



UNIVERSUM

Building Brands to Capture Talent

UNIVERSUM STUDENT SURVEY 2013

Hochschulbericht | Deutsche Ausgabe
Uni Frankfurt a.M. | Wirtschaftswissenschaften

Über Universum



Universum Communications verfügt über mehr als 25 Jahre Erfahrung in Forschung und Beratung im Employer Branding und zeichnet sich durch erprobte und bewährte Methoden und Rahmenstrukturen aus.

400.000+
jährlich

Jährliche Studien bieten Erkenntnisse von über 400.000 Talenten weltweit; deren Vorlieben, Kommunikationsgewohnheiten sowie Wahrnehmung von Arbeitgebern wird durch quantitative und qualitative Methoden erhoben.



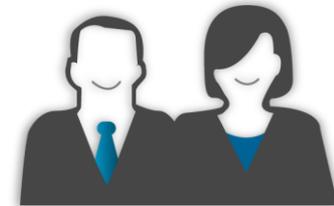
Die Vergleichbarkeit von Studien verschiedener Märkte wird durch unsere einzigartige globale Reichweite sowie Standards gewährleistet. Wir kooperieren mit mehr als 1.700 der führenden akademischen Institutionen der Welt.



Universum ist Marktführer im Employer Branding. Mit lokalen Experten in Forschung, Beratung sowie Kommunikationslösungen bieten wir vielfältige und hochwertige Dienstleistungen.



Universum ist weltweit ein vertrauenswürdiger Partner. Wir entwickeln ganzheitliche Lösungen, die gemeinsam mit Kunden in maßgeschneiderte Employer-Branding-Strategien umgesetzt werden.



Universum beschäftigt smarte, freundliche und professionelle Experten und Berater, die mit unseren Kunden in langfristigen Partnerschaften zusammenarbeiten.

Unsere Kunden und Medienpartner

Einige der weltweit attraktivsten Arbeitgeber



Unilever



BOSCH

CREDIT SUISSE



ERNST & YOUNG

SIEMENS

LVMH
MOËT HENNESSY, LOUIS VUITTON

P&G

Deloitte.

ERICSSON

J.P.Morgan

accenture

PHILIPS

Einige der weltweit anerkanntesten Herausgeber

**Bloomberg
Businessweek**

O ESTADO DE S. PAULO

SvD

Le Monde

TagesAnzeiger

**环球
GLOBE**



THE WALL STREET JOURNAL

**Wirtschafts
Woche**

De Telegraaf

South China Morning Post
南華早報

Was dieser Bericht umfasst

6. ANHANG

Zusätzliche detaillierte Daten und Hintergrundinformationen zu den Ergebnissen des Berichts.

5. ZUSAMMENFASSUNG

Dieses Kapitel stellt abschließend die Schlüsselergebnisse komprimiert dar. Diese Inhalte können insbesondere dazu verwendet werden, um wesentliche Aspekte bequem internen sowie externen Interessengruppen auf einen Blick zu veranschaulichen.

4. HOCHSCHULWAHRNEHMUNG DER STUDENTEN

Lesen Sie, wie zufrieden die Studenten mit verschiedenen Eigenschaften ihres Studiums im Vergleich zu anderen Zielgruppen sind. Diese Ergebnisse zeigen auf, was die aktuelle Hochschule der Studenten besonders macht und auszeichnet.

1. STICHPROBE

Ein Überblick der Zielgruppen dieses Berichts und deren Eigenschaften.

2. KARRIEREPRÄFERENZEN

Lernen Sie die Karrierepräferenzen Ihrer Zielgruppe kennen und vergleichen Sie diese zur Gesamtpopulation. Erkennen Sie Trends, die sich in den letzten Jahren entwickelt haben. Diese Informationen werden Ihnen aufzeigen, inwiefern sich Studenten Ihrer Hochschule von denen anderer Hochschulen unterscheiden. Zudem erfahren Sie, wie die Ausbildung Ihrer Hochschule die Studenten prägt.

3. ARBEITGEBERPRÄFERENZEN DER STUDENTEN

Erfahren Sie, welche Arbeitgeber-eigenschaften Ihre Studenten im Vergleich zur Gesamtpopulation bevorzugen. Anhand dieser Daten können Sie z.B. eruieren, welche Arbeitgeber die Studenten gerne einmal auf dem Campus treffen möchten oder welche Arbeitgeber in den letzten Jahren am erfolgreichsten gewesen sind, die Studenten für sich zu begeistern.



Inhaltsverzeichnis

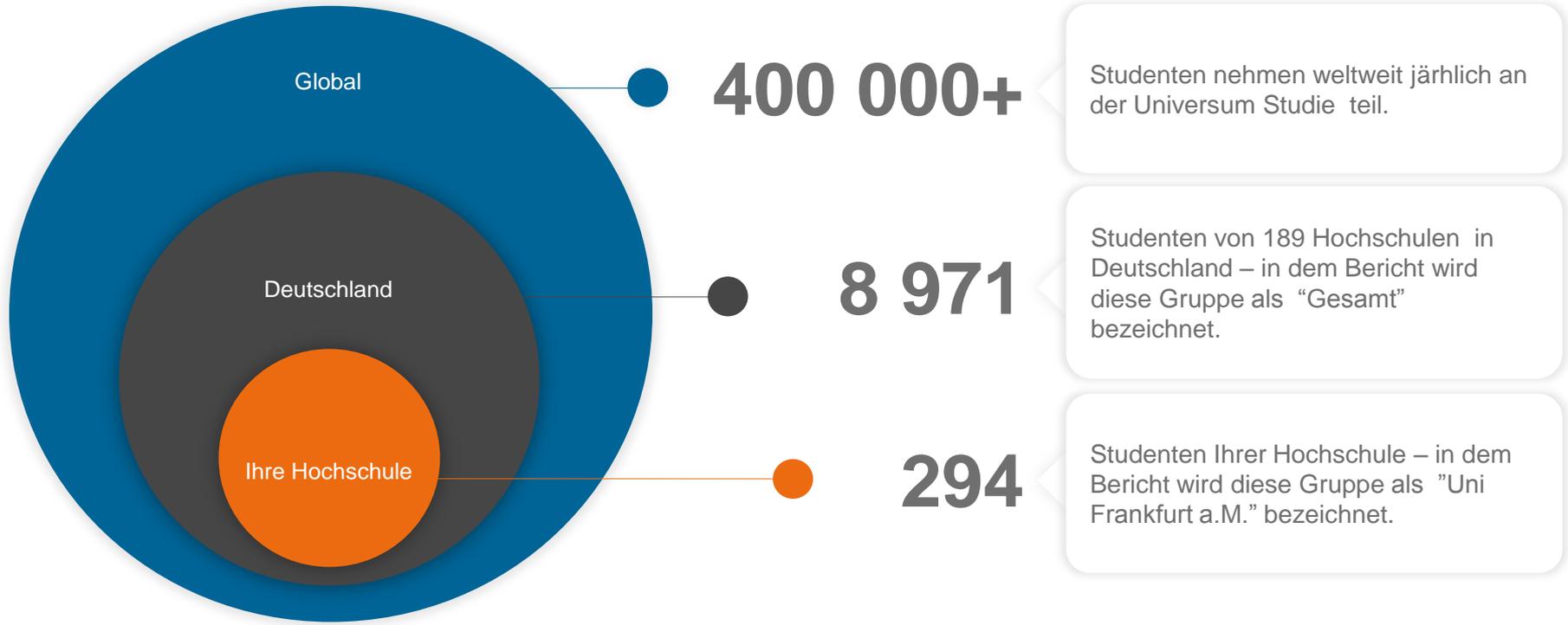


STICHPROBE

Ein Überblick der Zielgruppen dieses Berichts und deren Eigenschaften.

Zielgruppen des Berichts

Erhebungszeitraum: November 2012 bis März 2013



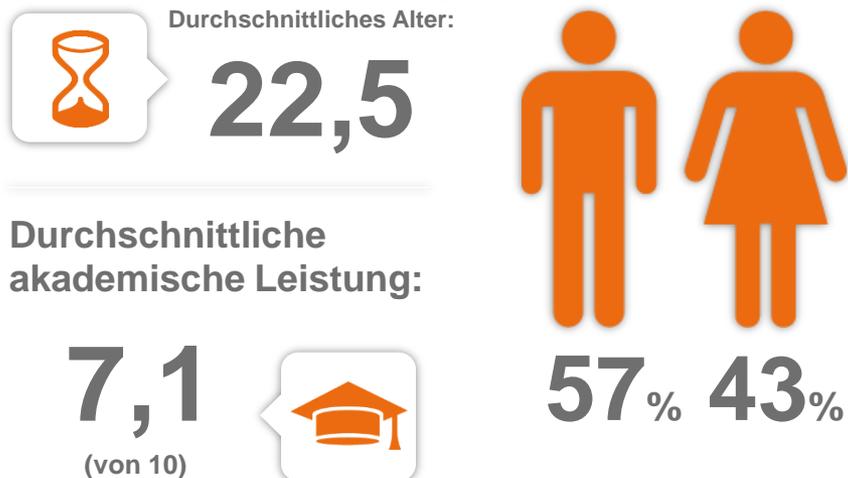
Der Vergleich dieses Berichts basiert auf: **Wirtschaftswissenschaften**

! Hochschulberichte können auf der Gesamtanzahl der Teilnehmer aller Studienrichtungen oder aber auch speziell auf Teilnehmern einer Studienrichtung basieren. Dieser Bericht basiert auf: Wirtschaftswissenschaften.

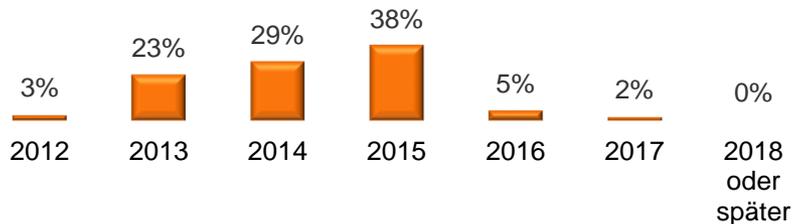
Zielgruppe | Merkmale der Studenten

Uni Frankfurt a.M.

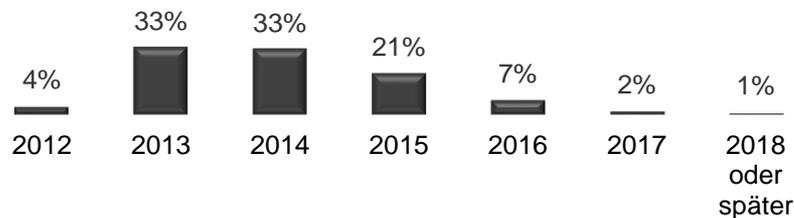
Gesamt



Abschlussjahr:



Abschlussjahr:



Inhaltsverzeichnis



KARRIEREPRÄFERENZEN

Lernen Sie die Karrierepräferenzen Ihrer Zielgruppe kennen und vergleichen Sie diese zur Gesamtpopulation. Erkennen Sie Trends, die sich in den letzten Jahren entwickelt haben. Diese Informationen werden Ihnen aufzeigen, inwiefern sich Studenten Ihrer Hochschule von denen anderer Hochschulen unterscheiden. Zudem erfahren Sie, wie die Ausbildung Ihrer Hochschule die Studenten auszeichnet.

Erwartetes Jahresgehalt



Uni Frankfurt a.M.



Gesamt



42 954 EUR

40 524 EUR

Erwartetes Jahresgehalt

Uni Frankfurt a.M.



38 331 EUR



46 632 EUR



- Welches Bruttojahreseinkommen (ohne Zusatzleistungen) erwarten Sie bei Ihrem ersten Job nach dem Studium?
- Sind Sie männlich oder weiblich?

Erwartetes Jahresgehalt

Gesamt



38 165 EUR



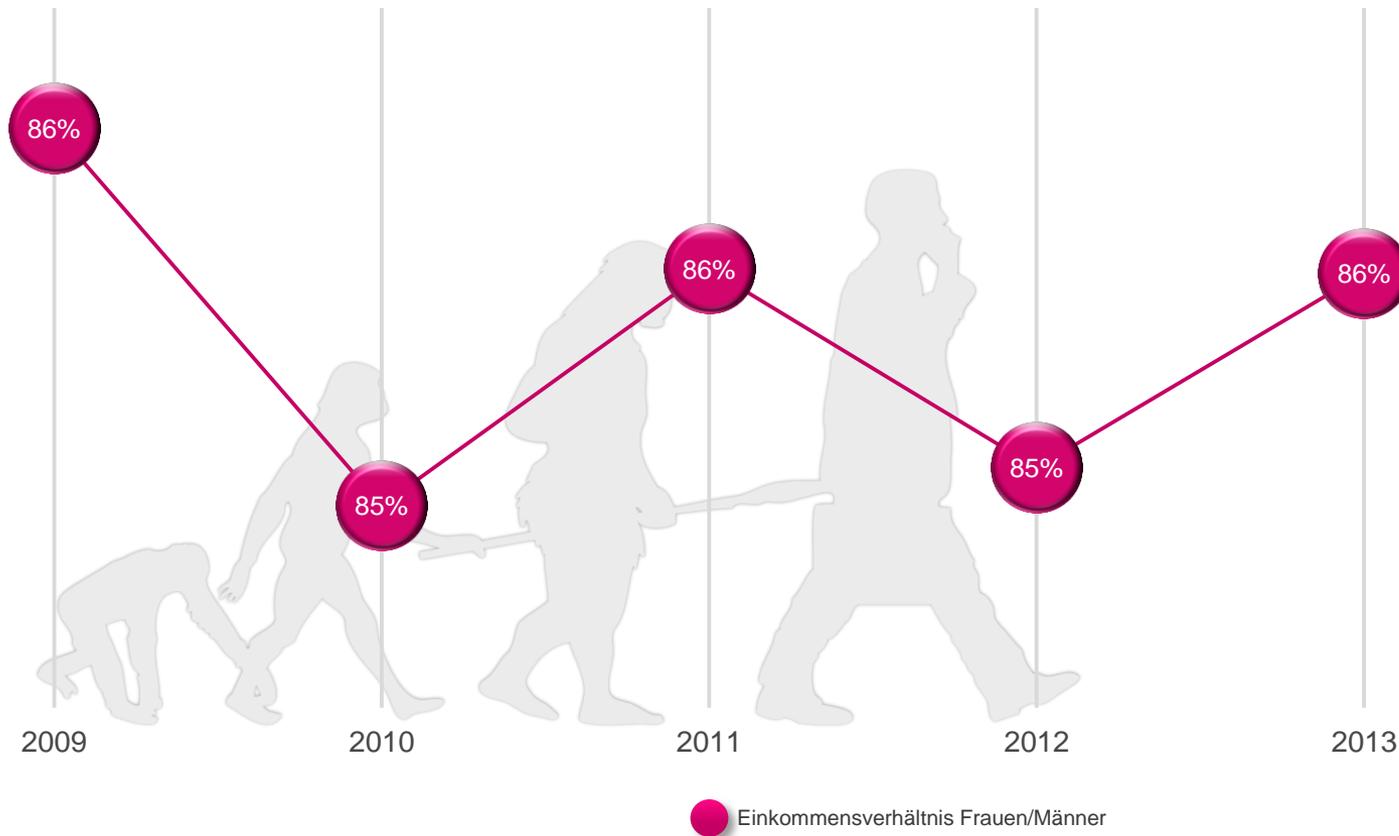
44 449 EUR



- Welches Bruttojahreseinkommen (ohne Zusatzleistungen) erwarten Sie bei Ihrem ersten Job nach dem Studium?
- Sind Sie männlich oder weiblich?

Erwartetes Jahresgehalt | Im Zeitverlauf

Gender gap | Gesamt

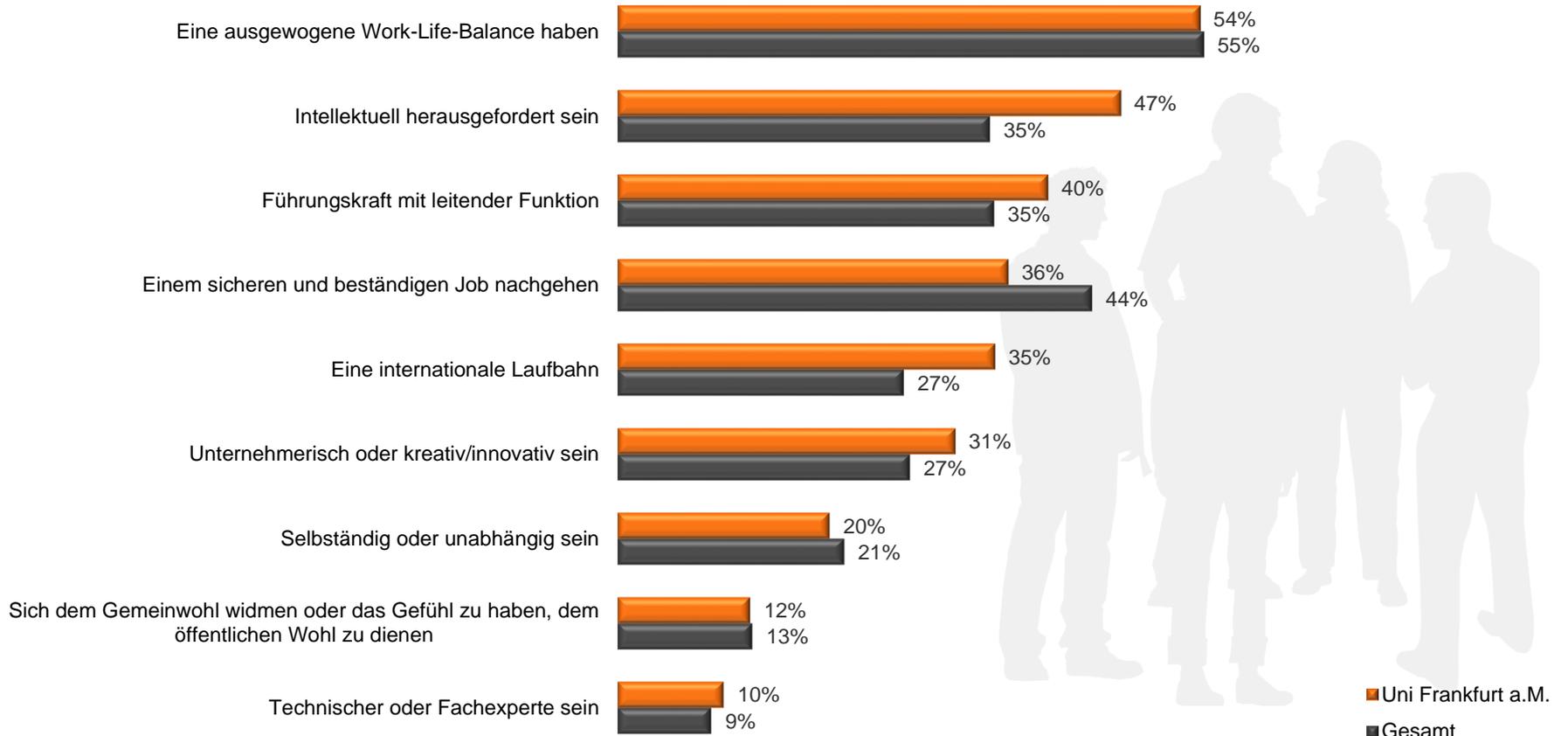


Diese Abbildung stellt das erwartete Jahreseinkommen der Frauen im Verhältnis zu dem der Männer dar.

