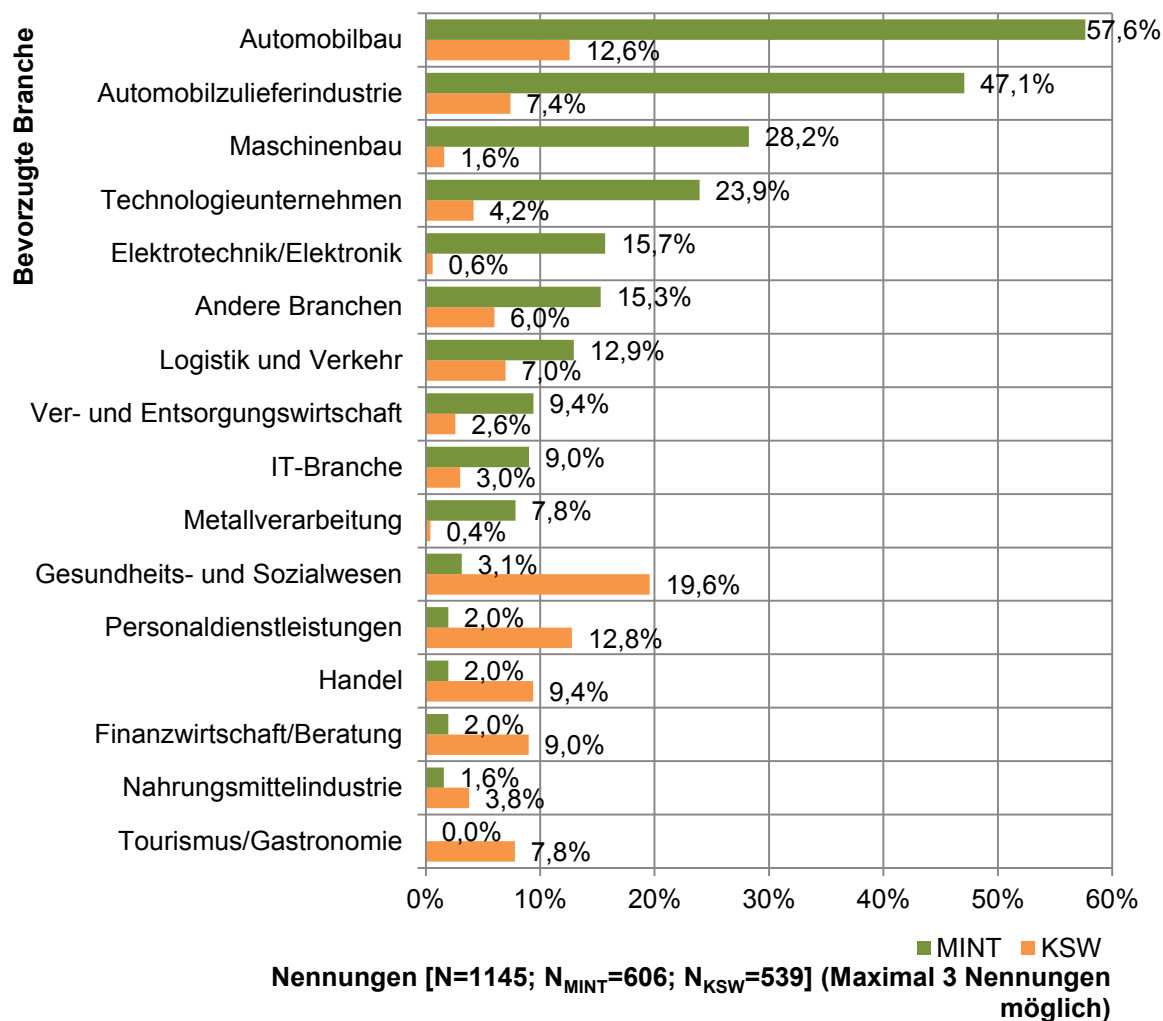


Abbildung 42: Bevorzugte Branchen der Studierenden (MINT/KSW)

c) Standort

Über die Hälfte der MINT-Befragten bevorzugt die Region Mitteldeutschland als Standort des ersten Arbeitgebers. Über ein Drittel kann sich als Standort die Region Westsachsen vorstellen. Für über 17 Prozent der MINT-Studierenden ist der Standort nicht relevant. KSW-Studierende bevorzugen mit über 40 Prozent etwas mehr ihren ersten Arbeitgeber in der Region Westsachsen zu suchen. Mit fast 15 Prozent sehen KSW-Studierende auch potentiell einen Arbeitgeber in einem anderen europäischen Land, über 10 Prozent sogar außerhalb Europas (vgl. Abb. 43).

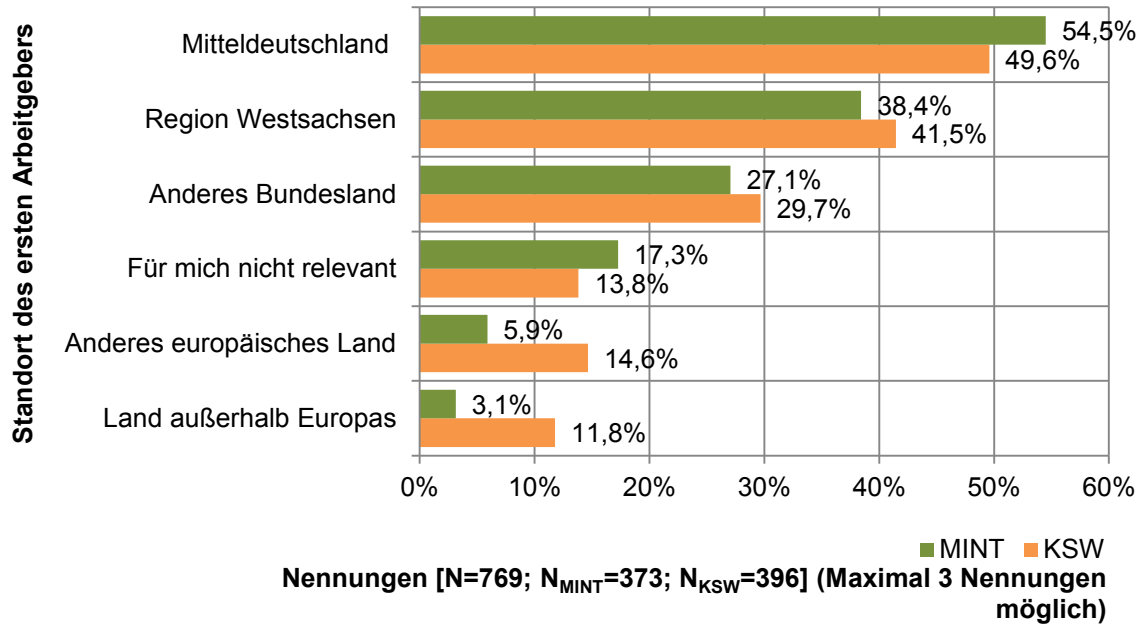


Abbildung 43: Standort des ersten Arbeitgebers (MINT/KSW)

d) Grund für die Region

MINT-Studierende sehen eine regionale Verbundenheit als wichtigsten Grund für die Region an. Für KSW-Studierende ist ein sozialer Grund (Freunde, Familie) für den Verbleib in der Region vordergründig.

42

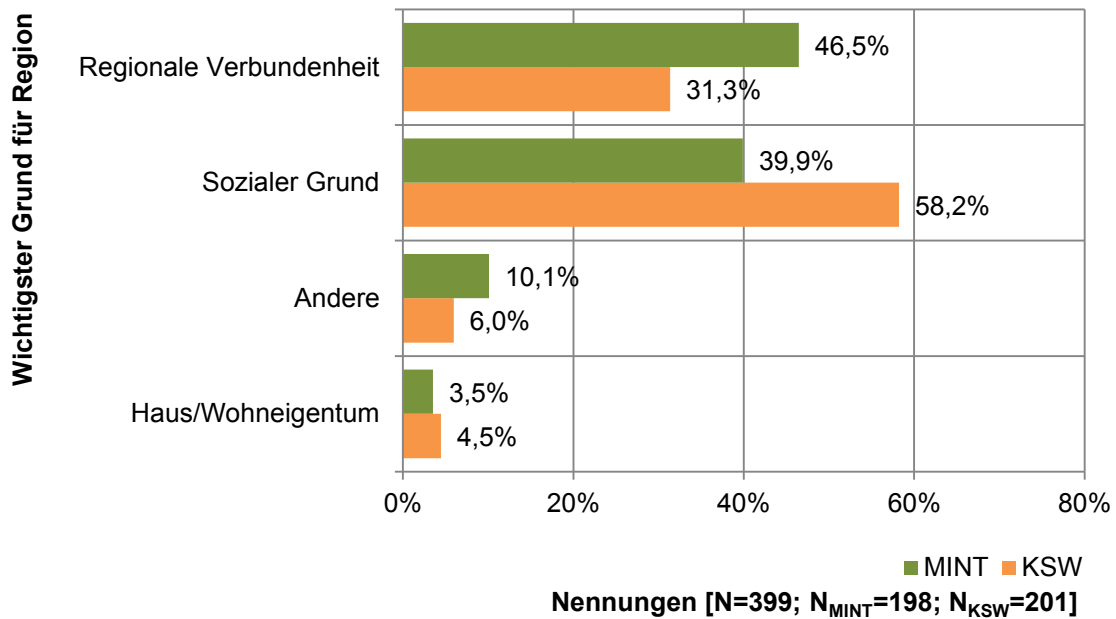
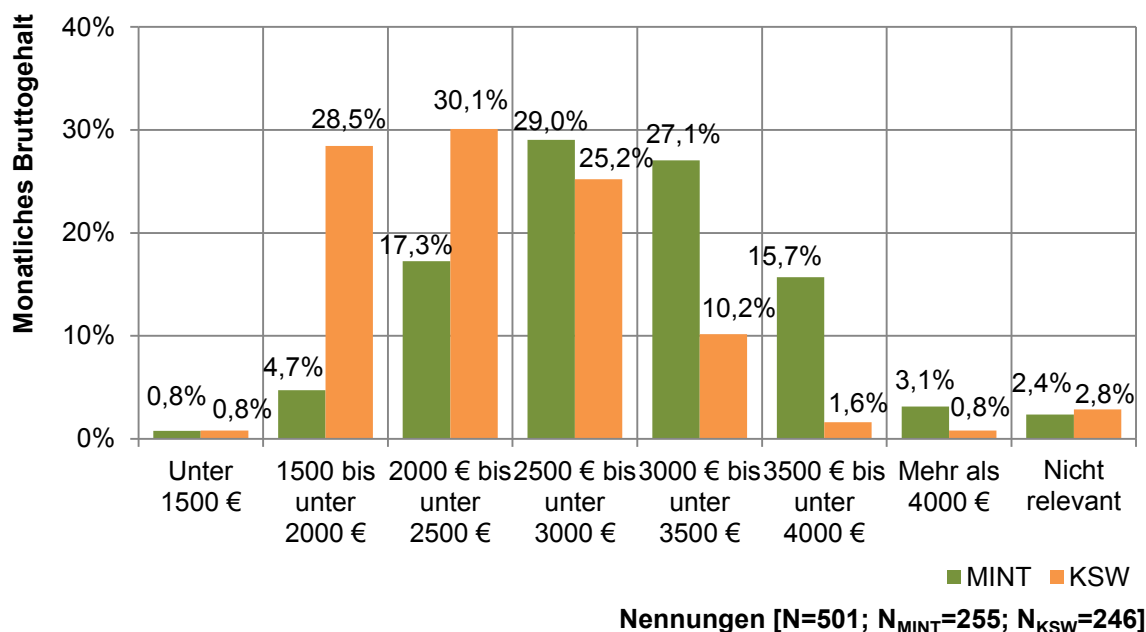


Abbildung 44: Wichtigster Grund für die Region Westsachsen (MINT/KSW)

e) Gehalt

Die Gehaltsvorstellungen unterscheiden sich zwischen Befragten der MINT- bzw. KSW-Studiengänge. Über zwei Drittel der MINT-Studierenden erwarten ein monatliches Bruttogehalt zwischen 2500 und 4000 Euro. Im Vergleich dazu erwarten über zwei Drittel KSW-Studierender ein monatliches Bruttogehalt zwischen 1500 und 3000 Euro (vgl. Abb. 45).



43

Abbildung 45: Monatliches Bruttogehalt (MINT/KSW)

f) Unternehmensbezogene Merkmale

Über 80 Prozent der befragten MINT- und KSW-Studierenden ist die Attraktivität der zukünftigen Unternehmen als Arbeitgeber „wichtig“ und „sehr wichtig“. Ein wesentlicher Unterschied zwischen beiden Gruppen bezieht sich auf die Entwicklung und Herstellung innovativer Produkte. MINT-Studierende erwarten dieses Merkmal stärker als KSW-Studierende. Alle weiteren unternehmensbezogenen Merkmale werden von beiden Gruppen nahezu gleich erwartet (vgl. Abb. 46 und 47).

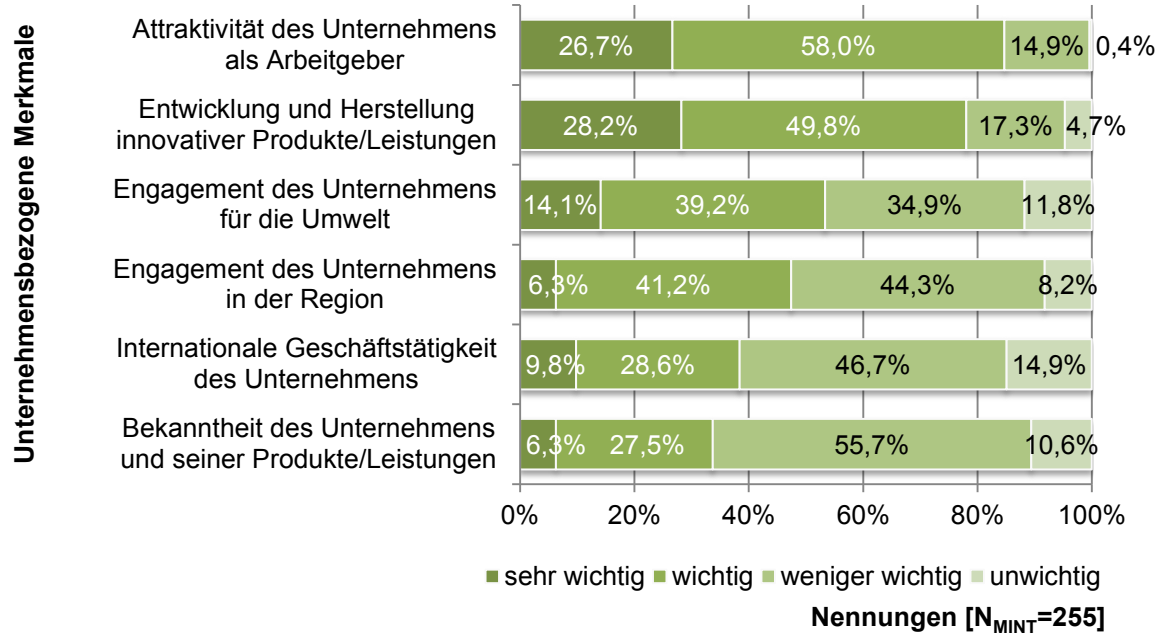


Abbildung 46: Unternehmensbezogene Merkmale (MINT)

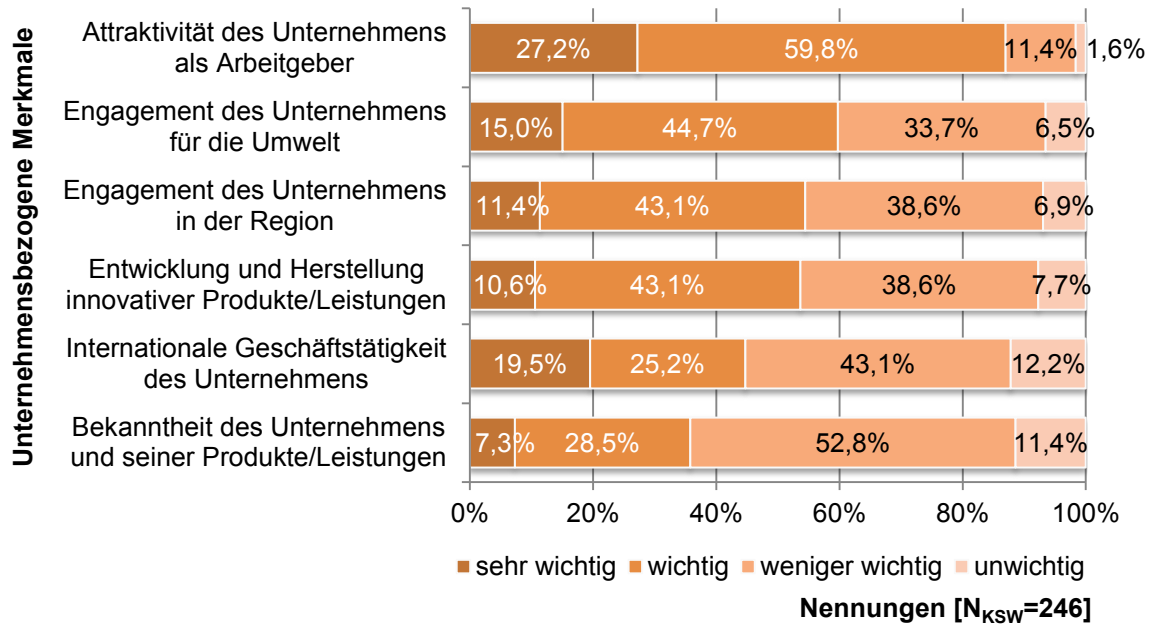
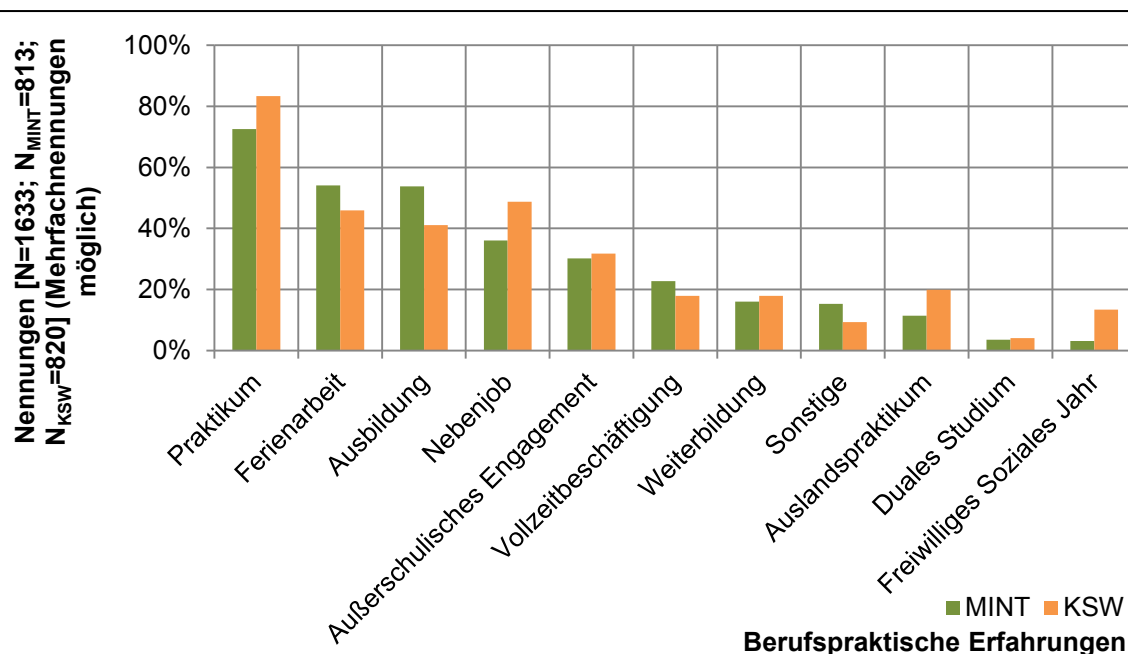


Abbildung 47: Unternehmensbezogene Merkmale (KSW)

5.2 Berufsorientierung zum Zeitpunkt des Studiums

5.2.1 Bisherige berufspraktische Erfahrungen

Bei beiden Gruppen ist das Praktikum die häufigste Form berufspraktischer Erfahrungen zum Zeitpunkt ihres Studiums. Im Vergleich haben MINT-Studierende der WHZ zum Zeitpunkt der Befragung mehr berufspraktische Erfahrungen durch eine Ausbildung und Ferienarbeit gesammelt. KSW-Studierende hingegen konnten mehr berufspraktische Erfahrungen durch ein Praktikum, einen Nebenjob oder ein freiwilliges soziales Jahr gewinnen (vgl. Abb. 48).