?

- Welches Bruttojahreseinkommen (ohne Zusatzleistungen) erwarten Sie bei Ihrem ersten Job nach dem Studium?
- Sind Sie männlich oder weiblich?

Karriereziele



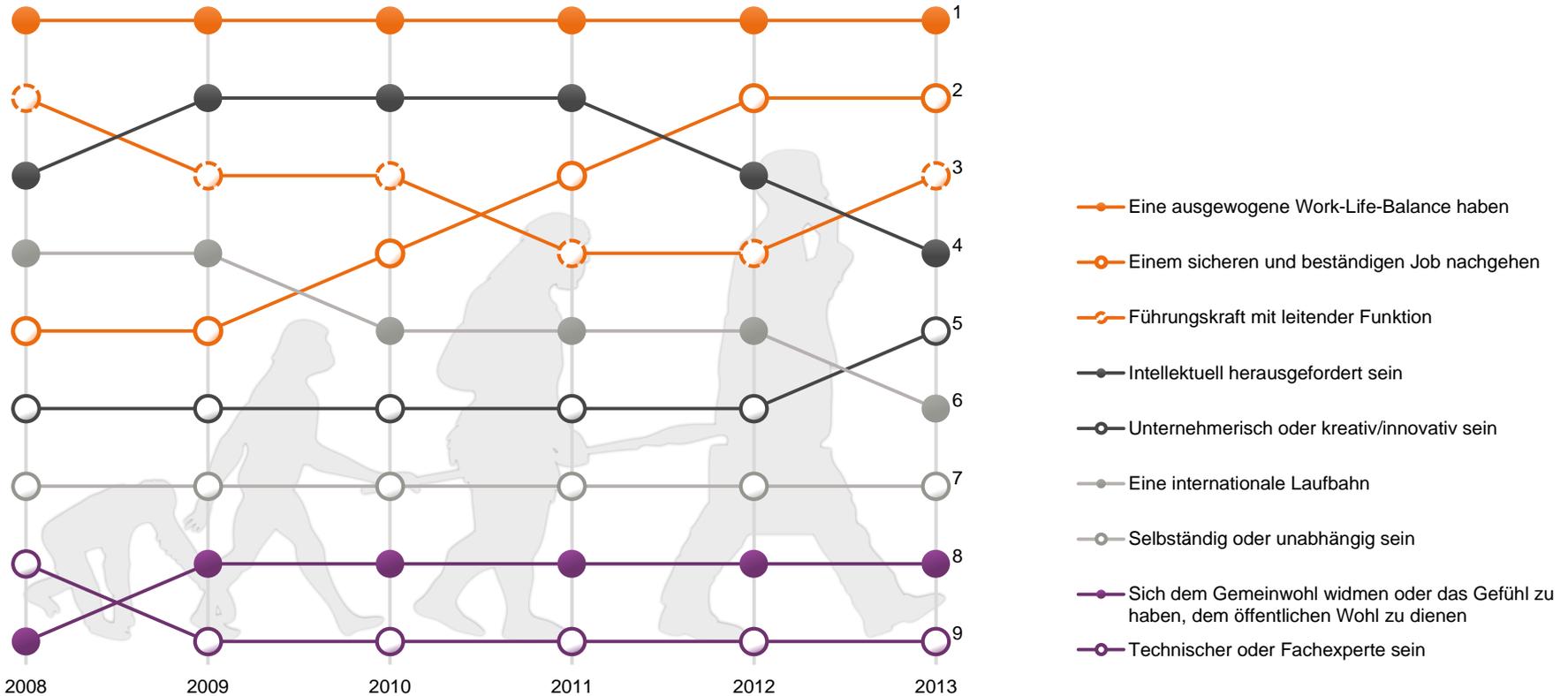
• Im Folgenden finden Sie eine Liste von 9 möglichen Karrierezielen. Welche sind für Sie persönlich besonders wichtig? Bitte wählen Sie maximal drei Alternativen aus.



Karriereziele beziehen sich auf die langfristigen Erwartungen, die Studenten an ihre Beschäftigung stellen. Wohingegen die „Arbeitgeberpräferenzen“ die Eigenschaften bezeichnen, die Studenten insbesondere bei der Auswahl ihres ersten Arbeitgebers suchen.

Karriereziele | Im Zeitverlauf

Gesamt

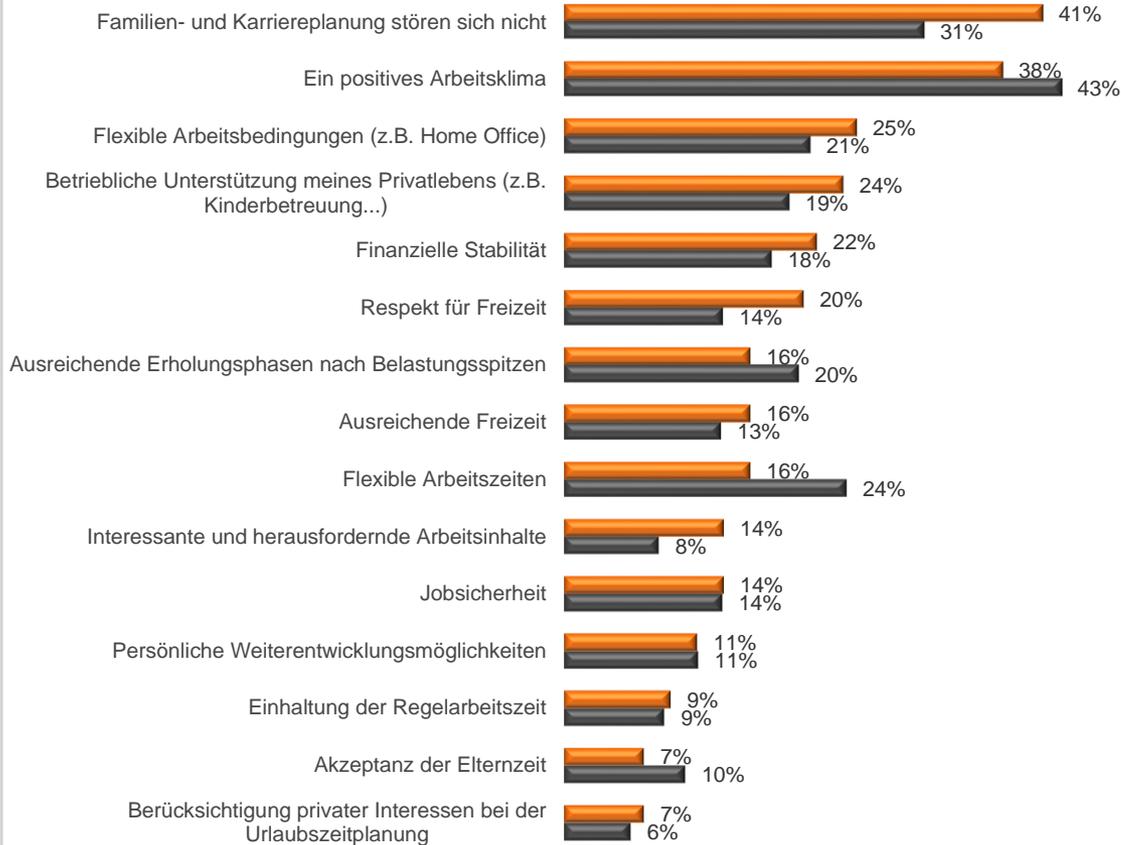


• Im Folgenden finden Sie eine Liste von 9 möglichen Karrierezielen. Welche sind für Sie persönlich besonders wichtig? Bitte wählen Sie maximal drei Alternativen aus.



• Die Alternativen in der Legende sind nach der Wichtigkeit sortiert. Das wichtigste Karriereziel in 2013 ist daher ganz oben auf der Legende.

Work-Life-Balance als Karriereziel | Erwartungen | Top 15



■ Uni Frankfurt a.M.
■ Gesamt



• Wenn Sie an Work-Life-Balance als ein relevantes Karriereziel denken. Was verstehen Sie konkret darunter? Was ist Ihnen in Bezug auf eine gute Work-Life-Balance am wichtigsten?

Die Universum Treiber der Arbeitgeberattraktivität

ANSEHEN UND IMAGE DES ARBEITGEBERS

Die Eigenschaften des Arbeitgebers als Unternehmen

- Attraktive/interessante Produkte und Dienstleistungen
- Ethische Standards
- Finanzielle Stärke
- Innovation
- Inspirierendes Management
- Markterfolg
- Ökologische Nachhaltigkeit
- Prestige
- Schnell wachsend/unternehmerisch
- Soziale Verantwortung des Unternehmens (CSR)



JOBEIGENSCHAFTEN

Die Inhalte und Anforderungen des Jobs, einschließlich der Weiterbildungsmöglichkeiten

- Ein hohes Maß an Verantwortung
- Eine anspruchsvolle Tätigkeit
- Eine sichere Anstellung
- Flexible Arbeitsbedingungen (z.B. Home-Office)
- Kontakt mit Kunden
- Kontrolle über die Anzahl meiner Arbeitsstunden
- Möglichkeit zu internationalen Reisen/Umzug
- Professionelles Training und Weiterentwicklung
- Team-orientiertes Arbeiten
- Vielfältige Arbeitsaufgaben



MENSCH UND KULTUR

Das soziale Umfeld und die Eigenschaften des Arbeitsplatzes

- Akzeptanz von Minderheiten
- Anerkennung von Leistung (Beförderung durch Leistung)
- Ein freundliches Arbeitsumfeld
- Ein kreatives und dynamisches Arbeitsumfeld
- Ermöglicht mir persönliche Interessen in meinen Zeitplan zu integrieren
- Führungskräfte, die meine Entwicklung fördern
- Rekrutiert nur die besten Studenten
- Respekt für seine Mitarbeiter
- Unterstützung der Gleichberechtigung der Geschlechter
- Zusammenarbeit mit internationalen Kunden und Kollegen



GEHALT UND AUFSTIEGSMÖGLICHKEITEN

Die monetäre Vergütung und Zusatzleistungen, aktuell und in der Zukunft

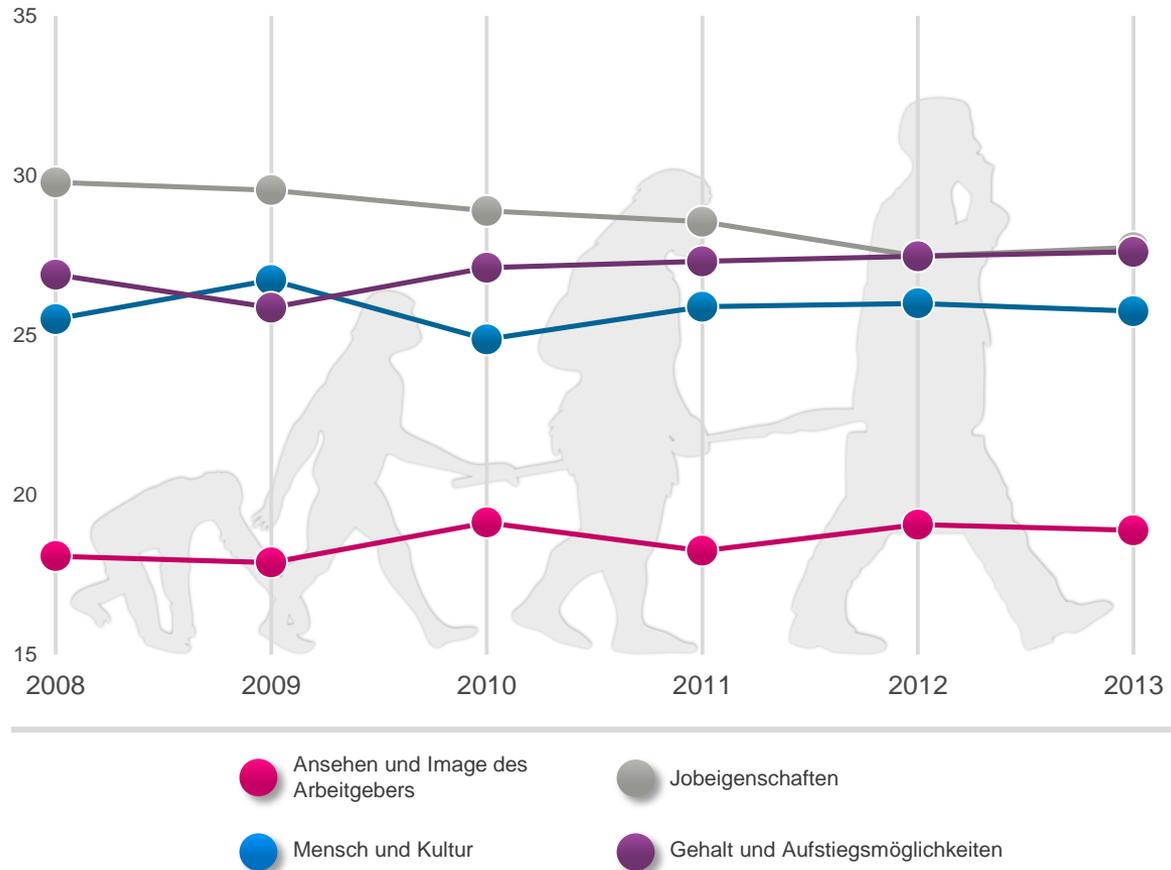
- Attraktive Zusatzleistungen
- Die Förderung zukünftiger Ausbildung
- Die Möglichkeit, Führungsaufgaben zu übernehmen
- Ein attraktives Grundgehalt
- Eine gute Referenz für meine zukünftige Karriere
- Einen Erfolgsabhängigen Bonus
- Hohes Einkommen in der Zukunft
- Rasche Beförderung
- Transparente Beförderungswege
- Überstundenvergütung/-ausgleich



- Dieses Rahmenwerk wurde von Universum entwickelt. Es basiert auf Marktforschung im Bereich Personalwesen, Fokusgruppen sowie Feedback von Arbeitgebern und Studenten.

Treiber der Arbeitgeberattraktivität | Im Zeitverlauf

Gesamt



- Wie wichtig sind Ihnen diese Aspekte im Verhältnis zueinander, wenn Sie Ihren idealen Arbeitgeber auswählen? Bitte verteilen Sie 100 Punkte auf die vier Alternativen, je nachdem wie wichtig Ihnen diese sind.
- Welche Eigenschaften sind Ihnen besonders wichtig? Bitte wählen Sie maximal drei Alternativen aus.

Arbeitgeberpräferenzen der Studenten | Top 10

Uni Frankfurt a.M.

- 1. Ein attraktives Grundgehalt
- 2. Eine gute Referenz für meine zukünftige Karriere
- 3. Eine anspruchsvolle Tätigkeit
- 4. Ein freundliches Arbeitsumfeld
- 5. Hohes Einkommen in der Zukunft
- 6. Vielfältige Arbeitsaufgaben
- 7. Möglichkeit zu internationalen Reisen/Umzug
- 8. Führungskräfte, die meine Entwicklung fördern
- 9. Zusammenarbeit mit internationalen Kunden und Kollegen
- 10. Ein kreatives und dynamisches Arbeitsumfeld

Gesamt

- 1. Ein attraktives Grundgehalt
- 2. Ein freundliches Arbeitsumfeld
- 3. Eine sichere Anstellung
- 4. Hohes Einkommen in der Zukunft
- 5. Vielfältige Arbeitsaufgaben
- 6. Professionelles Training und Weiterentwicklung
- 7. Anerkennung von Leistung (Beförderung durch Leistung)
- 8. Eine gute Referenz für meine zukünftige Karriere
- 9. Die Möglichkeit, Führungsaufgaben zu übernehmen
- 10. Eine anspruchsvolle Tätigkeit

 Ansehen und Image des Arbeitgebers

 Mensch und Kultur

 Jobeigenschaften

 Gehalt und Aufstiegsmöglichkeiten

?

- Wie wichtig sind Ihnen diese Aspekte im Verhältnis zueinander, wenn Sie Ihren idealen Arbeitgeber auswählen? Bitte verteilen Sie 100 Punkte auf die vier Alternativen, je nachdem wie wichtig Ihnen diese sind.
- Welche Eigenschaften sind Ihnen besonders wichtig? Bitte wählen Sie maximal drei Alternativen aus.