45

Abbildung 48: Berufspraktische Erfahrungen der Studierenden (MINT/KSW)

5.2.2 Stellensuche für Praktika und Abschlussarbeiten

Über zwei Drittel der MINT- und KSW-Studierenden der WHZ informieren sich auf der Webseite der Unternehmen zu einem möglichen Praktikum oder einer Abschlussarbeit. Darüber hinaus informieren sich wesentlich mehr MINT-Studierende als KSW-Studierende auf der ZWIK. KSW-Studierende informieren sich im Vergleich zu den MINT-Studierenden mehr durch Online-Jobbörsen, die Agentur für Arbeit und Social Networks (vgl. Abb. 49).

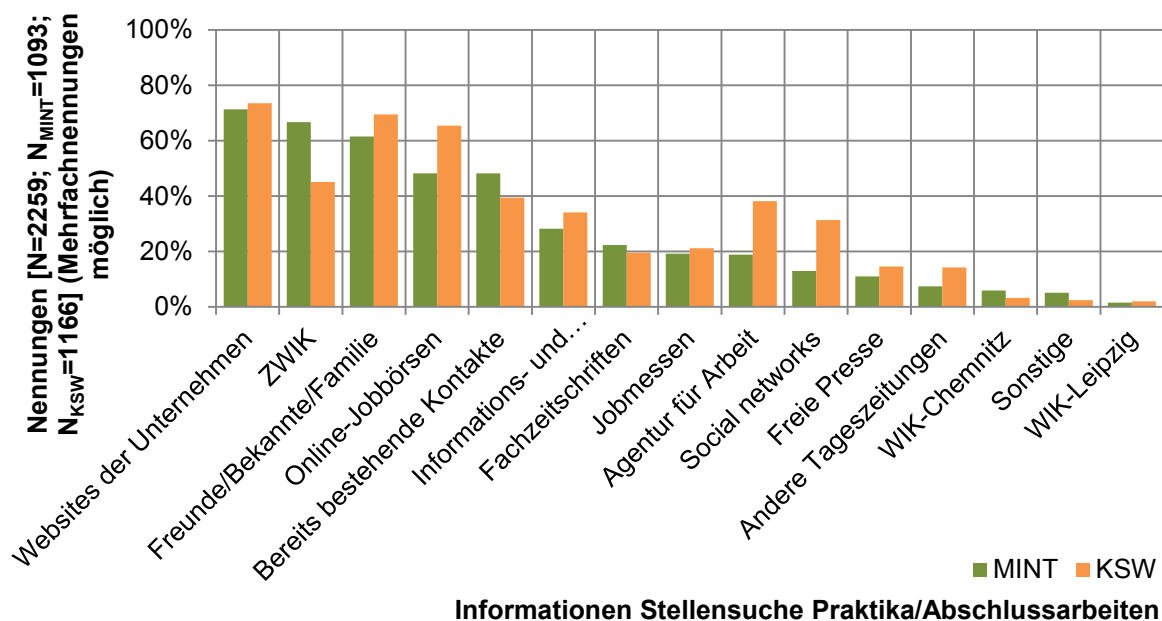


Abbildung 49: Stellensuche für Praktika und Abschlussarbeiten (MINT/KSW)

5.2.3 Stellensuche für Berufseinstieg

46

Bei der Informationssuche nach einer Stelle bei einem zukünftigen ersten Arbeitgeber gibt es zwischen beiden Gruppen wesentliche Unterschiede. Über zwei Drittel der MINT-Studierenden nutzen als Informationsquelle bevorzugt die Webseite des Unternehmens. Alle weiteren Informationsquellen beispielsweise bereits bestehende Kontakte, Online-Jobbörsen, Freunde/Bekannte und die ZWIK werden etwas weniger dafür herangezogen. Mehr als zwei Drittel der KSW-Studierenden informieren sich auch über Online-Jobbörsen und Freunde/Bekannte. Folgende wesentliche weitere Unterschiede ergeben sich: MINT-Studierende bevorzugen „bereits bestehende Kontakte“ und die „ZWIK“ etwas häufiger als Informationsquellen im Vergleich zu KSW-Studierenden. KSW-Studierende nutzen dagegen stärker Online-Jobbörsen, die Agentur für Arbeit und Social Networks im Vergleich zu den Befragten MINT-Studierenden (vgl. Abb. 50).

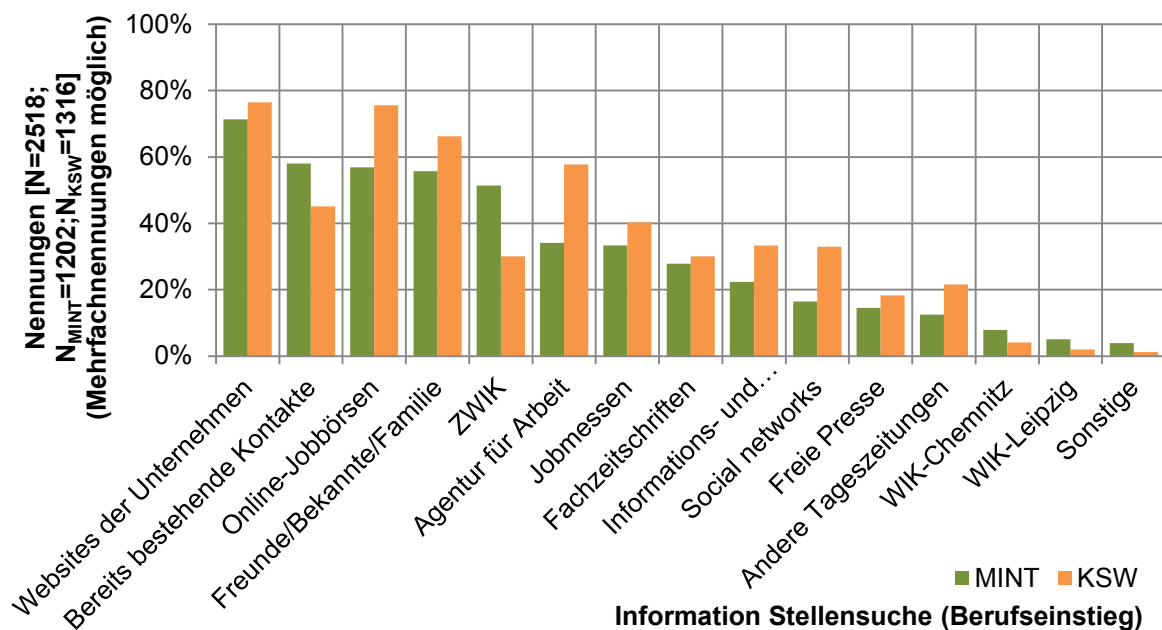


Abbildung 50: Stellensuche für Berufseinstieg (MINT/KSW)

5.3 Erwartungen an die Arbeitstätigkeit und -bedingungen

5.3.1 Aufgabe/Tätigkeit

47

Unterschiede bei den Erwartungen hinsichtlich der künftigen Aufgabe bzw. Tätigkeit bestehen vor allem bei den Merkmalen „Aufgabenerledigung im Team“ und „Internationale Einsatzmöglichkeiten“. MINT-Studierende erwarten von Ihrem ersten Arbeitgeber im Vergleich zu den KSW-Studierenden etwas stärker „Aufgabenerledigung im Team“. KSW-Studierende sind „internationale Einsatzmöglichkeiten“ etwas wichtiger als Befragten der MINT-Studiengänge. Für beide Gruppen sind jedoch Erwartungen an internationale Einsatzmöglichkeiten im Vergleich zu anderen Erwartungen an die künftige Tätigkeit am wenigsten wichtig (vgl. Abb. 51).

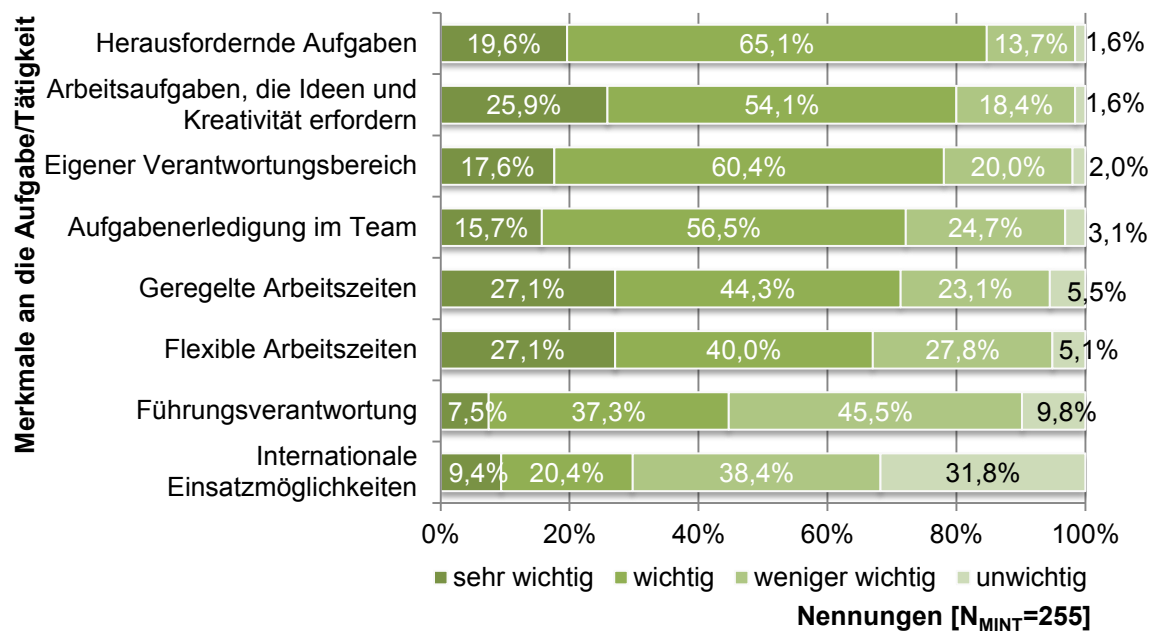
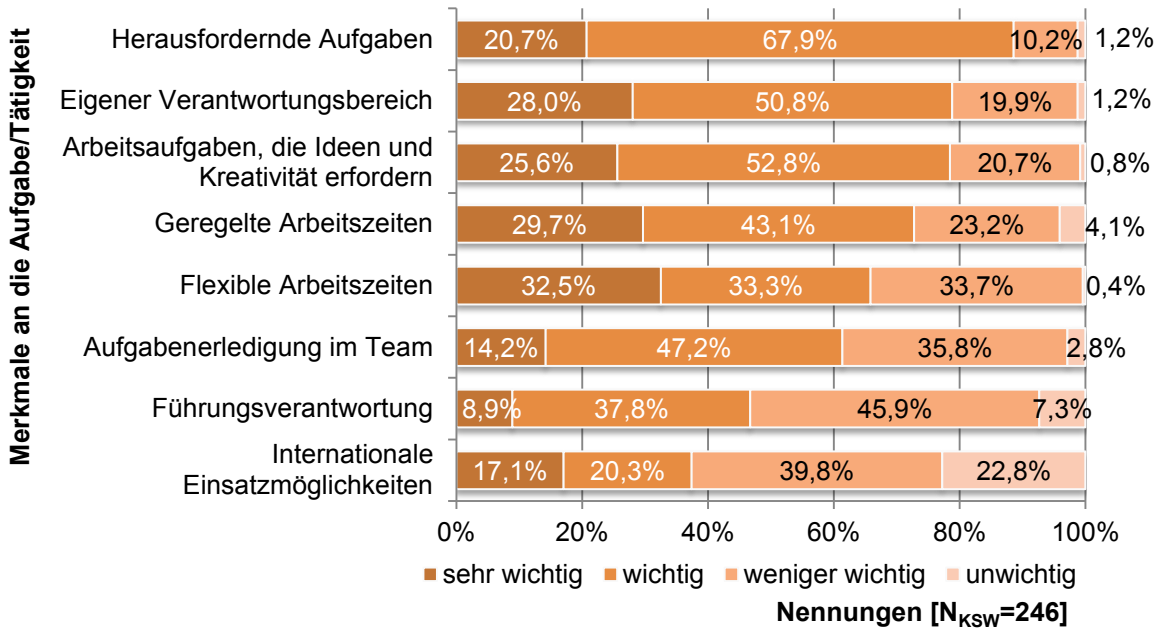


Abbildung 51: Erwartungen an die Aufgabe/Tätigkeit (MINT)



48

Abbildung 52: Erwartungen an die Aufgabe/Tätigkeit (KSW)

5.3.2 Rahmenbedingungen der Arbeit

Erwartungen an die Rahmenbedingungen der Arbeit sind MINT- und KSW-Studierenden gleichermaßen besonders wichtig. Ein gutes Arbeitsklima ist für beide Gruppen das wichtigste Merkmal der Rahmenbedingungen der Aufgabe.

Die Möglichkeit im Home-Office zu arbeiten, wird von Befragten der MINT- und der KSW-Studiengängen unterschiedlich bewertet. Für MINT-Studierende ist dieses Merkmal derzeit noch weniger relevant als für Studierende der KSW-Studiengänge (vgl. Abb. 53 und 54).

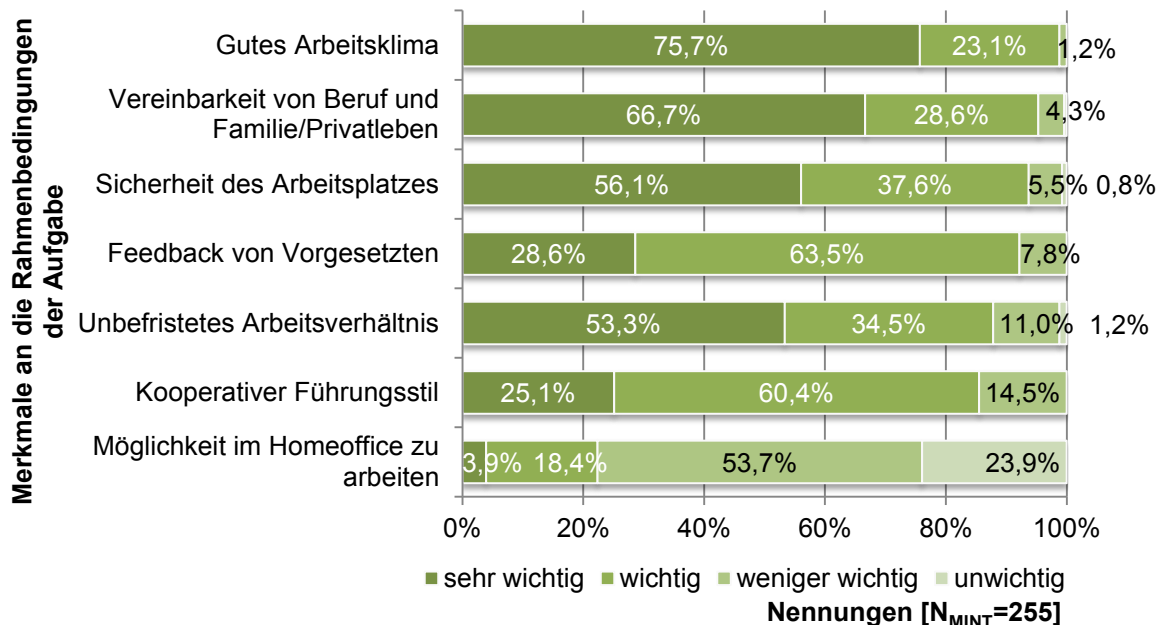


Abbildung 53: Erwartungen an die Rahmenbedingungen der Arbeit (MINT)

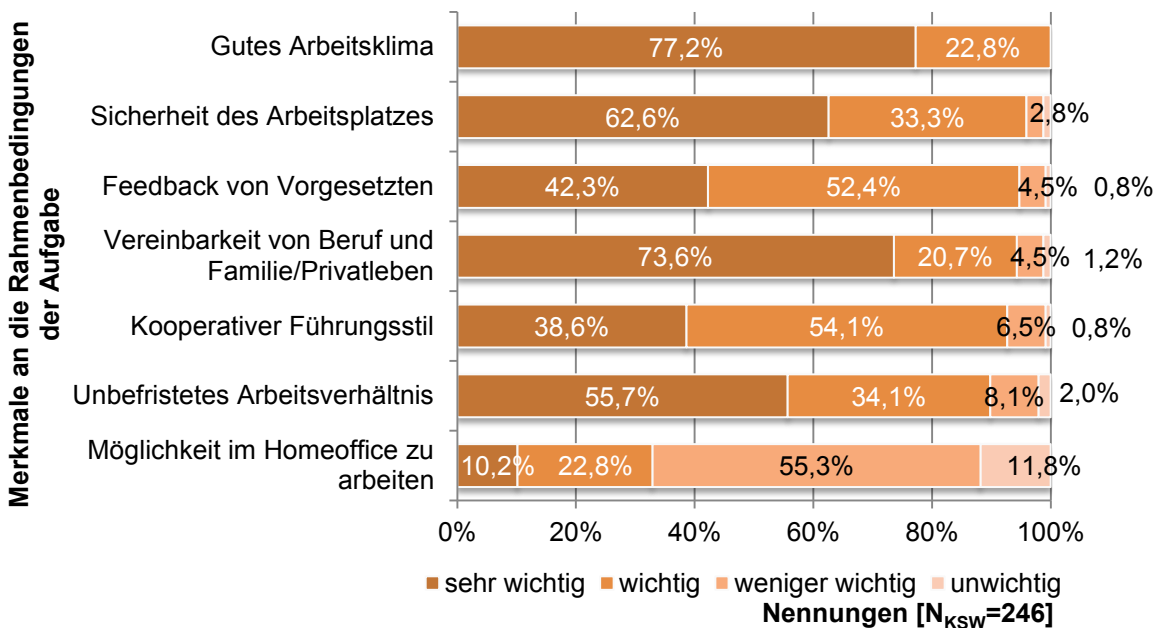


Abbildung 54: Erwartungen an die Rahmenbedingungen der Arbeit (KSW)

5.3.3 Persönliche Entwicklungsmöglichkeiten

MINT- und KSW-Studierende erwarten von ihrem ersten Arbeitgeber Weiterbildungsmöglichkeiten und Unterstützung des Unternehmens während der Einarbeitungsphase. Im Vergleich sind MINT-Studierenden Traineeprogramme und Aufstiegsmöglichkeiten in eine Managementposition weniger wichtig. Etwas wichtiger sind ihnen die Entwicklungsmöglichkeiten zu einem Fachspezialisten und die Leitung von Projekten (vgl. Abb. 55 und 56).