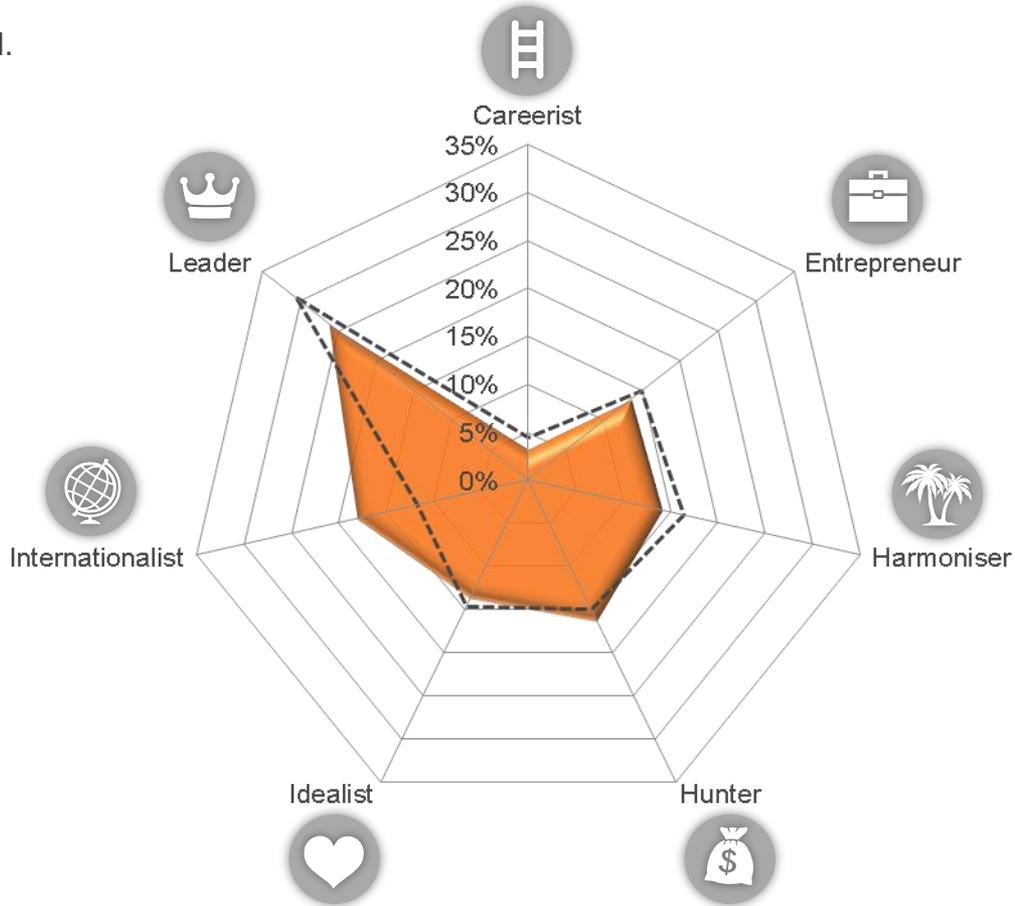
!

- Diese Darstellung zeigt die Attraktivität jeder der 40 Eigenschaften in Abhängigkeit zur Bedeutung des Treibers, zu dem sie gehören. Diese Analyse gibt Ihnen einen 360-Grad-Überblick darüber, was die Arbeitgeberattraktivität beeinflusst.

Die Universum Karriereprofile

 Uni Frankfurt a.M.

 Gesamt



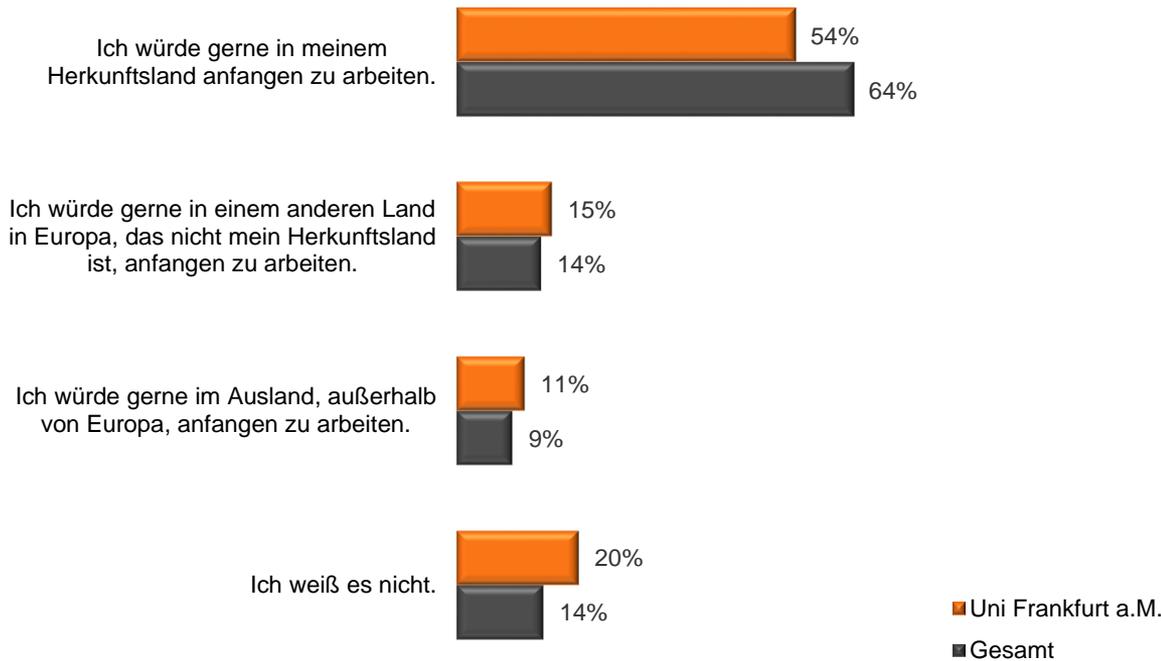
?

• Welche Eigenschaften sind Ihnen besonders wichtig? Bitte wählen Sie maximal drei Alternativen aus.

!

• Die Persönlichkeitsprofile basieren auf den Attributen, die Studenten als am wichtigsten betrachten. Weitere Details finden Sie im Anhang.

Geographische Mobilität | Bevorzugter Berufseinstieg



26%
 der Studenten
 würden gerne im
 Ausland anfangen
 zu arbeiten.

22%
 der Studenten
 würden gerne im
 Ausland anfangen
 zu arbeiten.

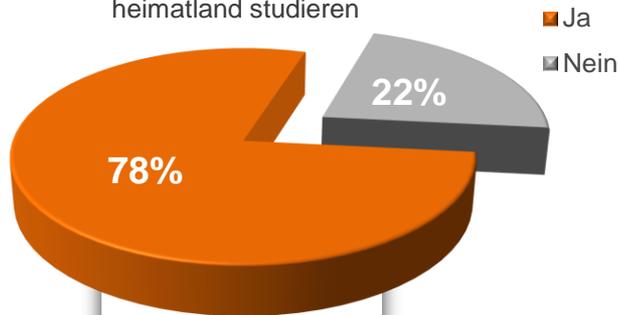
• Wo würden Sie nach Ihrem Studium gerne als erstes arbeiten?



Geographische Mobilität | Stellenwert des Auslandsstudiums

Uni Frankfurt a.M.

Studenten, die derzeit in ihrem heimatland studieren

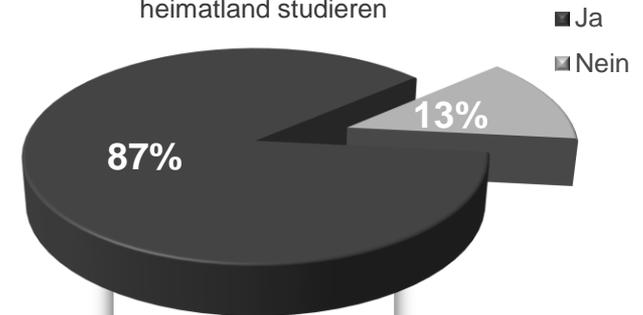


53%

der Studenten, die in ihrem Heimatland studieren, planen im Ausland weiter-zustudieren.

Gesamt

Studenten, die derzeit in ihrem heimatland studieren



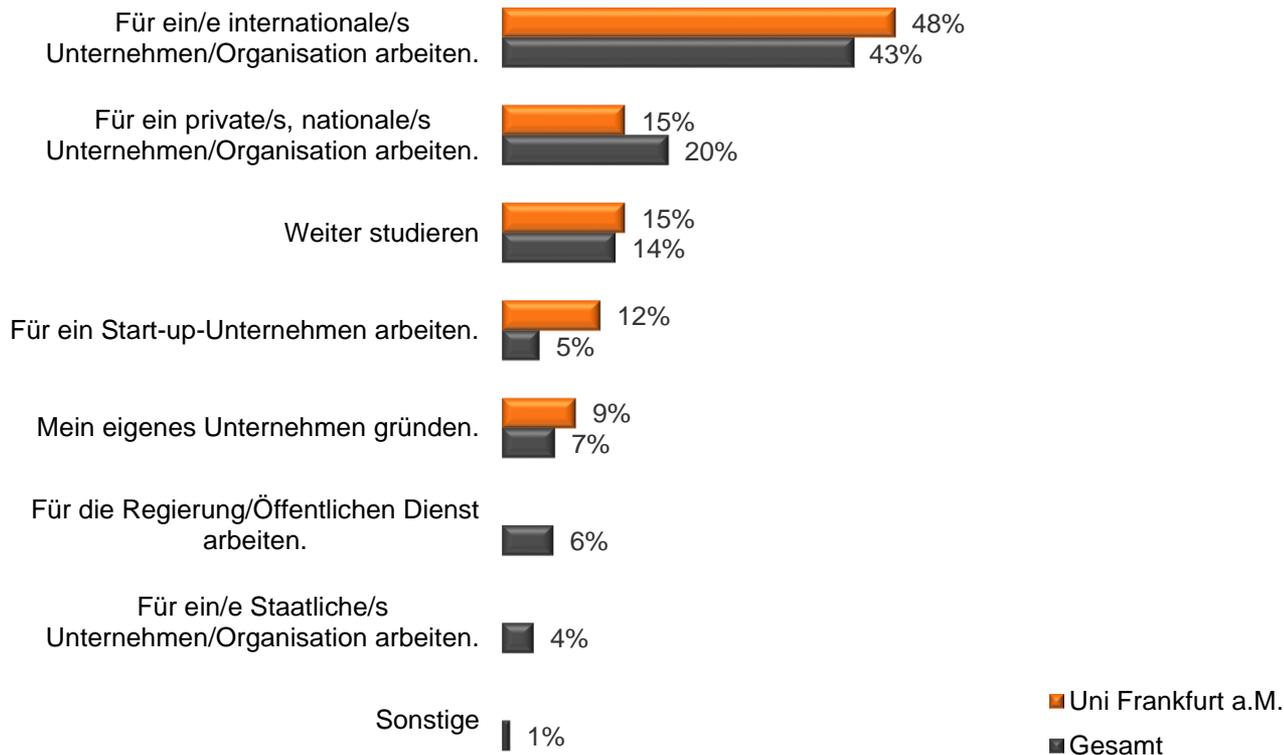
33%

der Studenten, die in ihrem Heimatland studieren, planen im Ausland weiter-zustudieren.



- Studieren Sie derzeit in Ihrem Herkunftsland?
- Planen Sie ins Ausland zu gehen, um dort weiterzustudieren?

Was Studenten nach dem Abschluss vorhaben



• Welche der folgenden Alternativen würden Sie am ehesten nach dem Abschluss auswählen?

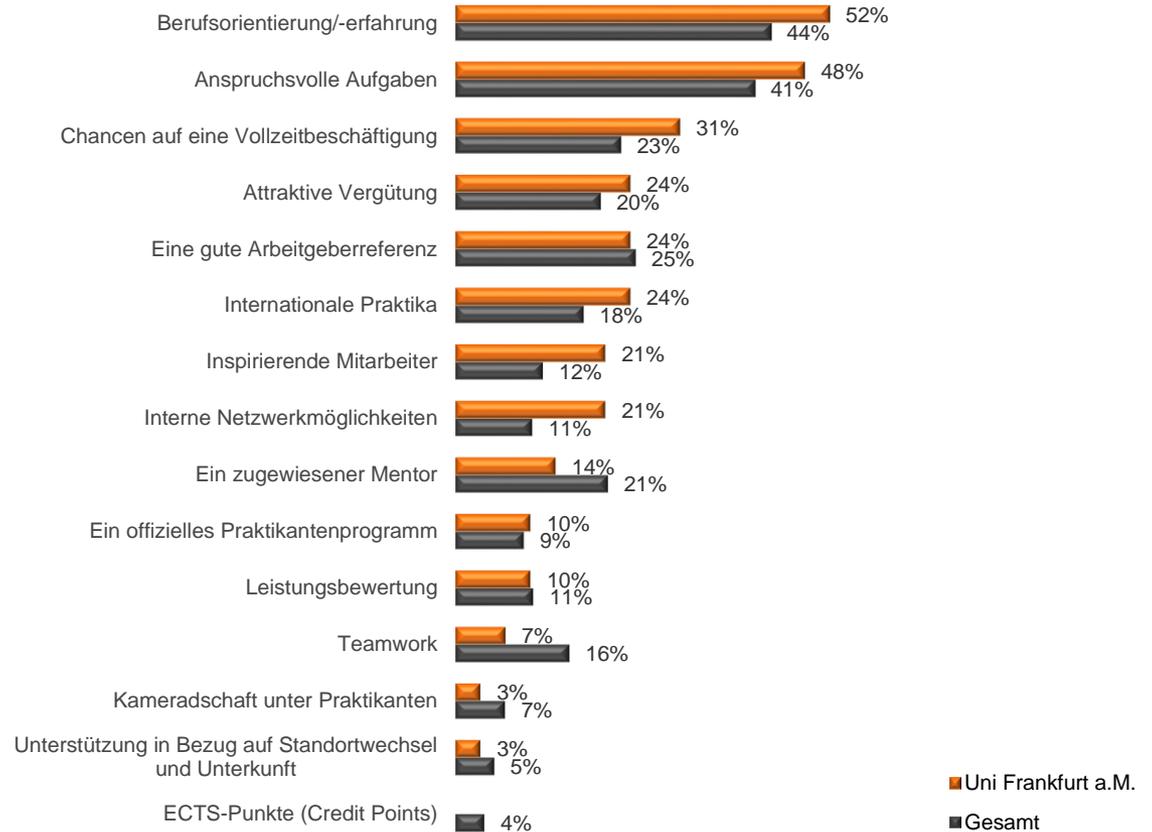
Praktika und deren wichtigste Eigenschaften

88%

der Studenten
beabsichtigen, ein
Praktikum zu
absolvieren.

78%

der Studenten
beabsichtigen, ein
Praktikum zu
absolvieren.



- Haben Sie vor, ein Praktikum zu absolvieren?
- Was ist Ihnen am wichtigsten, wenn Unternehmen Praktika anbieten? Bitte wählen Sie maximal drei Alternativen aus.

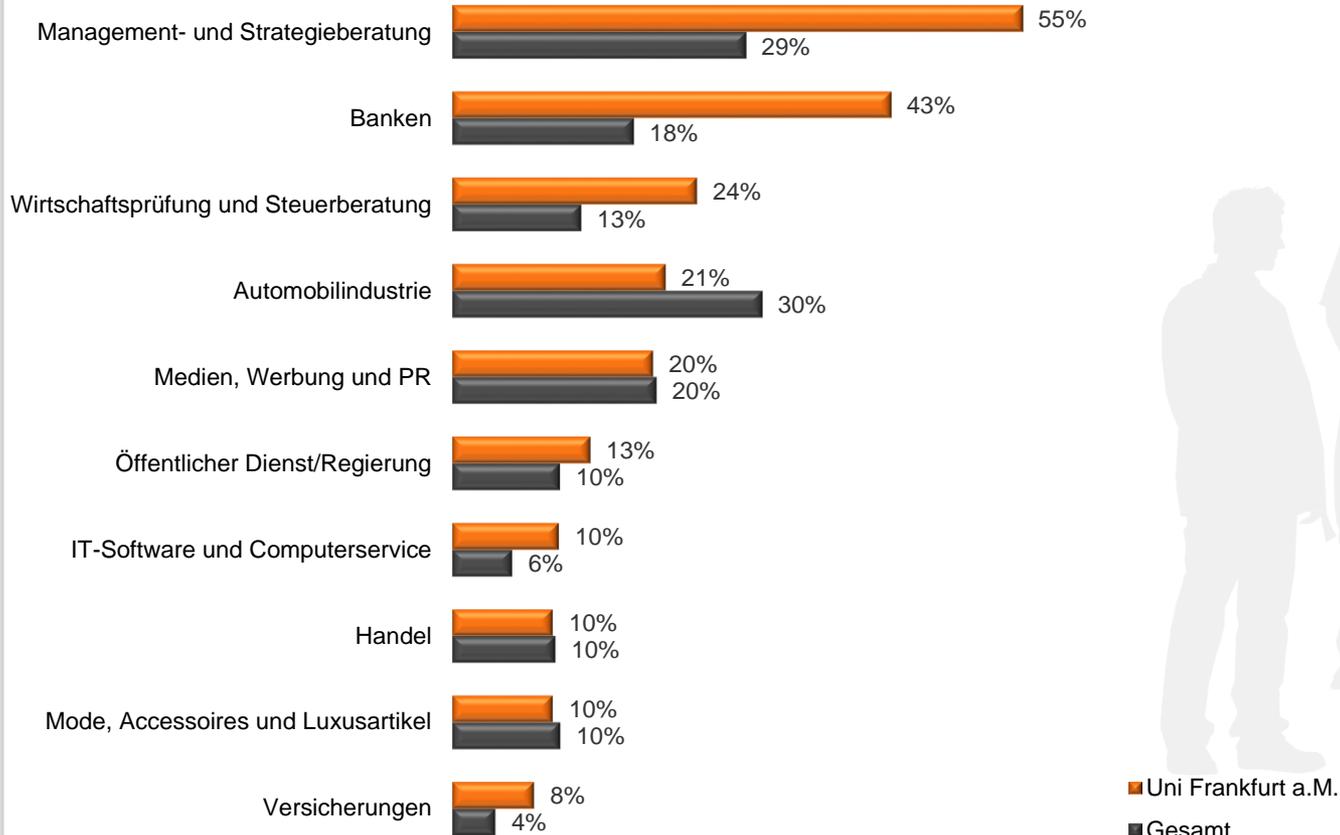
Inhaltsverzeichnis



ARBEITGEBERPRÄFERENZEN DER STUDENTEN

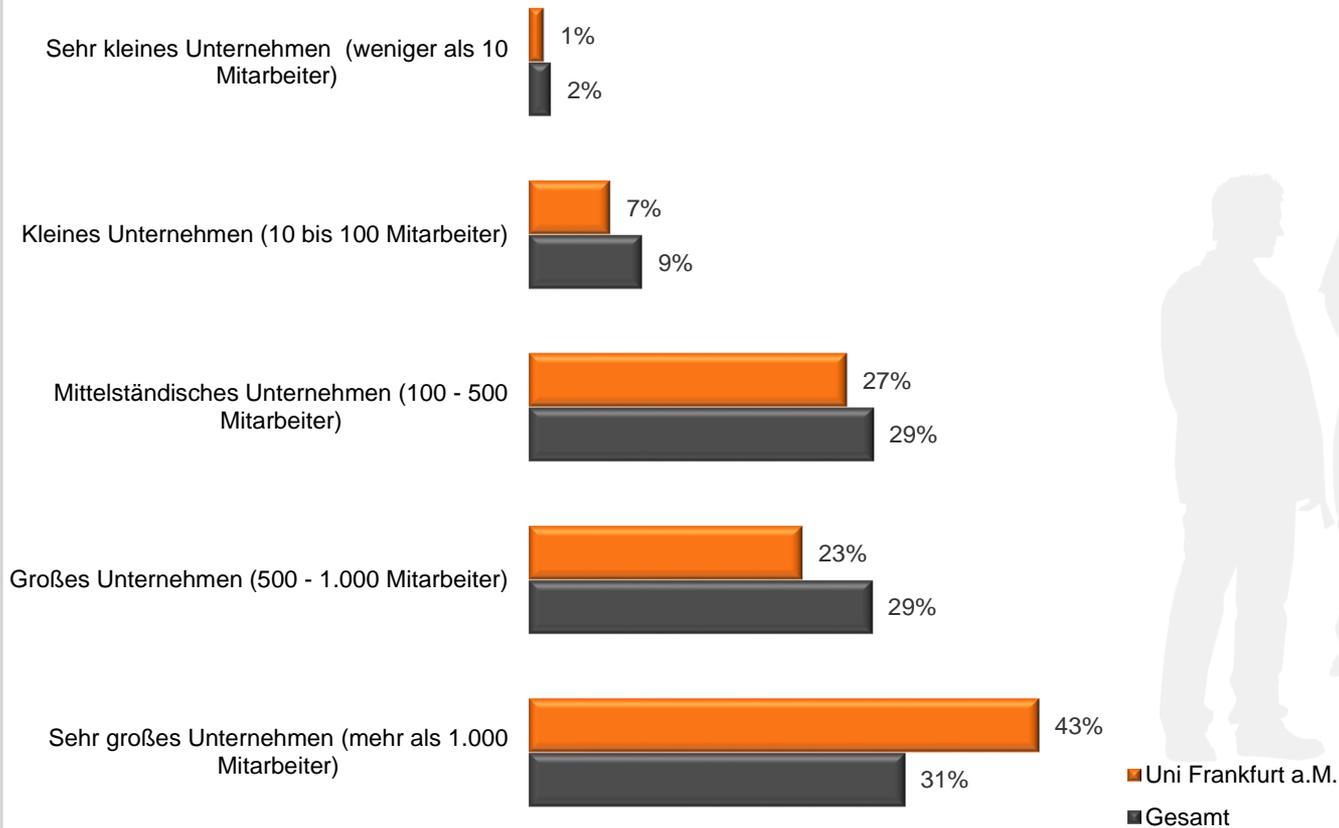
Erfahren Sie, welche Arbeitgeber-eigenschaften Ihre Studenten im Vergleich zur Gesamtpopulation bevorzugen. Anhand dieser Daten können Sie z.B. eruieren, welche Arbeitgeber die Studenten gerne einmal auf dem Campus treffen möchten oder welche Arbeitgeber in den letzten Jahren am erfolgreichsten gewesen sind, die Studenten für sich zu begeistern.

Bevorzugte Branchen



• In welcher Branche würden Sie im Idealfall nach Ihrem Studium gerne arbeiten? Bitte wählen Sie maximal drei Alternativen aus.

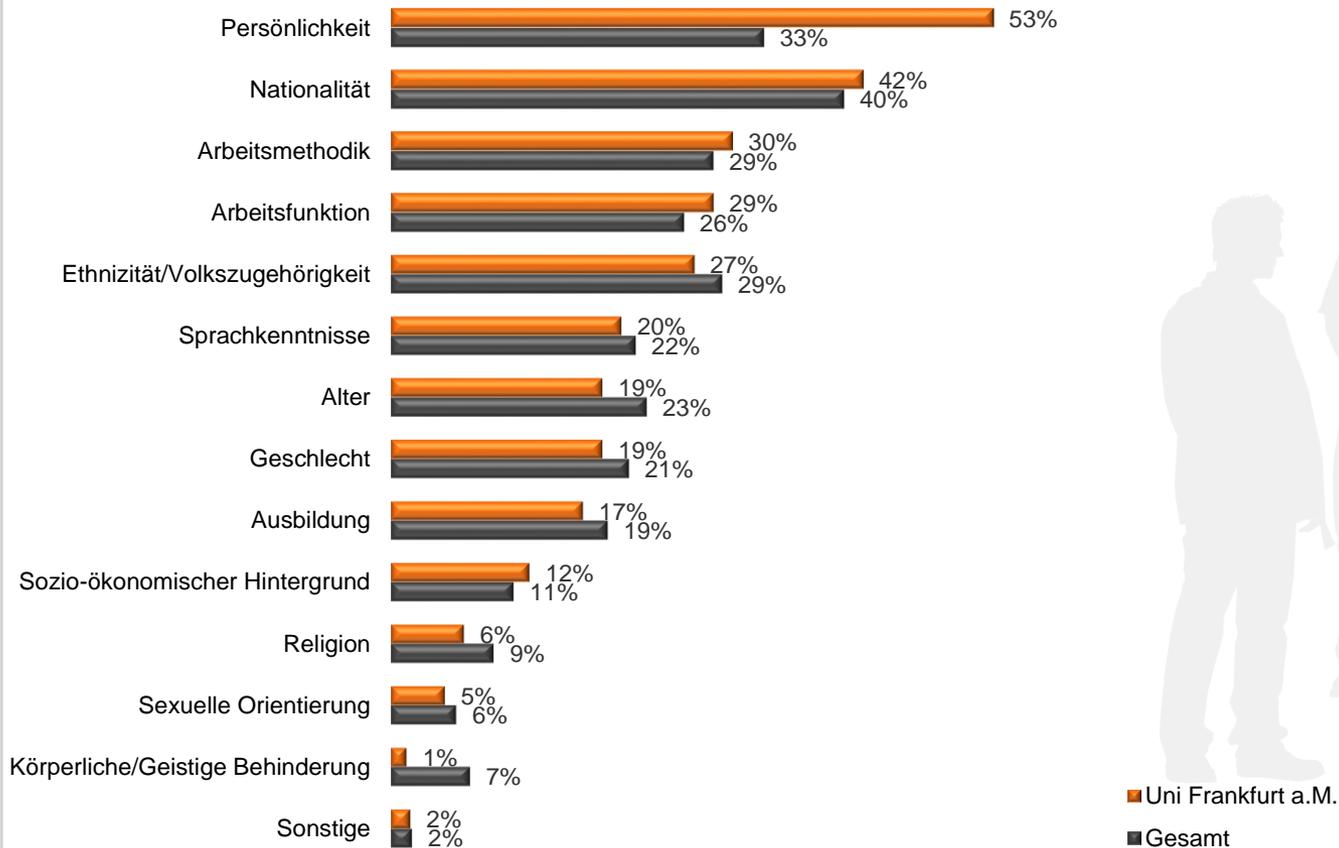
Bevorzugte Unternehmensgröße des ersten Arbeitgebers



• Wie groß sollte Ihr erster Arbeitgeber im Idealfall sein?



Was assoziieren Studenten mit Vielfalt/Diversity am Arbeitsplatz?

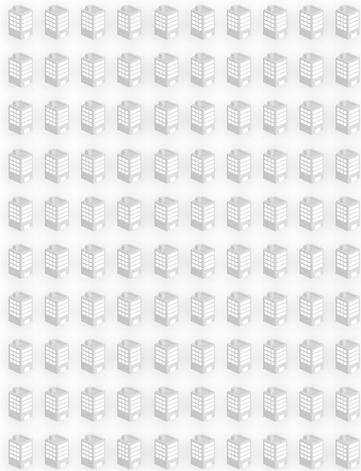


• Welche der folgenden Merkmale assoziieren Sie mit dem Begriff "Vielfalt/Diversity" mit Bezug auf den Arbeitsplatz? Bitte wählen Sie maximal drei Alternativen aus.

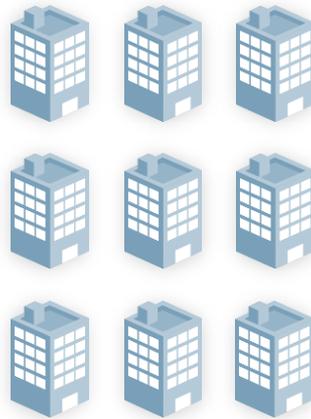


Die Universum Rankings

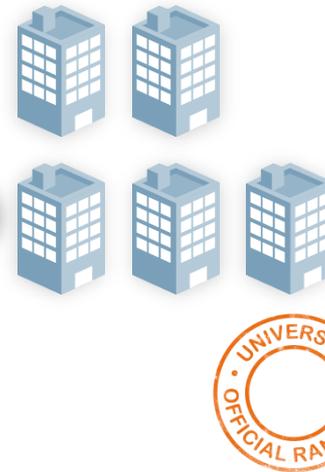
KOMPLETTE LISTE DER ARBEITGEBER
(~ 130 Arbeitgeber pro Studienfach)



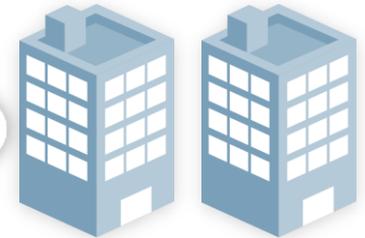
RANKING DER IN BETRACHT GEZOGENEN ARBEITGEBER
(so viele wie angemessen)



RANKING DER IDEALEN ARBEITGEBER
(maximal 5 Arbeitgeber)



BEWERBERRANKING
(Ja, ich habe mich beworben/ werde mich bewerben)



„Im Folgenden finden Sie eine Liste von Arbeitgebern. Welche dieser Arbeitgeber kämen für Sie in Betracht?“

„Bitte wählen Sie nun diejenigen Arbeitgeber aus, für die Sie am liebsten arbeiten möchten, Ihre idealen Arbeitgeber.“

„Haben Sie sich bei diesen Unternehmen/Organisationen beworben oder werden Sie es tun?“

Der Universum Rekrutierungstrichter

KENNEN DIE STUDENTEN SIE ALS ARBEITGEBER?

WERDEN SIE ALS ARBEITGEBER IN BETRACHT GEZOGEN?

SIND SIE EIN IDEALER ARBEITGEBER?

BEWERBEN SICH DIE STUDENTEN BEI IHNEN?

Bekanntheit

In Betracht ziehen

Wunsch

Bewerbung



Ranking der in Betracht gezogenen Arbeitgeber | Top 30

Uni Frankfurt a.M. | Wirtschaftswissenschaften

Arbeitgeber	Rang 2013	Prozent 2013	Trend	Arbeitgeber	Rang 2013	Prozent 2013	Trend
Deutsche Lufthansa	1	42,70%	→ 0	Goldman Sachs	15	31,02%	↑ 7
Audi	2	41,97%	↑ 4	Daimler/Mercedes-Benz	17	28,10%	↓ -10
PwC (PricewaterhouseCoopers)	3	39,78%	↑ 7	Morgan Stanley	17	28,10%	↑ 3
Deutsche Bank	4	38,69%	→ 0	Commerzbank	19	27,37%	↓ -9
Europäische Zentralbank (EZB)	4	38,69%	↑ 5	Fraport	20	27,01%	↓ -2
Ernst & Young	6	37,23%	↑ 1	UBS	21	26,64%	↑ 10
Google	6	37,23%	↑ 11	Deloitte	22	24,82%	↑ 3
BMW Group	8	35,77%	↓ -6	Microsoft	22	24,82%	↑ 5
KPMG	8	35,77%	↓ -3	BCG	24	24,45%	↓ -2
Porsche	10	35,04%	↓ -7	HUGO BOSS	24	24,45%	↑ 15
J.P. Morgan	11	32,48%	↑ 4	Siemens	24	24,45%	↓ -4
McKinsey & Company	12	32,12%	↑ 1	KfW Bankengruppe	27	23,36%	↑ 7
Volkswagen	13	31,75%	↓ -3	Procter & Gamble	27	23,36%	↓ -9
Deutsche Börse	14	31,39%	↑ 1	Auswärtiges Amt	29	22,99%	→ 0
Deutsche Bundesbank	15	31,02%	↓ -1	Roland Berger Strategy Consultants	30	21,90%	↓ -5

• Im Folgenden finden Sie eine Liste von Arbeitgebern. Welche dieser Arbeitgeber kämen für Sie in Betracht?

Ranking der idealen Arbeitgeber | Top 20

Uni Frankfurt a.M. | Wirtschaftswissenschaften

Arbeitgeber	Rang 2013	Prozent 2013	Trend	Arbeitgeber	Rang 2013	Prozent 2013	Trend
Deutsche Bank	1	19,92%	→ 0	KPMG	11	10,73%	↑ 3
Deutsche Lufthansa	1	19,92%	↑ 1	Porsche	12	9,96%	↓ -6
Europäische Zentralbank (EZB)	3	18,39%	→ 0	Ernst & Young	13	9,20%	↑ 7
Google	4	17,62%	↑ 5	Auswärtiges Amt	14	8,43%	↓ -8
Goldman Sachs	5	16,48%	↑ 4	BCG	14	8,43%	↑ 8
BMW Group	6	14,56%	↓ -3	UBS	14	8,43%	↑ 14
McKinsey & Company	6	14,56%	↑ 2	Deutsche Börse	17	8,05%	↑ 5
Audi	8	13,41%	↓ -3	Deutsche Bundesbank	18	7,66%	↓ -7
J.P. Morgan	8	13,41%	↑ 3	KfW Bankengruppe	18	7,66%	↑ 12
PwC (PricewaterhouseCoopers)	10	12,26%	↑ 1	Daimler/Mercedes-Benz	20	7,28%	↓ -2

• Bitte wählen Sie 5 Arbeitgeber aus der folgenden Liste aus, für die Sie am liebsten arbeiten möchten, Ihre 5 idealen Arbeitgeber.

Bewerberranking | Top 10

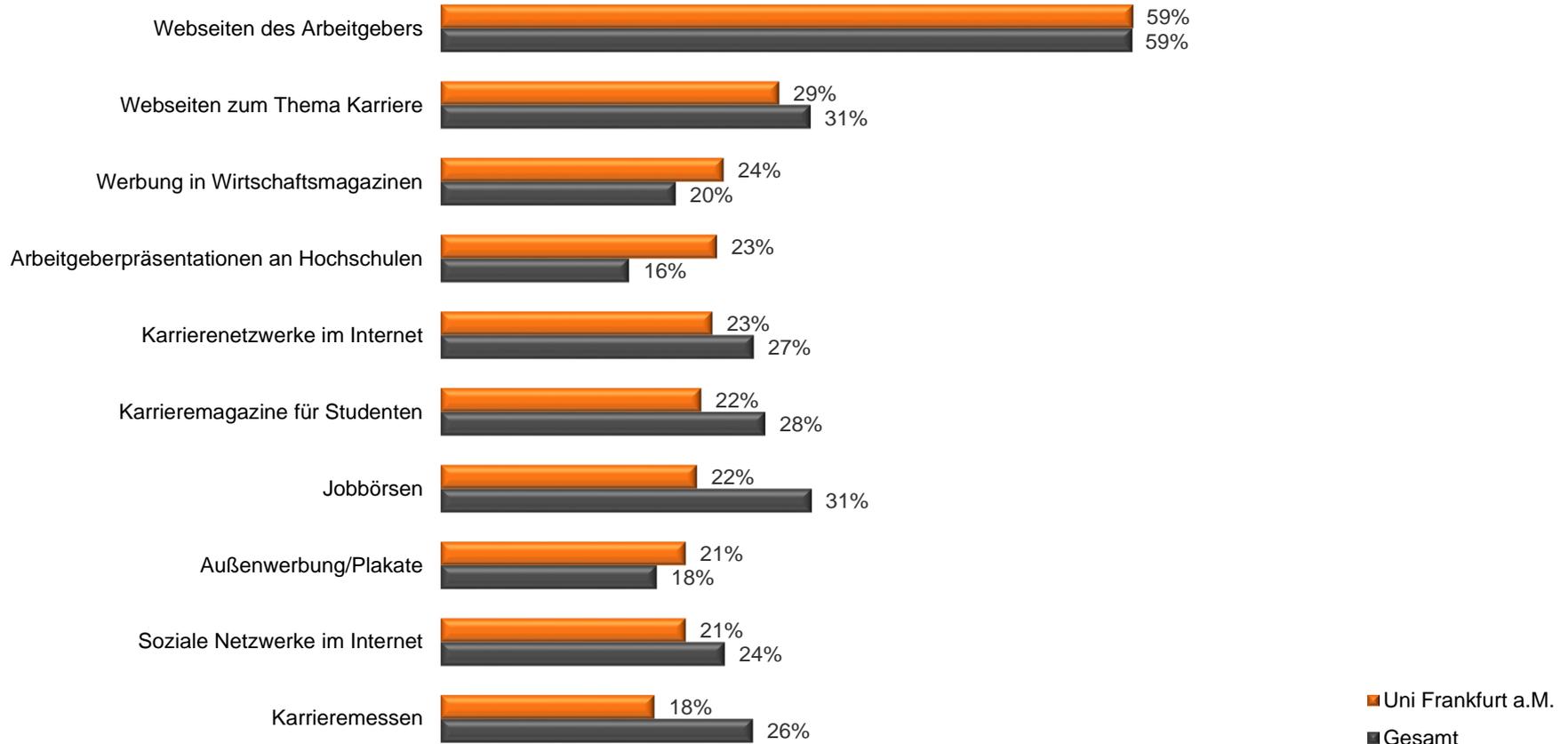
Uni Frankfurt a.M. | Wirtschaftswissenschaften

Arbeitgeber	Rang 2013	Prozent 2013	Trend	
Deutsche Bank	1	6,16%	→	0
Deutsche Lufthansa	2	5,54%	→	0
McKinsey & Company	3	5,34%	↑	7
Goldman Sachs	4	4,72%	↑	5
PwC (PricewaterhouseCoopers)	5	4,11%	↓	-2
BMW Group	6	3,90%	↑	9
Google	7	3,49%	↑	20
Europäische Zentralbank (EZB)	8	3,08%	↓	-5
J.P. Morgan	8	3,08%	↑	7
KPMG	8	3,08%	↓	-3

?