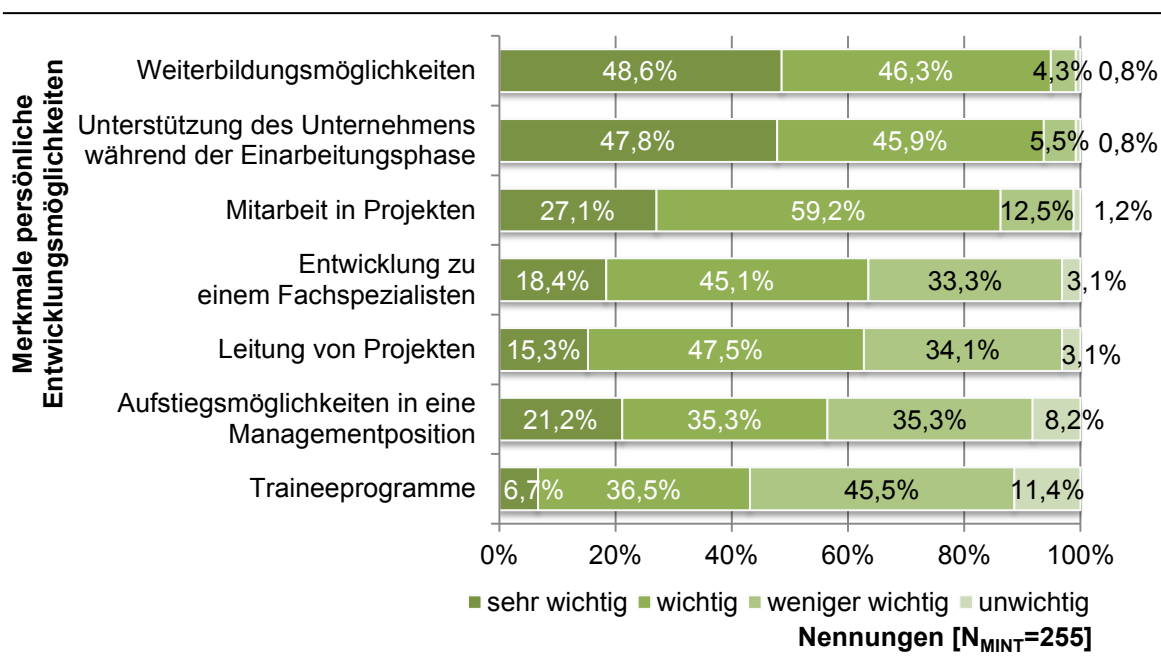


Abbildung 55: Erwartungen an persönliche Entwicklungsmöglichkeiten (MINT)

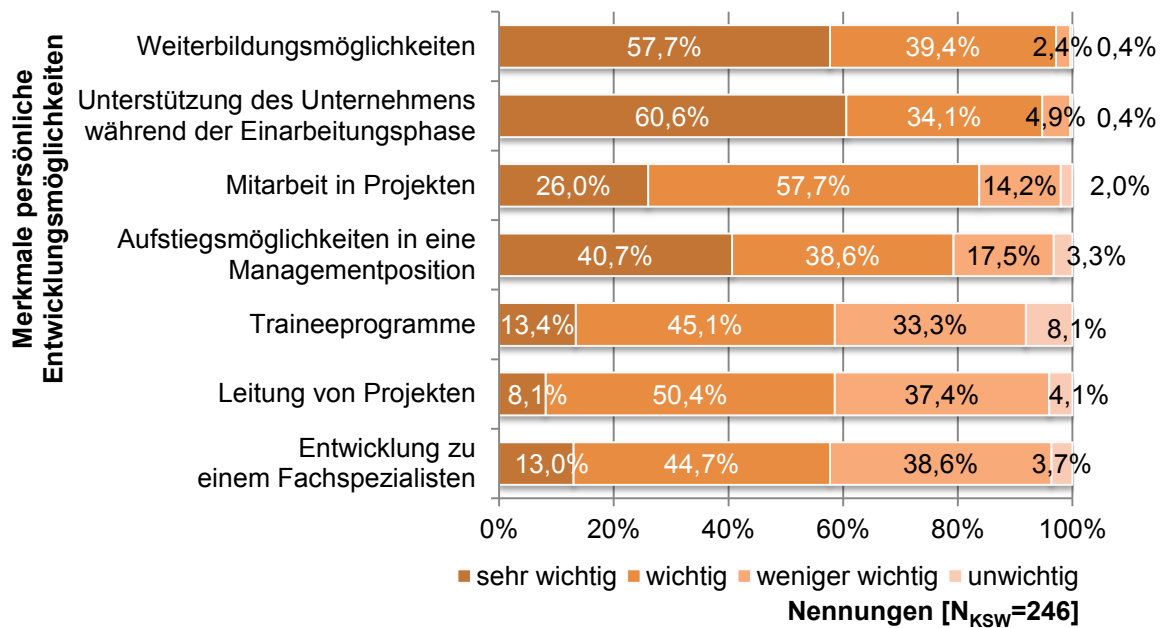


Abbildung 56: Erwartungen an persönliche Entwicklungsmöglichkeiten (KSW)

5.3.4 Entgeltgestaltung und Zusatzleistungen

Den künftigen MINT- und KSW-Absolventen der WHZ ist eine angemessene Entgelthöhe in besonders hohem Maße „wichtig“ und „sehr wichtig“. MINT-Studierende erwarten im Vergleich etwas stärker eine angemessene Erfolgsbeteiligung, KSW-Absolventen hingegen etwas stärker eine nachvollziehbare der Entgelthöhe (vgl. Abb. 57 und 58).

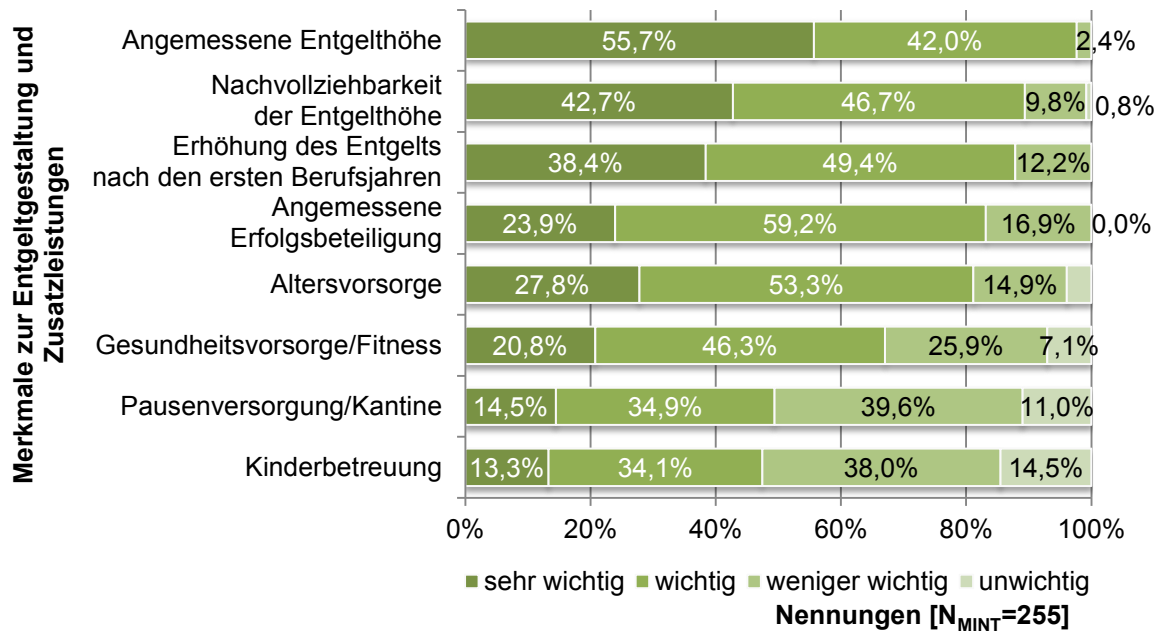


Abbildung 57: Erwartungen zur Entgeltgestaltung und Zusatzleistungen (MINT)

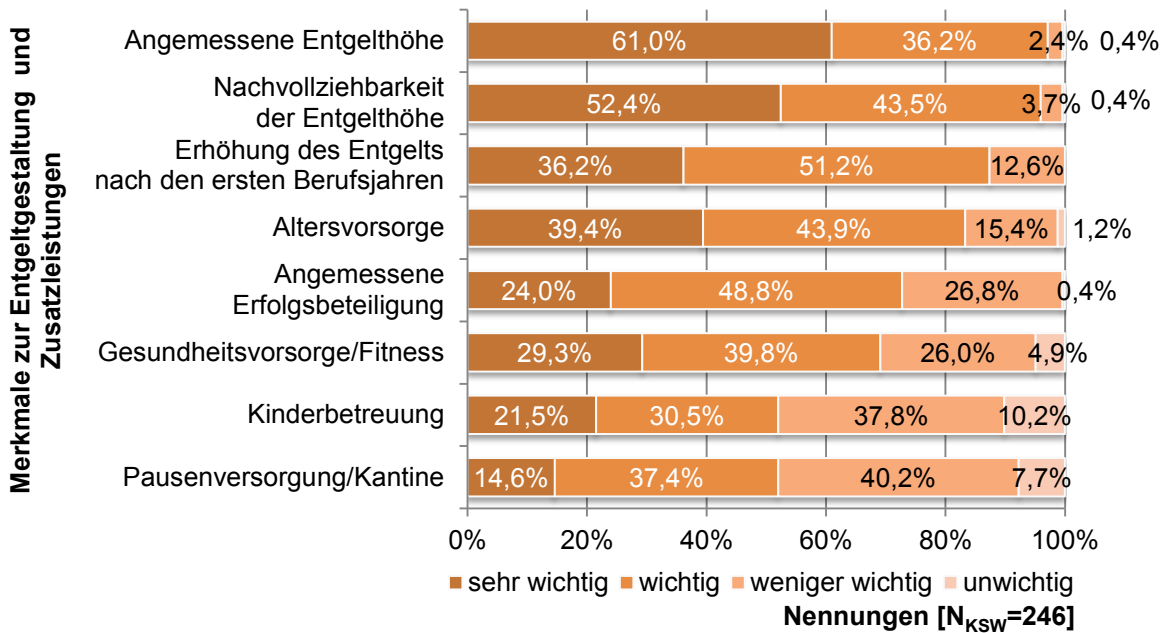


Abbildung 58: Erwartungen zur Entgeltgestaltung und Zusatzleistungen (KSW)

5.4 Zusammenfassung der wichtigsten Unterschiede (MINT/KSW-Studiengänge)

Befragungsteilnehmern der MINT- und KSW-Studiengänge sind die wichtigsten 12 Erwartungen an den ersten Arbeitgeber bzw. an die erste berufliche Tätigkeit nach dem Studium etwa gleich wichtig. Leichte Unterschiede werden hinsichtlich der erwarteten Nachvollziehbarkeit der Entgelthöhe und hinsichtlich der Erwartungen an einen kooperativen Führungsstil deutlich: Beide Erwartungen werden von KSW-Befragten wichtiger bewertet als von MINT-Befragten. Außerdem gehört die Erwartung, später in Projekten mitarbeiten zu können, bei MINT-Studierenden zu den 12 wichtigsten Erwartungen, für KSW-Befragte hingegen gehören „Herausfordernde Aufgaben“ zu den 12 wichtigsten Erwartungen. Die Vereinbarkeit von Beruf und Familie/Privatleben wird von MINT-Studierenden als drittwichtigste Erwartung genannt; bei KSW-Studierenden ist diese Erwartung etwas weniger wichtig und deshalb auf Position acht zu finden (vgl. Abb. 59 und 60).