- Bitte wählen Sie 5 Arbeitgeber aus der folgenden Liste aus, für die Sie am liebsten arbeiten möchten, Ihre 5 idealen Arbeitgeber.
- Haben Sie sich bei diesen Unternehmen/Organisationen beworben oder werden Sie es tun?

Aktuelle Kommunikationskanäle | Top 10



• Über welche Kanäle haben Sie sich über diese Arbeitgeber bereits informiert?



Inhaltsverzeichnis

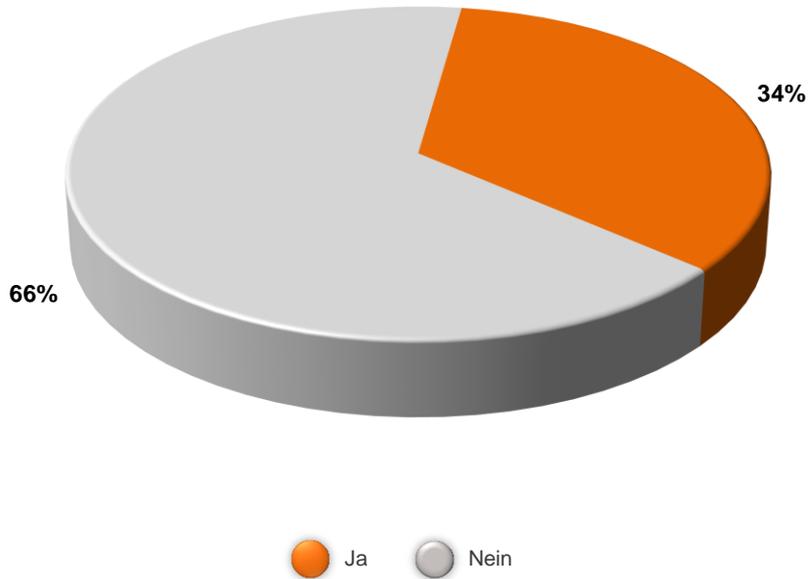


HOCHSCHULWAHRNEHMUNG DER STUDENTEN

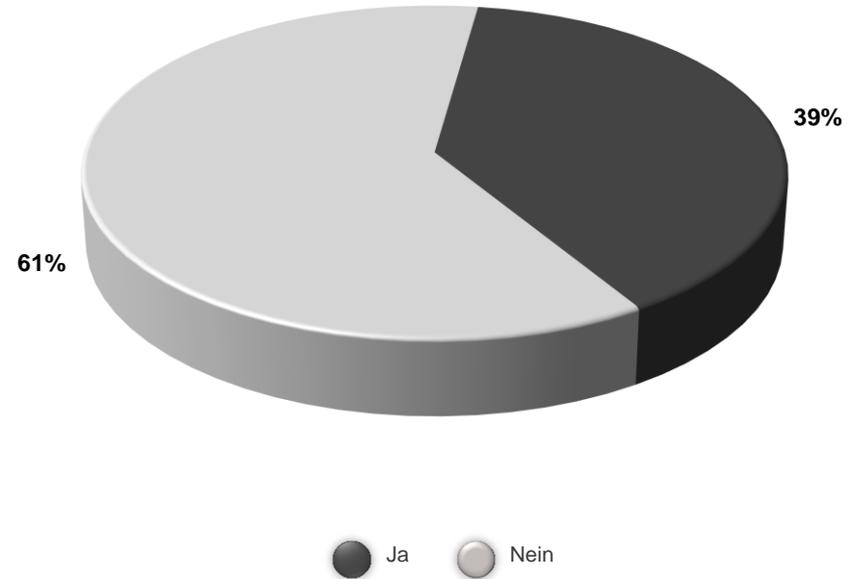
Lesen Sie, wie zufrieden die Studenten mit verschiedenen Eigenschaften ihres Studiums im Vergleich zu anderen Zielgruppen sind. Diese Ergebnisse zeigen auf, was die aktuelle Hochschule der Studenten besonders macht und auszeichnet.

Career Service | Nutzung

Uni Frankfurt a.M.



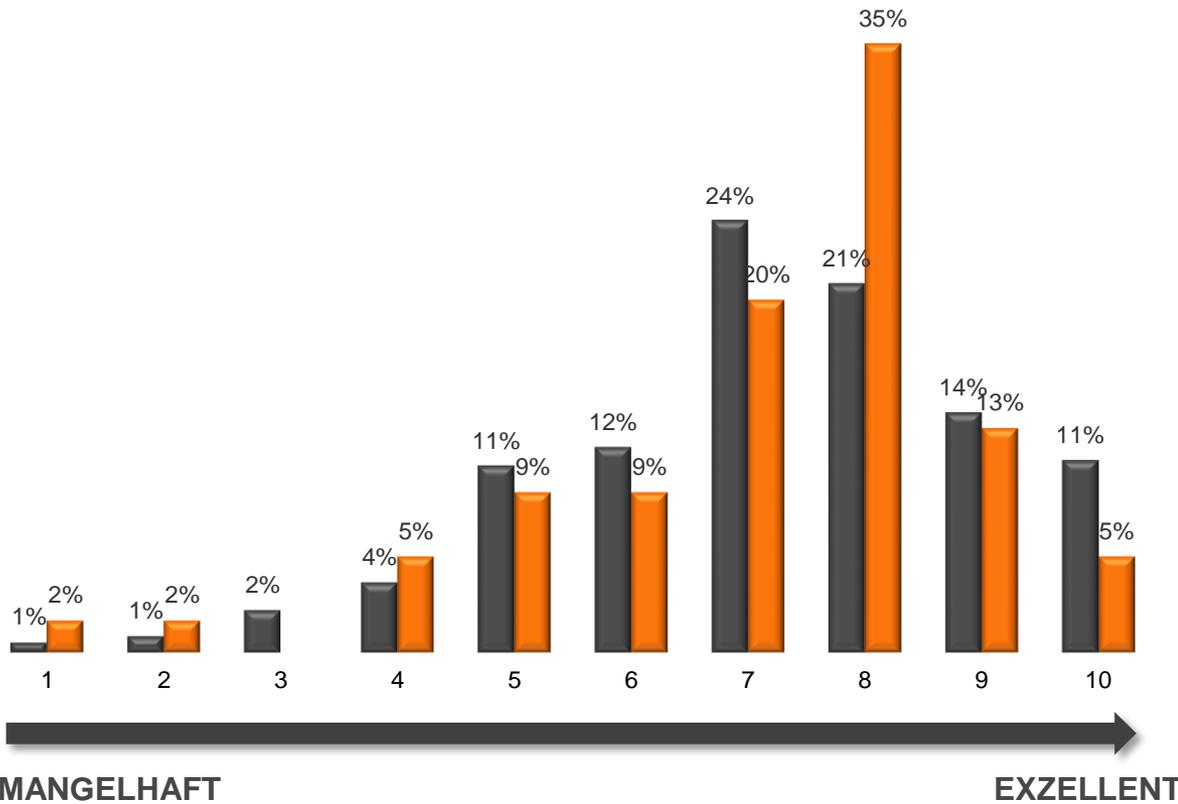
Gesamt



• Haben Sie den Career Service Ihrer Hochschule schon einmal in Anspruch genommen?



Career Service | Zufriedenheit



Durchschnittliche Zufriedenheit:

Uni Frankfurt a.M.

7,1

Gesamt

7,2

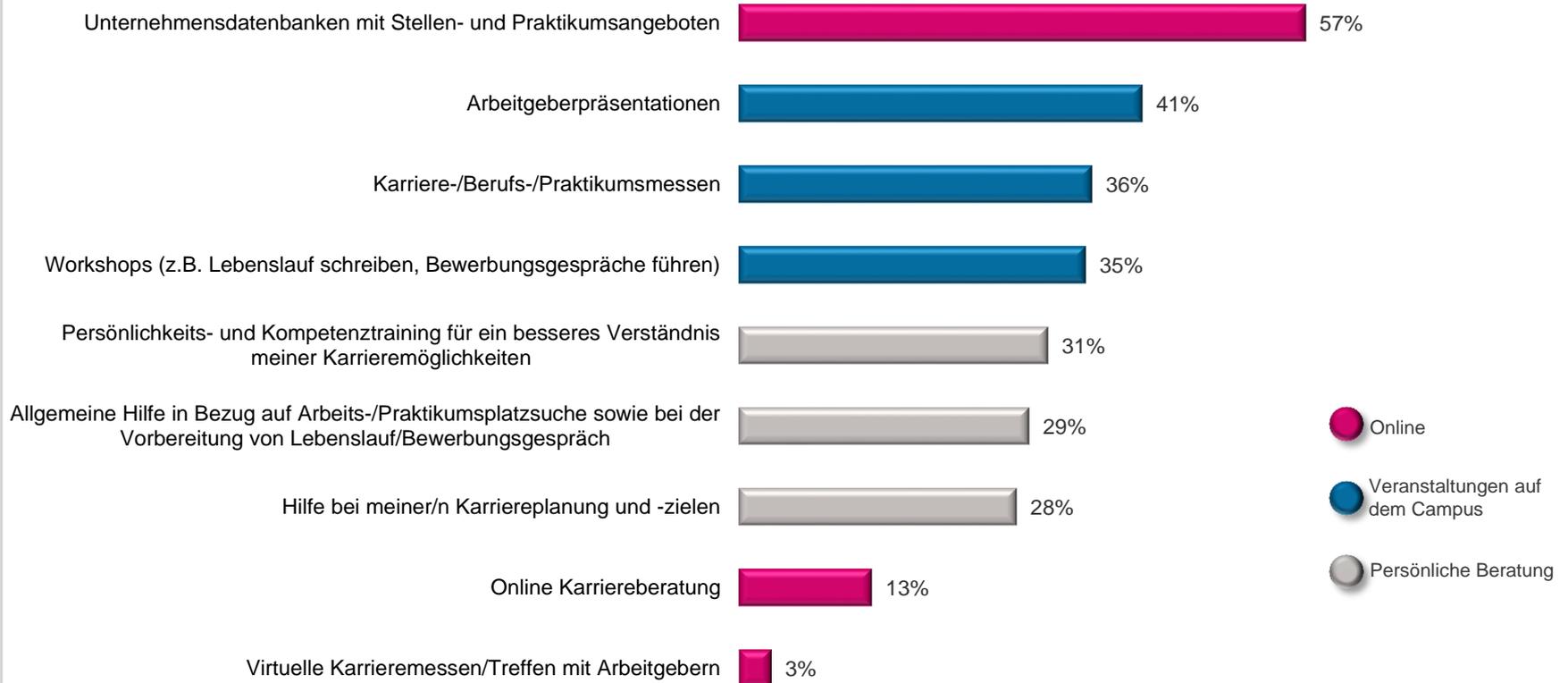
- Uni Frankfurt a.M.
- Gesamt

• Wie würden Sie den Career Service an Ihrer Hochschule bewerten?

?

Career Service | Erwartungen

Uni Frankfurt a.M.

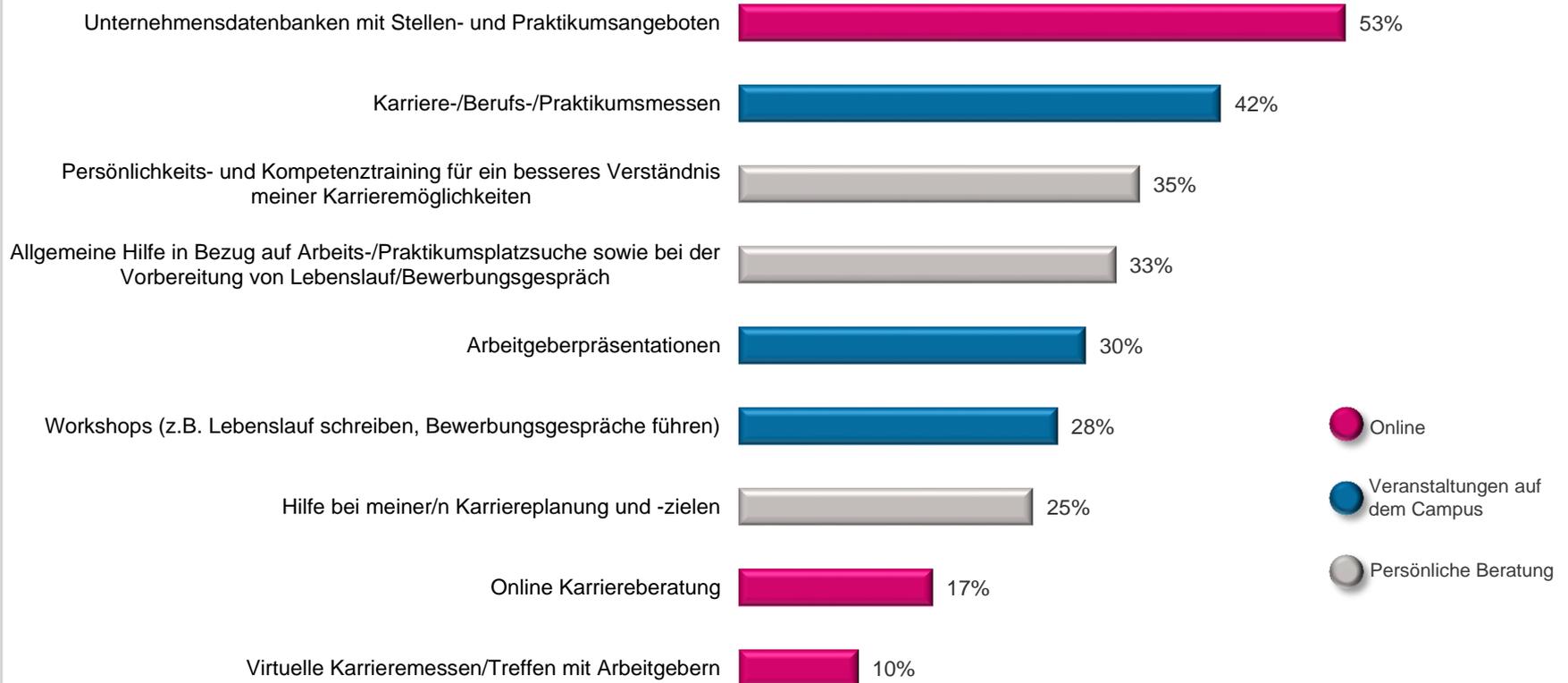


• Welche der folgenden Career Services sind Ihnen am wichtigsten?



Career Service | Erwartungen

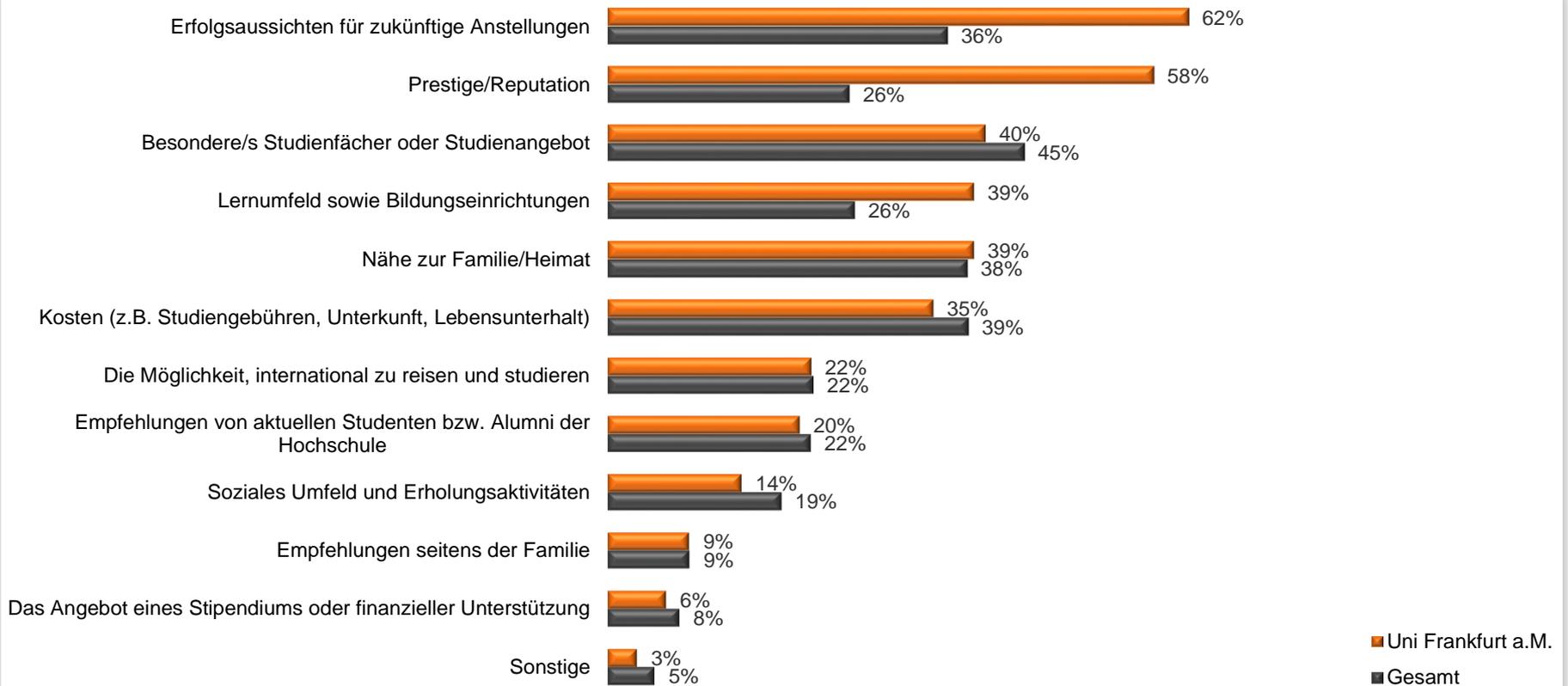
Gesamt



• Welche der folgenden Career Services sind Ihnen am wichtigsten?



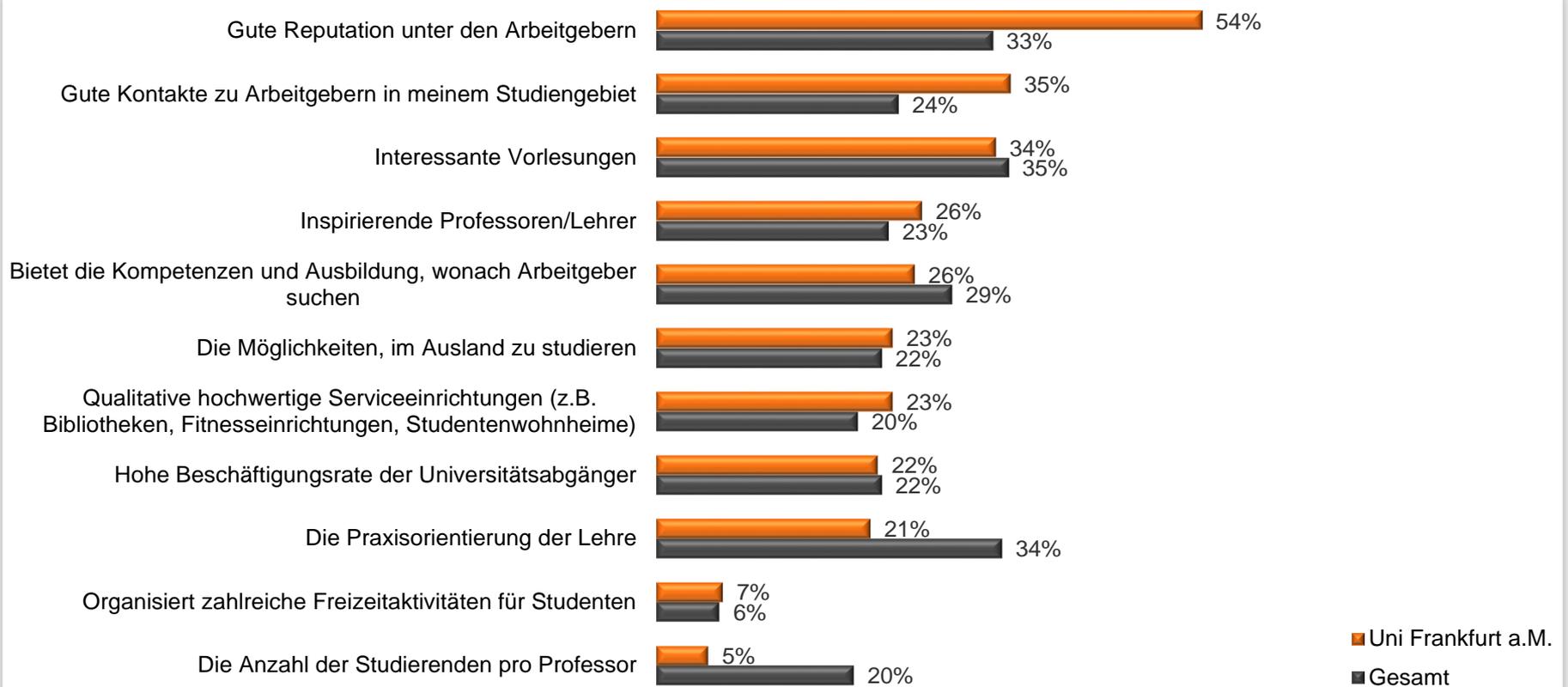
Hochschulauswahl | Entscheidungskriterien



Welche der folgenden Faktoren waren Ihnen im Rahmen der Hochschulauswahl am wichtigsten?



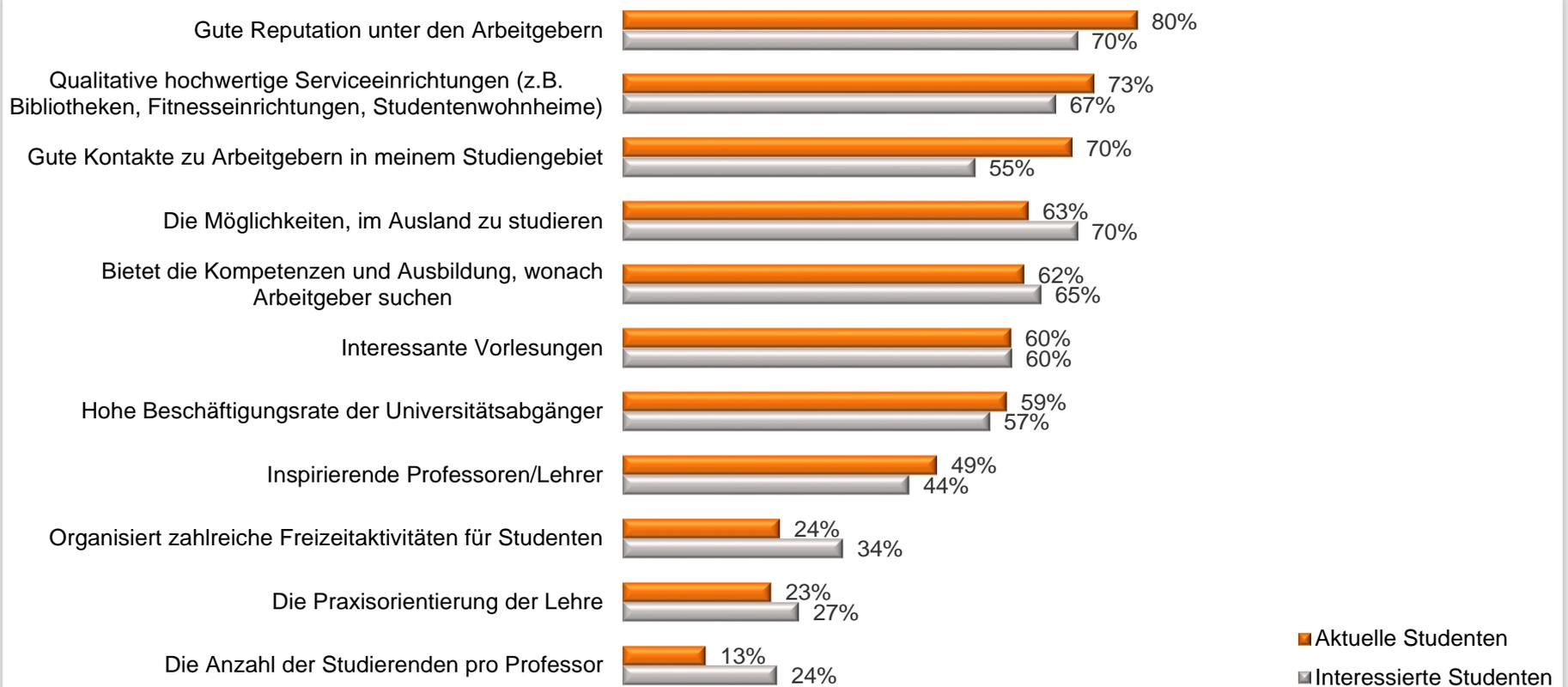
Die wichtigsten Treiber der Hochschulattraktivität



• Welche Eigenschaften sind Ihnen besonders wichtig?



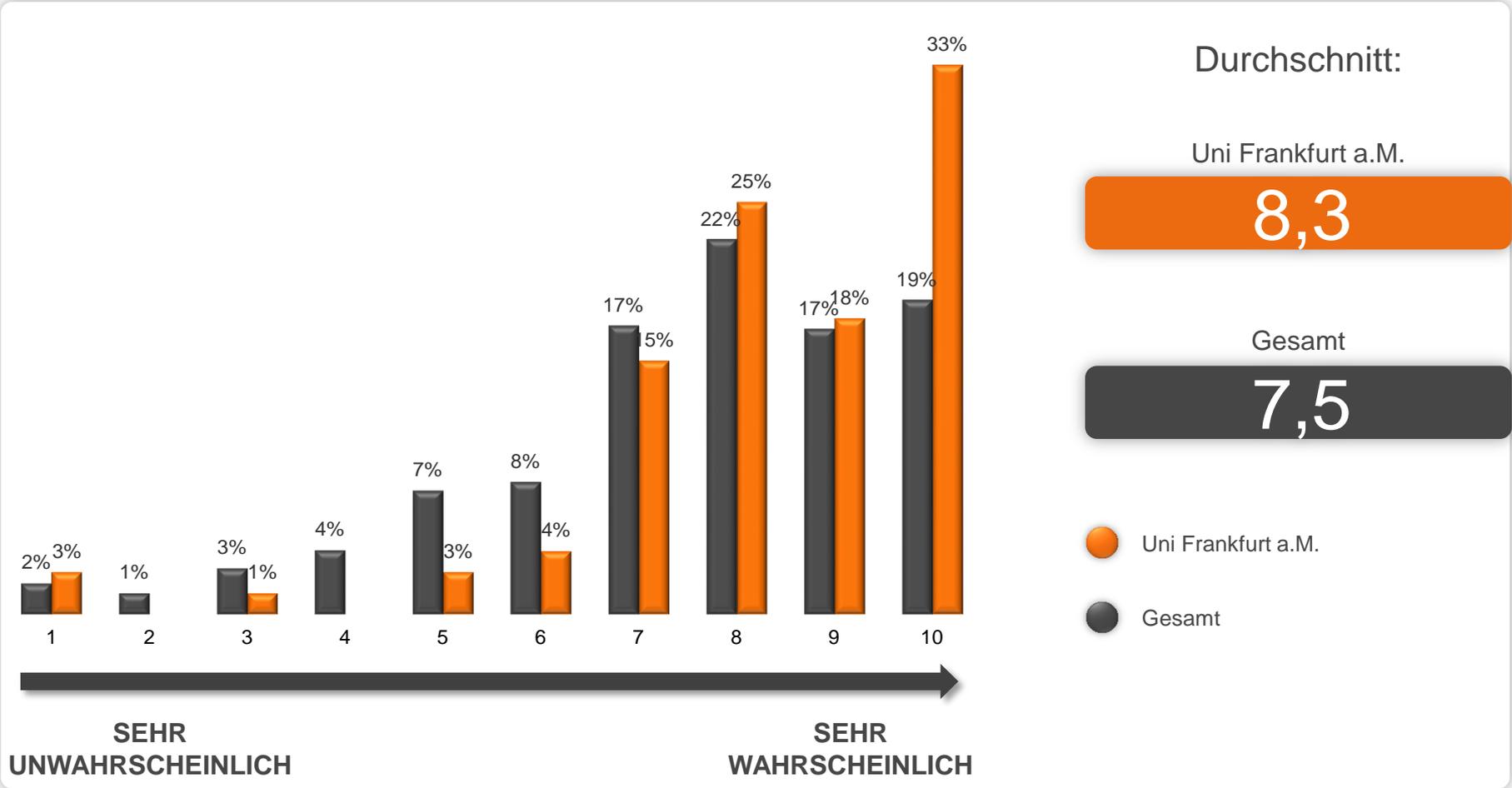
Die häufigsten Assoziationen | Uni Frankfurt a.M.



?

- Wenn Sie die Möglichkeit hätten, Ihr Studium erneut an einer Hochschule zu beginnen, welche Hochschule würden Sie auswählen?
- Welche der folgenden Attribute assoziieren Sie jeweils mit den Hochschulen?

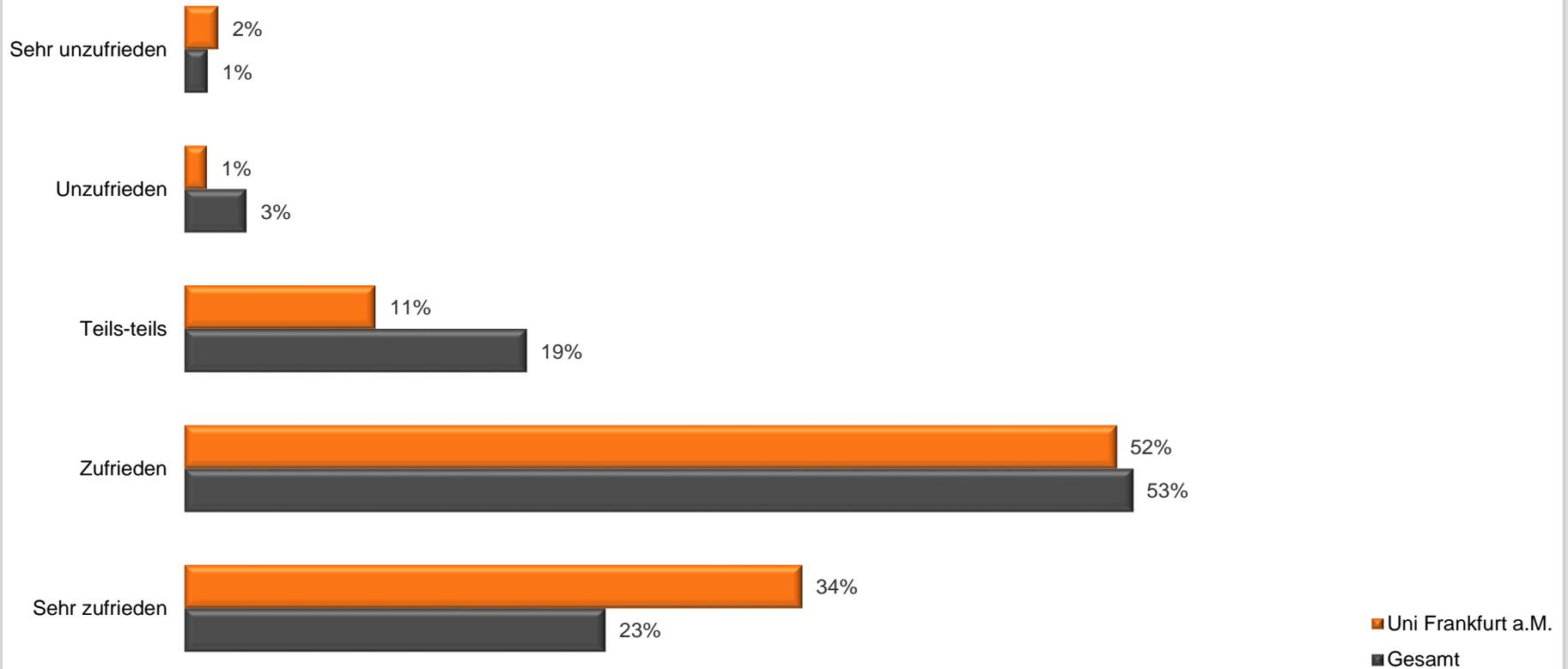
Weiterempfehlung der Hochschule



• Würden Sie Ihre Hochschule aufgrund Ihrer bisherigen Erfahrungen einem Freund oder Familienmitglied empfehlen?

?

Allgemeine Hochschulzufriedenheit

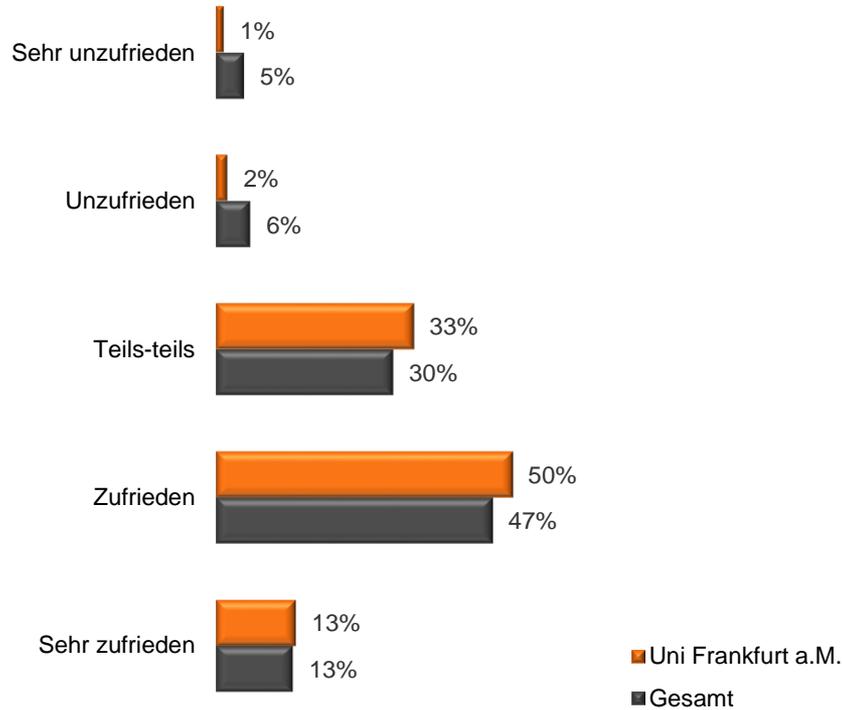


• Wie zufrieden sind Sie insgesamt mit Ihrer Hochschule?