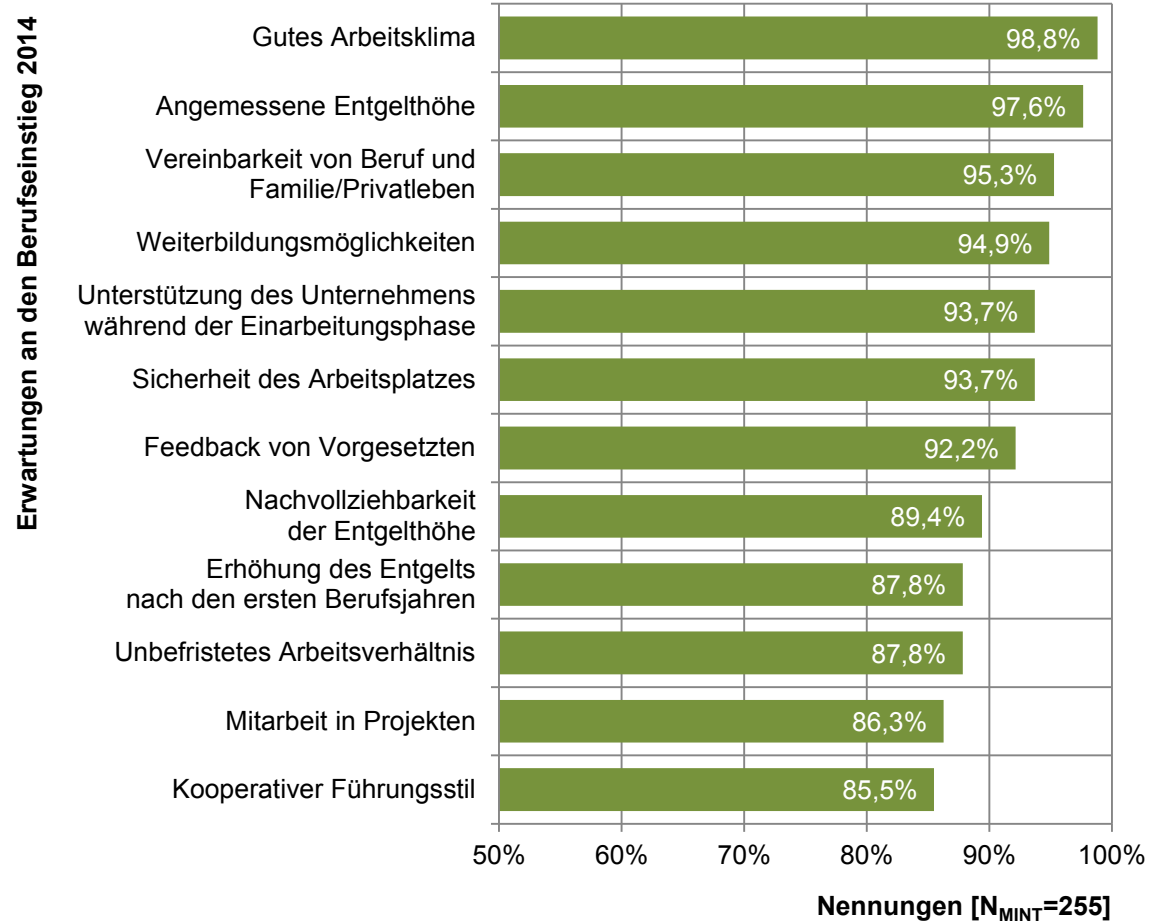


Abbildung 59: Top 12 Ranking - Erwartungen an den Berufseinstieg 2014 (MINT)

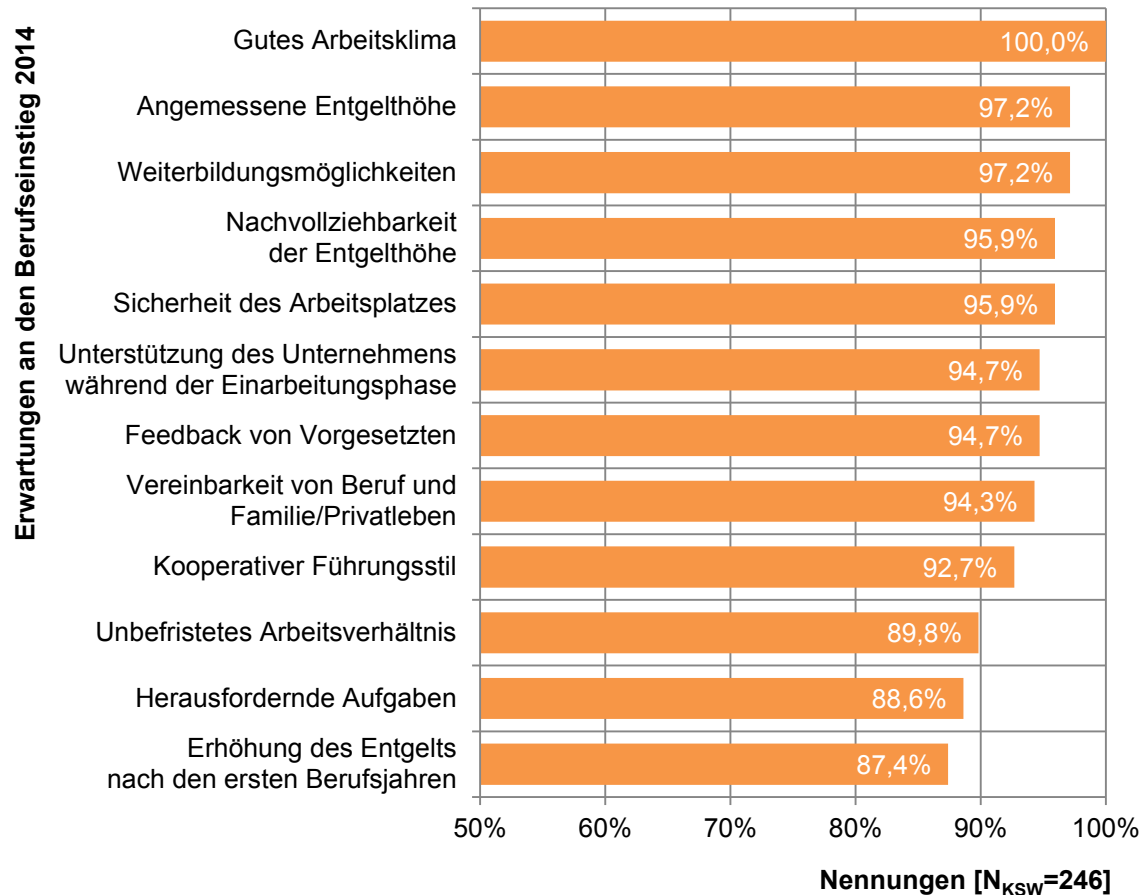


Abbildung 60: TOP12 Ranking - Erwartungen an den Berufseinstieg 2014 (KSW)

6 Zusammenfassung und Ausblick

Die vorgestellten Ergebnisse der empirischen Erhebung 2014 bei Studierenden der WHZ lassen konkrete Erwartungen der künftigen Absolventen an ihren ersten Arbeitgeber nach dem Studium erkennen. Diese Erwartungen werden die Suchstrategien der Studierenden nach einem passenden Arbeitgeber für ein Praktikum bzw. für den Berufseinstieg maßgeblich beeinflussen.

Für Unternehmen mit Fachkräftebedarf wird es deshalb unabhängig von der Unternehmensgröße wichtig, sich mit diesen Erwartungen auseinanderzusetzen, um geeignete Bewerber auf das eigene Unternehmen aufmerksam machen zu können bzw. auch bei sich ändernden Arbeitsmarktsituationen künftig für akademische Berufseinsteiger attraktiv zu bleiben bzw. zu werden. Voraussetzung dafür ist die Gestaltung einer eigenen Arbeitgebermarke auf der Grundlage der Erhebungsergebnisse. Erste Schritte auf diesem Weg sind die Analyse des eigenen Unternehmens als Arbeitgeber und die Beantwortung solcher Fragen wie z. B.:

- Welchen Erwartungen der künftigen Absolventen werden wir als Arbeitgeber bereits im welchem Maße gerecht?
- Bei welchen Merkmalen der Tätigkeit und der Arbeitsbedingungen in unserem Unternehmen gibt es Veränderungsbedarf?
- Welche finanziellen und personellen Ressourcen können und wollen wir für die weitere Gestaltung der eigenen Arbeitgebermarke einsetzen?
- Wer kann uns bei der Erhöhung der Attraktivität als Arbeitgeber unterstützen?

56

Ausgehend von der Beantwortung dieser und weitergehender Fragen kann unternehmensspezifisch ein Katalog erarbeitet werden, der neben den geeigneten Maßnahmen auch den Zeit- und Kostenaufwand dafür beinhaltet. Unternehmen jeder Größe, d.h. auch kleine und mittelständische Unternehmen der Region, haben somit die Chance zum Aufbau einer eigenen Arbeitgebermarke.