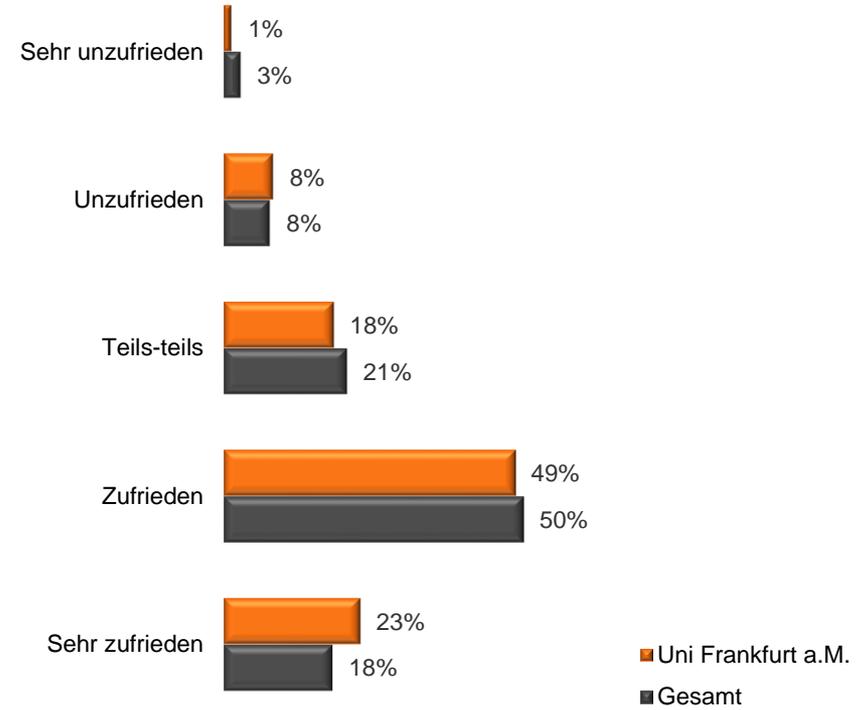


Hochschulzufriedenheit

Die Dozenten / Professoren



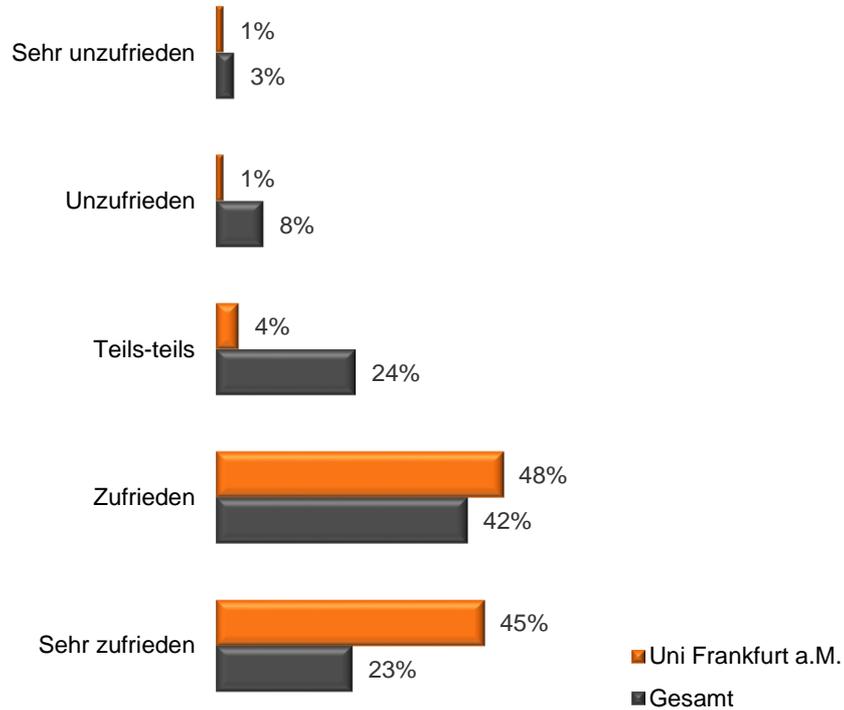
Das Studienangebot



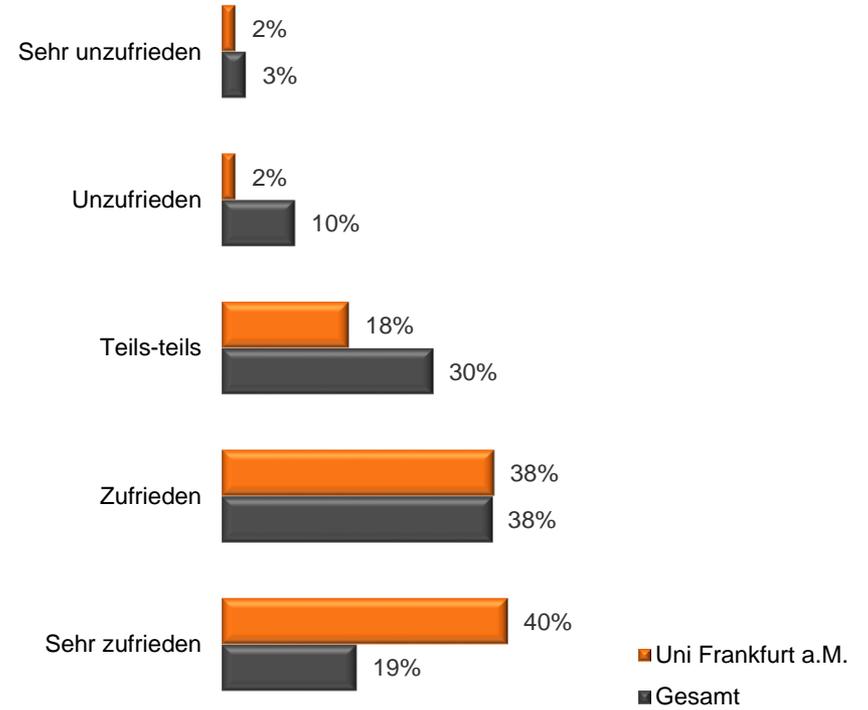
• Wie zufrieden oder unzufrieden sind Sie mit Ihrem gegenwärtigen Studenumfeld hinsichtlich der folgenden Faktoren? (Sehr zufrieden, Zufrieden, Teils-teils, Unzufrieden, Sehr unzufrieden)

Hochschulzufriedenheit

Der Ruf der Hochschule



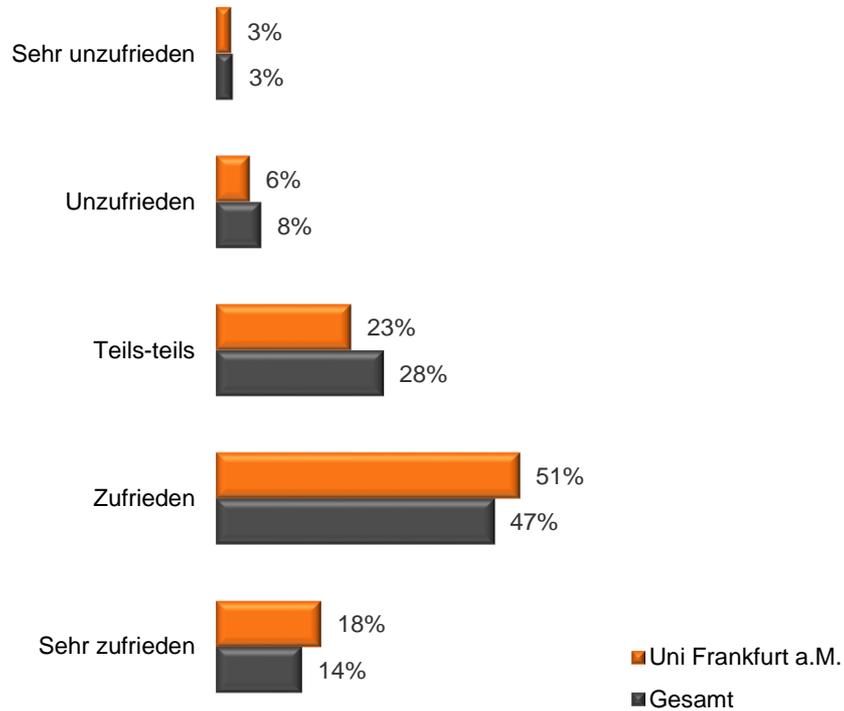
Die Kontakte der Hochschule zur freien Wirtschaft



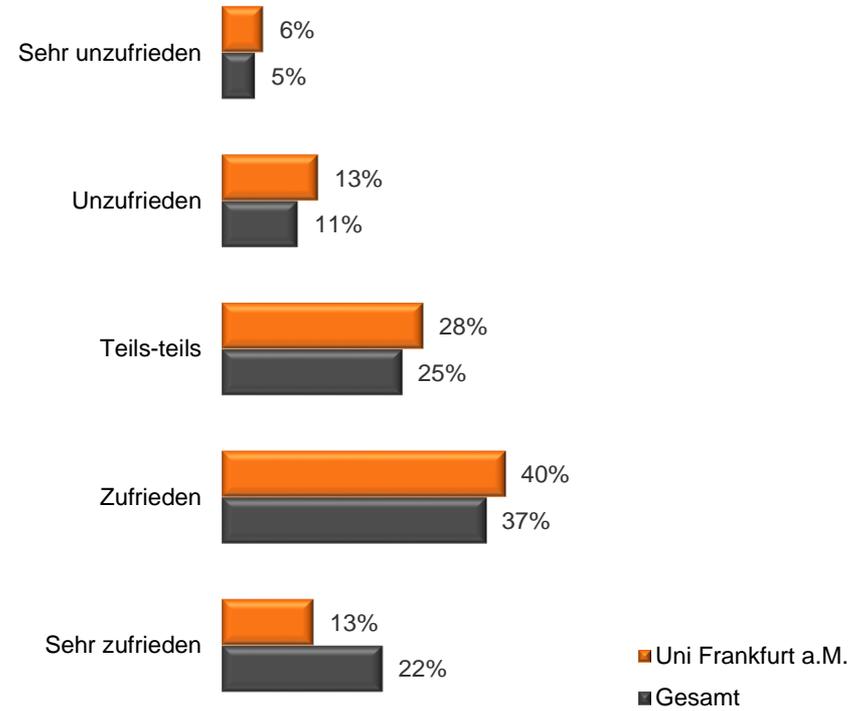
• Wie zufrieden oder unzufrieden sind Sie mit Ihrem gegenwärtigen Studiumfeld hinsichtlich der folgenden Faktoren? (Sehr zufrieden, Zufrieden, Teils-teils, Unzufrieden, Sehr unzufrieden)

Hochschulzufriedenheit

Die Qualität der Lehre



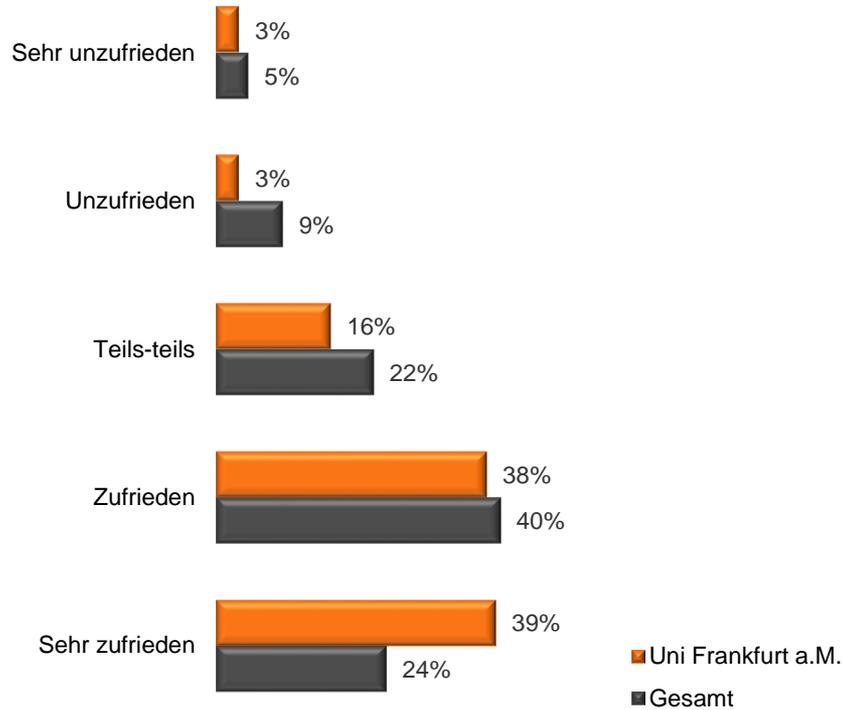
Die Möglichkeiten, im Ausland zu studieren



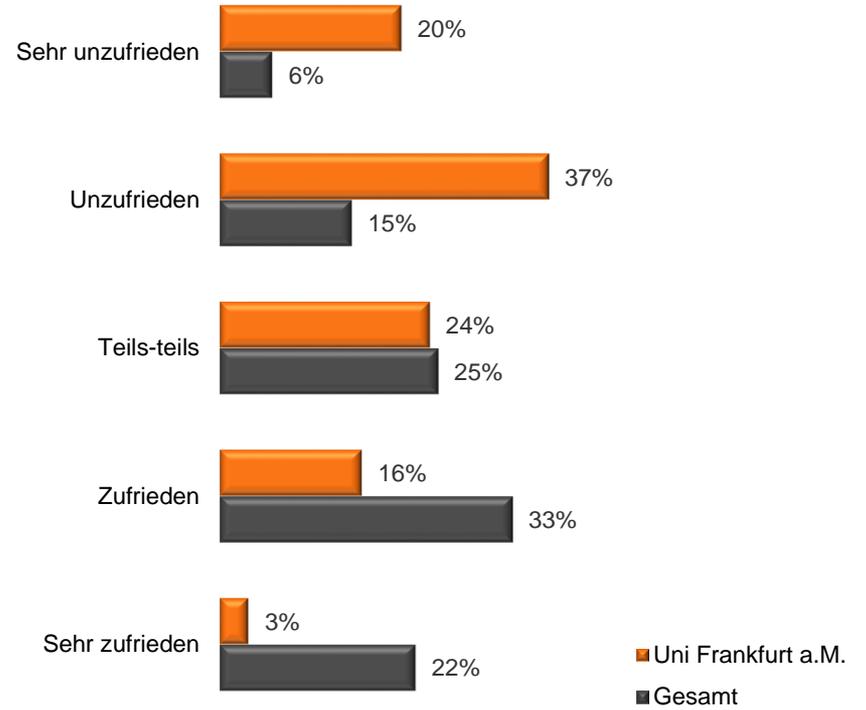
• Wie zufrieden oder unzufrieden sind Sie mit Ihrem gegenwärtigen Studenumfeld hinsichtlich der folgenden Faktoren? (Sehr zufrieden, Zufrieden, Teils-teils, Unzufrieden, Sehr unzufrieden)

Hochschulzufriedenheit

Der Zugang zu und die Qualität der Serviceeinrichtungen (z.B. Bibliotheken)



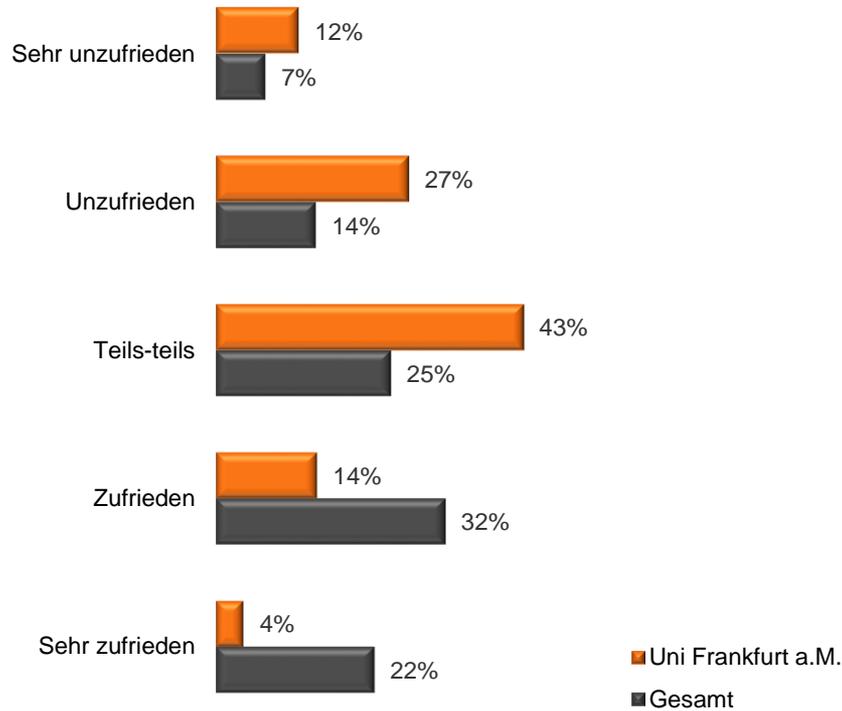
Die Lebenshaltungs- und Wohnkosten vor Ort



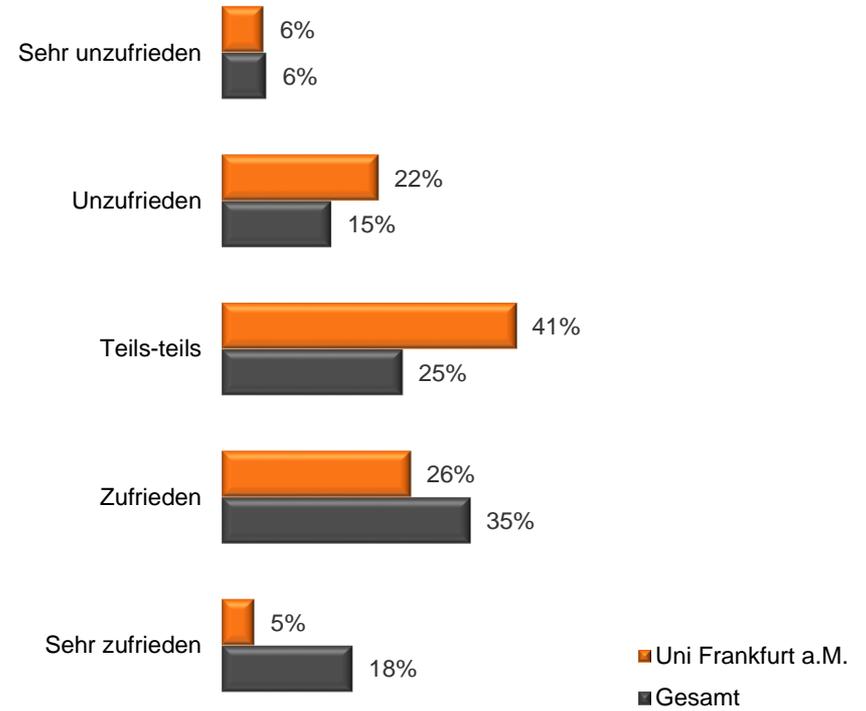
• Wie zufrieden oder unzufrieden sind Sie mit Ihrem gegenwärtigen Studiumfeld hinsichtlich der folgenden Faktoren? (Sehr zufrieden, Zufrieden, Teils-teils, Unzufrieden, Sehr unzufrieden)

Hochschulzufriedenheit

Die Anzahl der Studierenden pro Professor



Die Praxisorientierung der Lehre



• Wie zufrieden oder unzufrieden sind Sie mit Ihrem gegenwärtigen Studenumfeld hinsichtlich der folgenden Faktoren? (Sehr zufrieden, Zufrieden, Teils-teils, Unzufrieden, Sehr unzufrieden)

Inhaltsverzeichnis

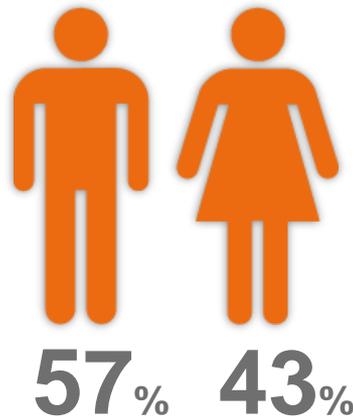


ZUSAMMENFASSUNG

Dieses Kapitel stellt abschließend die Schlüsselergebnisse komprimiert dar. Diese Inhalte können insbesondere dazu verwendet werden, um wesentliche Aspekte bequem internen sowie externen Interessengruppen auf einen Blick zu veranschaulichen.