Für weitere bzw. spezifische Auswertungen und Darstellungen der erhobenen Daten zu den Erwartungen künftiger Absolventen der WHZ, bitten wir Sie uns per E-Mail zu kontaktieren (siehe Impressum). Gleichzeitig bieten wir unsere

Unterstützung bei der Entwicklung und Umsetzung von geeigneten Maßnahmen an, z.B. im Rahmen von gemeinsamen Workshops oder studentischen Projekten.

Anhang: Ergebnisse relativ und absolut (Gesamtbild)

Herkunft der befragten Studierenden

Westsachsen:	239 (47,7 Prozent)
Mitteldeutschland:	192 (38,3 Prozent)
Anderes Bundesland:	65 (13,0 Prozent)
Anderes europäisches Land:	0 (0 Prozent)
Land außerhalb Europas:	5 (1,0 Prozent)

Alter der befragten Studierenden

Unter 20 Jahre:	39 (7,8 Prozent)
20 bis 25 Jahre:	319 (63,7 Prozent)
26 bis 30 Jahre:	105 (21,0 Prozent)
Über 30 Jahre:	38 (7,6 Prozent)

58

Befragte Studierende nach Abschluss

Bachelor:	204 (40,7 Prozent)
Master:	65 (13,0 Prozent)
Diplom:	232 (46,3 Prozent)

Bevorzugte Größe des Unternehmens

Weniger als 20 Beschäftigte	15 (3,0 Prozent)
21 bis 50 Beschäftigte	49 (9,8 Prozent)
51 bis 100 Beschäftigte	57 (11,4 Prozent)
101 bis 500 Beschäftigte	67 (13,4 Prozent)
Mehr als 500 Beschäftigte	75 (15,0 Prozent)
Für mich nicht relevant	238 (47,5 Prozent)

Bevorzugte Branchen der Befragten

Automobilbau	210 (41,9 Prozent)
Automobilzulieferindustrie	157 (31,3 Prozent)
Elektrotechnik/Elektronik	43 (8,6 Prozent)
Finanzwirtschaft/Beratung	50 (10,0 Prozent)
Gesundheits- und Sozialwesen	106 (21,2 Prozent)
Handel (z.B. Nahrung, Kleidung)	52 (10,4 Prozent)
IT-Branche	38 (7,6 Prozent)
Logistik und Verkehr	68 (13,6 Prozent)
Maschinenbau	80 (16,0 Prozent)
Metallverarbeitung	22 (4,4 Prozent)
Nahrungsmittelindustrie	23 (4,6 Prozent)
Personaldienstleistungen	69 (13,8 Prozent)
Technologieunternehmen	82 (16,4 Prozent)
Tourismus/Gastronomie	39 (7,8 Prozent)
Ver- und Entsorgungswirtschaft	37 (7,4 Prozent)
Andere Branchen	69 (13,8 Prozent)

Bevorzugter Standort des ersten Arbeitgebers

Westsachsen	200 (39,9 Prozent)
Mitteldeutschland	261 (52,1 Prozent)
Anderes Bundesland	142 (28,3 Prozent)
Anderes europäisches Land	51 (10,2 Prozent)
Land außerhalb Europas	37 (7,4 Prozent)
Für mich nicht relevant	78 (15,6 Prozent)

Wichtigster Grund für die Region Westsachsen

Andere	32 (8,0 Prozent)
Haus/Wohneigentum	16 (16 Prozent)
Regionale Verbundenheit	155 (38,8 Prozent)
Sozialer Grund	196 (49,1 Prozent)

Erwartetes monatliches Bruttogehalt

Unter 1500 €	4 (0,8 Prozent)
1500 bis unter 2000 €	82 (16,4 Prozent)
2000 € bis unter 2500 €	118 (23,6 Prozent)
2500 € bis unter 3000 €	136 (27,1 Prozent)
3000 € bis unter 3500 €	94 (18,8 Prozent)
3500 € bis unter 4000 €	44 (8,8 Prozent)
Mehr als 4000 €	10 (2,0 Prozent)
Nicht relevant	13 (2,6 Prozent)

60

Berufspraktische Erfahrungen der Befragten

Praktikum	390 (77,8 Prozent)
Ferienarbeit	251 (50,1 Prozent)
Ausbildung	238 (47,5 Prozent)
Nebenjob	212 (42,3 Prozent)
Außerschulisches Engagement	155 (30,9 Prozent)
Vollzeitbeschäftigung	102 (20,4 Prozent)
Weiterbildung	85 (17,0 Prozent)
Auslandspraktikum	78 (15,6 Prozent)
Sonstige	62 (12,4 Prozent)

Freiwilliges Soziales Jahr 41 (8,2 Prozent)

Duales Studium 19 (3,8 Prozent)

Stellensuche für Praktika und Abschlussarbeiten

Websites der Unternehmen 363 (72,5 Prozent)

Freunde/Bekannte/Familie 328 (65,5 Prozent)

Online-Jobbörsen 284 (56,7 Prozent)

ZWIK 281 (56,1 Prozent)

Bereits bestehende Kontakte 220 (43,9 Prozent)

Informations- und Beratungsmöglichkeiten 156 (31,1 Prozent)

an der WHZ (z.B. Career-Service)

Agentur für Arbeit 143 (28,5 Prozent)

Social Networks 110 (22,0 Prozent)

Fachzeitschriften 105 (21,0 Prozent)

Jobmessen 100 (20,0 Prozent)

Freie Presse 64 (12,8 Prozent)

Andere Tageszeitung 54 (10,8 Prozent)

WIK-Chemnitz 23 (4,6 Prozent)

Sonstige 19 (3,8 Prozent)

WIK-Leipzig 9 (1,8 Prozent)

61

Stellensuche für Berufseinstieg

Websites der Unternehmen 370 (73,9 Prozent)

Online-Jobbörsen 331 (66,1 Prozent)

Freunde/Bekannte/Familie 305 (60,9 Prozent)

Bereits bestehende Kontakte 259 (51,7 Prozent)

Agentur für Arbeit	229 (45,7 Prozent)
ZWIK	205 (40,9 Prozent)
Jobmessen	184 (36,7 Prozent)
Fachzeitschriften	145 (28,9 Prozent)
Informations- und Beratungsmöglichkeiten an der WHZ (z.B. Career-Service)	139 (27,7 Prozent)
Social Networks	123 (24,6 Prozent)
Andere Tageszeitung	85 (17,0 Prozent)
Freie Presse	82 (16,4 Prozent)
WIK-Chemnitz	30 (3,6 Prozent)
WIK-Leipzig	18 (2,6 Prozent)
Sonstige	13 (3,8 Prozent)

Anhang: Ergebnisse relativ und absolut (Geschlecht)

Größe des Unternehmens

	Weiblich	Männlich
Weniger als 20 Beschäftigte	6 (2,5 %)	9 (3,5 %)
21 bis 50 Beschäftigte	30 (12,3 %)	19 (7,4 %)
51 bis 100 Beschäftigte	38 (15,6 %)	19 (7,4 %)
101 bis 500 Beschäftigte	25 (10,3 %)	42 (14,7 %)
Mehr als 500 Beschäftigte	37 (15,2 %)	38 (16,3 %)
Für mich nicht relevant	107 (44,0 %)	131 (50,8 %)

Bevorzugte Branchen der Studierenden

	Weiblich	Männlich
Automobilbau	72 (29,6 %)	138 (53,5 %)
Automobilzulieferindustrie	52 (21,4 %)	105 (40,7 %)
Elektrotechnik/Elektronik	6 (2,5 %)	37 (14,3 %)
Finanzwirtschaft/Beratung	28 (11,5 %)	22 (8,5 %)
Gesundheits- und Sozialwesen	88 (36,2 %)	18 (7,0 %)
Handel	44 (18,1 %)	8 (3,1 %)
IT-Branche	7 (2,9 %)	31 (12,0 %)
Logistik und Verkehr	34 (14,0 %)	34 (13,2 %)
Maschinenbau	17 (7,0 %)	63 (24,4 %)
Metallverarbeitung	4 (1,6 %)	18 (7,0 %)
Nahrungsmittelindustrie	20 (8,2 %)	3 (1,2 %)
Personaldienstleistungen	55 (22,6 %)	14 (5,4 %)
Technologieunternehmen	19 (7,8 %)	63 (24,4 %)
Tourismus/Gastronomie	35 (14,4 %)	4 (1,6 %)

Ver- und Entsorgungswirtschaft	16 (6,6 %)	21 (8,1 %)
Andere Branchen	36 (14,8 %)	33 (12,8 %)

Standort

	Weiblich	Männlich
Westsachsen	102 (42,0 %)	98 (38,0 %)
Mitteldeutschland	123 (50,6 %)	138 (53,5 %)
Anderes Bundesland	72 (29,6 %)	70 (27,1 %)
Anderes europäisches Land	32 (13,2 %)	19 (7,4 %)
Land außerhalb Europas	28 (11,5 %)	9 (3,5 %)
Für mich nicht relevant	26 (10,7 %)	52 (20,2 %)

Wichtigster Grund für die Region Westsachsen

	Weiblich	Männlich
Regionale Verbundenheit	70 (34,0 %)	85 (44,0 %)
Sozialer Grund	122 (59,2 %)	74 (38,3 %)
Haus/Wohneigentum	10 (4,9 %)	12 (11,4 %)
Andere	4 (1,9 %)	22 (6,2 %)

64

Monatliches Bruttogehalt

	Weiblich	Männlich
Unter 1500 €	3 (1,2 %)	1 (0,4 %)
1500 bis unter 2000 €	68 (28,0 %)	14 (5,4 %)
2000 € bis unter 2500 €	73 (30,0 %)	45 (17,4 %)
2500 € bis unter 3000 €	67 (27,6 %)	69 (26,7 %)
3000 € bis unter 3500 €	17 (7,0 %)	77 (29,8 %)

3500 € bis unter 4000 €	5 (2,1 %)	39 (15,1 %)
Mehr als 4000 €	3 (1,2 %)	7 (2,7 %)
Nicht relevant	7 (2,9 %)	6 (2,3 %)

Berufspraktische Erfahrungen

	Weiblich	Männlich
Ausbildung	98 (19,6%)	140 (27,9 %)
Auslandspraktikum	47 (9,4 %)	31 (6,2 %)
Außerschulisches Engagement	73 (14,6 %)	82 (16,4 %)
Duales Studium	10 (2,0 %)	9 (1,8 %)
Ferienarbeit	113 (22,6 %)	138 (27,5 %)
Freiwilliges Soziales Jahr	29 (5,8 %)	12 (2,4 %)
Nebenjob	116 (23,2 %)	96 (19,2 %)
Praktikum	198 (39,5 %)	192 (38,3 %)
Sonstige	23 (4,6 %)	39 (7,8 %)
Weiterbildung	38 (7,6 %)	47 (9,4 %)
Vollzeitbeschäftigung	37 (7,4 %)	65 (13,0 %)

65

Stellensuche für Praktika und Abschlussarbeiten

	Weiblich	Männlich
Agentur für Arbeit	86 (17,2 %)	57 (11,4 %)
Andere Tageszeitung	37 (7,4 %)	17 (3,4 %)
Bereits bestehende Kontakte	101 (20,2 %)	119 (23,8 %)
Fachzeitschriften	42 (8,4 %)	63 (12,6 %)
Freie Presse	35 (7,0 %)	29 (5,8 %)

Freunde/Bekannte/Familie	172 (34,3 %)	156 (31,1 %)
Informations- und Beratungsm.	88 (17,6 %)	68 (13,6 %)
Jobmessen	51 (10,2 %)	49 (9,8 %)
Online-Jobbörsen	150 (29,9 %)	134 (26,7 %)
Social Networks	69 (13,8 %)	41 (8,2 %)
Sonstige	8 (1,6 %)	11 (2,2 %)
Websites der Unternehmen	177 (35,3 %)	186 (37,1 %)
WIK-Chemnitz	7 (1,4 %)	16 (3,2 %)
WIK-Leipzig	5 (1,0 %)	4 (0,8 %)
ZWIK	113 (22,6 %)	168 (33,5 %)

Stellensuche für Berufseinstieg

	Weiblich	Männlich
Agentur für Arbeit	135 (26,9 %)	94 (18,8 %)
Andere Tageszeitung	55 (11,0 %)	30 (6,0 %)
Bereits bestehende Kontakte	115 (23,0 %)	144 (28,7 %)
Fachzeitschriften	69 (13,8 %)	76 (15,2 %)
Freie Presse	48 (9,6 %)	34 (6,8 %)
Freunde/Bekannte/Familie	162 (32,3 %)	143 (28,5 %)
Informations- und Beratungsm.	82 (16,4 %)	57 (11,4 %)
Jobmessen	94 (18,8 %)	90 (18,0 %)
Online-Jobbörsen	178 (35,5 %)	153 (30,5 %)
Social Networks	72 (14,4 %)	53 (10,2 %)
Sonstige	5 (1,0 %)	8 (1,6 %)
Websites der Unternehmen	180 (35,9 %)	190 (37,9 %)

WIK-Chemnitz	14 (2,8 %)	16 (3,2 %)
WIK-Leipzig	7 (1,4 %)	11 (2,2 %)
ZWIK	79 (15,8 %)	126 (25,1 %)

Anhang: Ergebnisse relativ und absolut (MINT/KSW-Studiengänge)

Größe des Unternehmens

	MINT	KSW
Weniger als 20 Beschäftigte	8 (3,1 %)	7 (2,8 %)
21 bis 50 Beschäftigte	21 (8,2 %)	28 (11,4 %)
51 bis 100 Beschäftigte	23 (9,0 %)	34 (13,8 %)
101 bis 500 Beschäftigte	37 (14,5 %)	38 (15,4 %)
Mehr als 500 Beschäftigte	40 (15,7 %)	27 (11,0 %)
Für mich nicht relevant	126 (49,4 %)	112 (45,5 %)

Bevorzugte Branchen der Studierenden

	MINT	KSW
Automobilbau	147 (57,6 %)	63 (12,6 %)
Automobilzulieferindustrie	120 (47,1 %)	37 (7,4 %)
Elektrotechnik/Elektronik	40 (15,7 %)	3 (0,6 %)
Finanzwirtschaft/Beratung	5 (2,0 %)	45 (9,0 %)
Gesundheits- und Sozialwesen	8 (3,1 %)	98 (19,6 %)
Handel	5 (2,0 %)	47 (9,4 %)
IT-Branche	23 (9,0 %)	15 (3,0 %)
Logistik und Verkehr	33 (12,9 %)	35 (7,0 %)
Maschinenbau	72 (28,2 %)	8 (1,6 %)
Metallverarbeitung	20 (7,8 %)	2 (0,4 %)
Nahrungsmittelindustrie	4 (1,6 %)	19 (3,8 %)
Personaldienstleistungen	5 (2,0 %)	64 (12,8 %)
Technologieunternehmen	61 (23,9 %)	21 (4,2 %)
Tourismus/Gastronomie	0 (0,0 %)	39 (7,8 %)

Ver- und Entsorgungswirtschaft	24 (9,4 %)	13 (2,6 %)
Andere Branche	39 (15,3 %)	30 (6,0 %)

Standort

	MINT	KSW
Westsachsen	102 (42,0 %)	98 (38,0 %)
Mitteldeutschland	123 (50,6 %)	138 (53,5 %)
Anderes Bundesland	72 (29,6 %)	70 (27,1 %)
Anderes europäischen Land	32 (13,2 %)	19 (7,4 %)
Land außerhalb Europas	28 (11,5 %)	9 (3,5 %)
Für mich nicht relevant	26 (10,7 %)	52 (20,2 %)

Wichtigster Grund für die Region Westsachsen

	MINT	KSW
Andere	20 (10,1 %)	12 (6,0 %)
Haus/Wohneigentum	7 (3,5 %)	9 (4,5 %)
Regionale Verbundenheit	92 (46,5 %)	63 (31,3 %)
Sozialer Grund	79 (39,9 %)	117 (58,2 %)

69

Gehalt

	MINT	KSW
Unter 1500 €	2 (0,8 %)	2 (0,8 %)
1500 bis unter 2000 €	12 (4,7 %)	70 (28,5 %)
2000 € bis unter 2500 €	44 (17,3 %)	74 (30,1 %)
2500 € bis unter 3000 €	74 (29,0 %)	62 (25,2 %)
3000 € bis unter 3500 €	69 (15,7 %)	25 (10,2 %)

3500 € bis unter 4000 €	40 (15,7 %)	4 (1,6 %)
Mehr als 4000 €	8 (3,1 %)	2 (0,8 %)
Nicht relevant	6 (2,4 %)	7 (2,8 %)

Berufspraktische Erfahrungen

	MINT	KSW
Ausbildung	137 (53,7%)	101 (41,1 %)
Auslandspraktikum	29 (11,4 %)	49 (19,9 %)
Außerschulisches Engagement	77 (30,2 %)	78 (31,7 %)
Duales Studium	9 (3,5 %)	10 (4,1 %)
Ferienarbeit	138 (54,1 %)	113 (45,9 %)
Freiwilliges Soziales Jahr	8 (3,1 %)	33 (13,4 %)
Nebenjob	92 (36,1 %)	120 (48,8 %)
Praktikum	185 (72,5 %)	205 (83,3 %)
Sonstige	39 (15,3 %)	23 (9,3 %)
Weiterbildung	41 (22,7 %)	44 (17,9 %)
Vollzeitbeschäftigung	58 (16,1 %)	44 (17,9 %)

70

Stellensuche für Praktika und Abschlussarbeiten

	MINT	KSW
Agentur für Arbeit	49 (19,2 %)	94 (38,2 %)
Andere Tageszeitung	19 (7,5 %)	35 (14,2 %)
Bereits bestehende Kontakte	123 (48,2 %)	97 (39,4 %)
Fachzeitschriften	57 (22,4 %)	48 (19,5 %)
Freie Presse	28 (11,0 %)	36 (14,6 %)

Freunde/Bekannte/Familie	157 (61,6 %)	171 (69,5 %)
Informations- und Beratungsm.	72 (28,2 %)	84 (34,1 %)
Jobmessen	48 (18,8 %)	52 (21,1 %)
Online-Jobbörsen	123 (48,2 %)	161 (65,4 %)
Social Networks	33 (12,9 %)	77 (31,3 %)
Sonstige	13 (5,1 %)	6 (2,4 %)
Websites der Unternehmen	182 (71,4 %)	181 (73,6 %)
WIK-Chemnitz	15 (5,9 %)	8 (3,3 %)
WIK-Leipzig	4 (1,6 %)	5 (2,0 %)
ZWIK	170 (66,7 %)	111 (45,1 %)

Stellensuche für Berufseinstieg

	MINT	KSW
Agentur für Arbeit	87 (34,1 %)	142 (57,7 %)
Andere Tageszeitung	32 (12,5 %)	53 (21,5 %)
Bereits bestehende Kontakte	148 (58,0 %)	111 (45,1 %)
Fachzeitschriften	71 (27,8 %)	74 (30,1 %)
Freie Presse	37 (14,5 %)	45 (18,3 %)
Freunde/Bekannte/Familie	142 (55,7 %)	163 (66,3 %)
Informations- und Beratungsm.	57 (22,4 %)	82 (33,2 %)
Jobmessen	85 (33,3 %)	99 (40,2 %)
Online-Jobbörsen	145 (56,9 %)	186 (75,6 %)
Social Networks	42 (16,5 %)	81 (32,9 %)
Sonstige	10 (3,9 %)	3 (1,2 %)
Websites der Unternehmen	182 (71,4 %)	188 (76,4 %)

WIK-Chemnitz	20 (7,8 %)	10 (4,1 %)
WIK-Leipzig	13 (5,1 %)	5 (2,0 %)
ZWIK	131 (51,4 %)	74 (30,1 %)



ISSN: 1862-4464