Schlüsselergebnisse | Karrierepräferenzen

Uni Frankfurt a.M.



Karriereprofile | Top 3:

- Leader
- Internationalist
- Hunter

Durchschnittlich erwartetes Jahresgehalt: **42 954** EUR



Karriereziele | Top 3:

- 
- Eine ausgewogene Work-Life-Balance haben
 - Intellektuell herausgefordert sein
 - Führungskraft mit leitender Funktion

Kommunikationskanäle | Top 3:

- Webseiten des Arbeitgebers
- Webseiten zum Thema Karriere
- Werbung in Wirtschaftsmagazinen



Bevorzugte Branchen | Top 3 :

- Management- und Strategieberatung
- Banken
- Wirtschaftsprüfung und Steuerberatung



Attraktivste Attribute | Top 5:

- Ein attraktives Grundgehalt (Gehalt und Aufstiegsmöglichkeiten)
- Eine gute Referenz für meine zukünftige Karriere (Gehalt und Aufstiegsmöglichkeiten)
- Eine anspruchsvolle Tätigkeit (Eigenschaften des Jobs)
- Ein freundliches Arbeitsumfeld (Mensch und Kultur)
- Hohes Einkommen in der Zukunft (Gehalt und Aufstiegsmöglichkeiten)

! Dies ist ein Auszug eines Hochschulberichts basierend auf den Ergebnissen der Universum Studentenbefragung 2013. Weitere Information über Universum und unsere globale Marktforschung finden Sie unter: www.universumglobal.com.

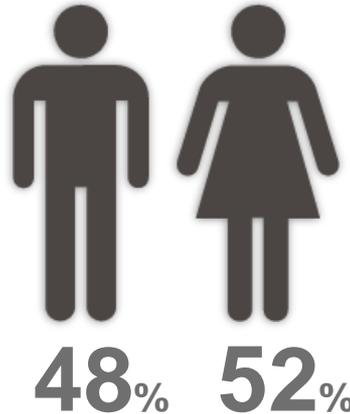
Schlüsselergebnisse | Karrierepräferenzen

Gesamt



Durchschnittliches
Alter:

24,2



Karriereprofile | Top 3:

- Leader
- Harmoniser
- Hunter

Durchschnittlich erwartetes
Jahresgehalt: **40 524** EUR



Karriereziele | Top 3:

- Eine ausgewogene Work-Life-Balance haben
- Einem sicheren und beständigen Job nachgehen
- Führungskraft mit leitender Funktion

Kommunikationskanäle | Top 3:

- Webseiten des Arbeitgebers
- Jobbörsen
- Webseiten zum Thema Karriere



Bevorzugte Branchen | Top 3 :

- Automobilindustrie
- Management- und Strategieberatung
- Medien, Werbung und PR



Attraktivste Attribute | Top 5:

- Ein attraktives Grundgehalt (Gehalt und Aufstiegsmöglichkeiten)
- Ein freundliches Arbeitsumfeld (Mensch und Kultur)
- Eine sichere Anstellung (Eigenschaften des Jobs)
- Hohes Einkommen in der Zukunft (Gehalt und Aufstiegsmöglichkeiten)
- Vielfältige Arbeitsaufgaben (Eigenschaften des Jobs)



This is an extract from a Hochschulbericht based on the results of Universum Student Survey 2013. Please visit www.universumglobal.com for more information about Universum and our global research.

Inhaltsverzeichnis



ANHANG

Zusätzliche detaillierte Daten und Hintergrundinformationen zu den Ergebnissen des Berichts.

ANHANG

- 6.1** METHODIK UND STICHPROBE
- 6.2** DIE TREIBER DER ARBEITGEBERATTRAKTIVITÄT
- 6.3** BEVORZUGTE ARBEITGEBER
- 6.4** KARRIEREPROFILE

Die Universum Studentenbefragung und die Stichprobe des Berichts

METHODIK

DER FRAGEBOGEN

- ✓ Beruht auf **25 Jahren Erfahrung**, umfassender Forschung im Bereich Personalwesen, Fokusgruppen und Kommunikation mit unseren Kunden und Studenten.
- ✓ Globale Perspektive – lokale Erkenntnisse

DATENERHEBUNG

Basiert auf einer **exklusiven Befragung**, die über Hochschulen, das Universum Panel sowie weitere nationale Partner versendet wird.

GEWICHTUNG DER DATEN

Um unseren Kunden verlässliche Daten anbieten zu können, basiert die Erhebung auf zuvor definierten Zielzahlen pro Hochschule und Fachbereich, um die tatsächliche Verteilung der Studenten zu reflektieren. Eine Gewichtung trägt dazu bei, dass Abweichungen von den Zielzahlen ausgeglichen werden.

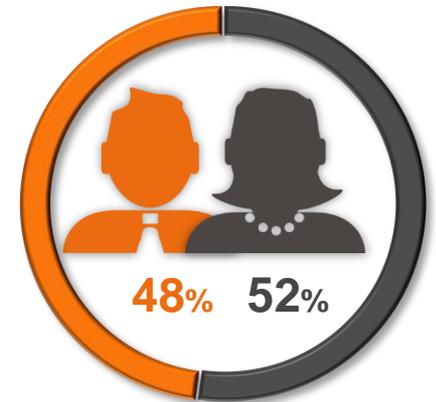
IHR BERICHT



189
Anzahl
repräsentierter
Hochschulen



8 971
alle an der Studie teilnehmenden Studenten der
Wirtschaftswissenschaften

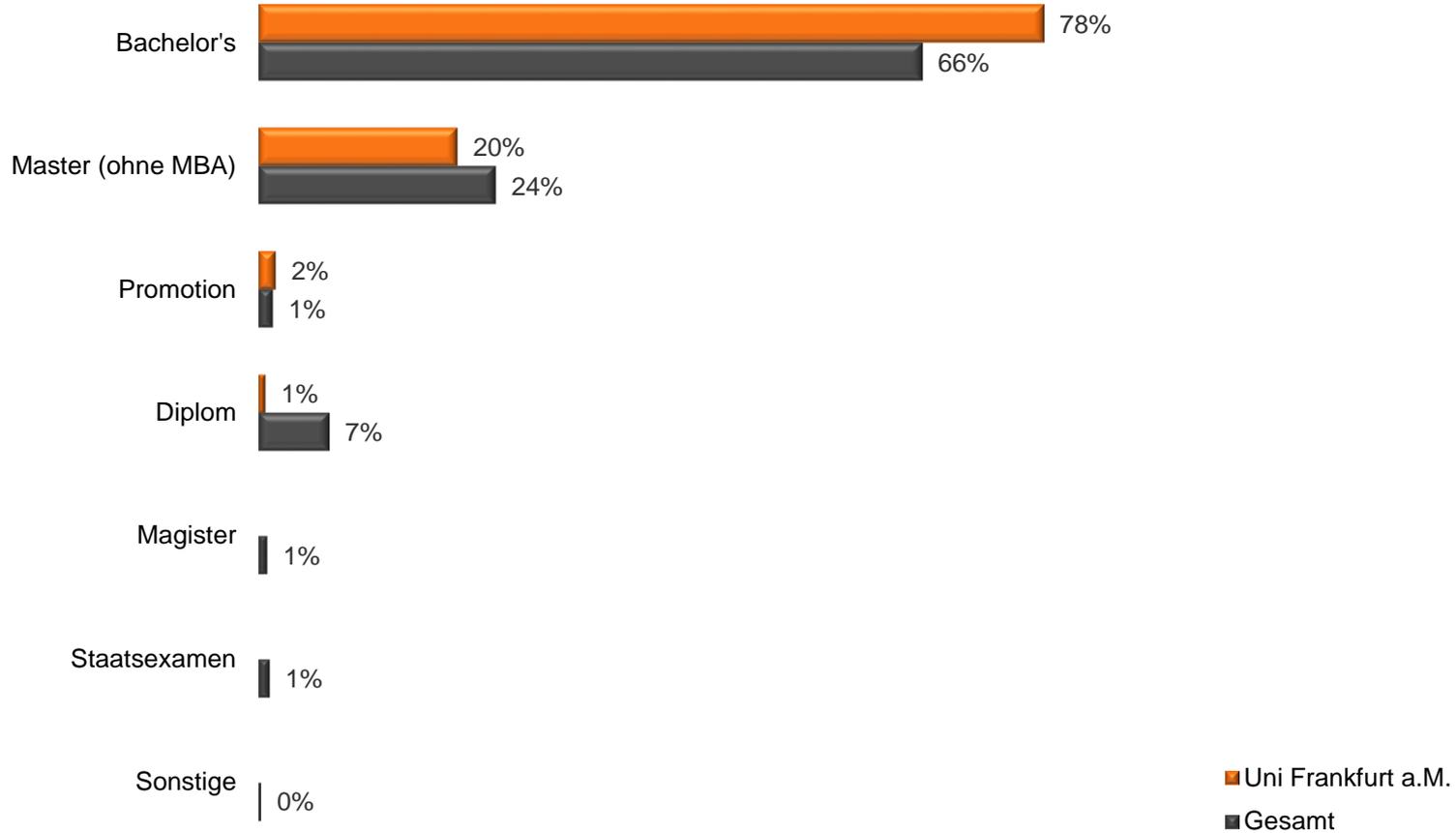


ERHEBUNGSZEITRAUM
Oktober 2012 bis März 2013

Gesamtstichprobe

22 714

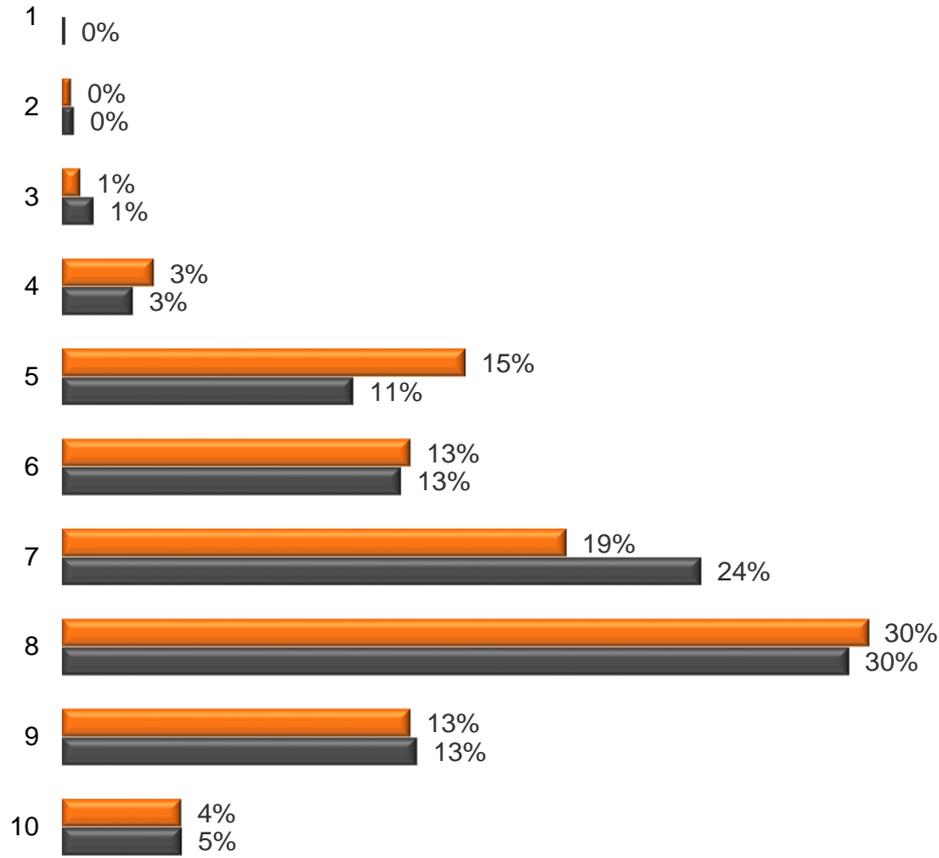
Abschluss



• Welchen Abschluss streben Sie momentan an?



Akademische Leistung



DURCHSCHNITT

Uni Frankfurt a.M.



Gesamt



■ Uni Frankfurt a.M.
■ Gesamt



• Bitte bewerten Sie Ihre akademischen Leistungen auf einer Skala von 1 bis 10. Dabei steht '10' für herausragende Leistungen und '5' für durchschnittliche Leistungen.

Studienschwerpunkt | Wirtschaftswissenschaften (1/2)

Studienfächer	Uni Frankfurt a.M.	Gesamt
Finanzwirtschaft	51%	15%
Volkswirtschaftslehre	30%	16%
Buchführung/Rechnungswesen/Steuerlehre/Wirtschaftsprüfung	29%	16%
Marketing	26%	22%
Allgemeine BWL	26%	35%
(Strategisches) Management	23%	15%
Business informatic	15%	7%
Statistik	10%	6%
Wirtschaftsrecht	9%	7%
Controlling	7%	15%
Informationsmanagement	5%	3%
Internationales Management	4%	12%
Marktforschung	4%	6%
Handel/Einkauf	2%	3%

- Welchen Studienschwerpunkt haben Sie?

?

Studienschwerpunkt | Wirtschaftswissenschaften (2/2)

Studienfächer	Uni Frankfurt a.M.	Gesamt
Personalwirtschaft	2%	12%
Wirtschaftspsychologie	2%	3%
Kommunikationslehre	1%	3%
Absatzwirtschaft/Vertrieb	1%	4%
Logistik	1%	10%
Strategische Planung	1%	4%
Real Estate	0%	1%
Touristik	0%	3%
Umweltmanagement	0%	2%
Gesundheitsmanagement	0%	1%
Gründungsmanagement	0%	2%
Hotelmanagement/Gastronomie	0%	1%
Wirtschaftsingenieurwesen	0%	5%
Öffentliche Verwaltungslehre	0%	1%
Sonstige Wirtschaftswissenschaften	4%	4%

- Welchen Studienschwerpunkt haben Sie?

?

Hochschulen | Gesamt (1/9)

Hochschule	Gesamt	Hochschule	Gesamt
FOM Hochschule	4,18%	HS Heilbronn	1,21%
Uni Hamburg	2,32%	Uni Bochum	1,16%
FernUni Hagen	2,16%	TU Dresden	1,12%
Uni Köln	2,04%	Uni Augsburg	1,09%
Uni Duisburg-Essen	1,53%	Uni Karlsruhe (KIT)	1,03%
Uni Hohenheim	1,49%	FU Berlin	0,99%
Uni Mannheim	1,39%	HS Pforzheim	0,99%
WWU Münster	1,37%	Uni Hannover	0,96%
Uni Frankfurt a.M.	1,32%	FH Köln	0,94%
LMU München	1,27%	FH Koblenz	0,93%
Uni Erlangen-Nürnberg	1,26%		



• Welche Hochschule besuchen Sie?



Die Ergebnisse wurden entsprechend der Anzahl der Studenten pro Hochschule gewichtet.

Hochschulen | Gesamt (2/9)

Hochschule	Gesamt	Hochschule	Gesamt
Uni Leipzig	0,92%	HS RheinMain	0,80%
HWR Berlin	0,90%	Leuphana Uni Lüneburg	0,80%
HS Bremen	0,89%	Ostfalia HAW	0,79%
Uni Paderborn	0,89%	Uni Magdeburg	0,79%
HS München	0,88%	FH Ludwigshafen	0,78%
Uni Bremen	0,86%	Uni Wuppertal	0,77%
Uni Mainz	0,86%	TU Darmstadt	0,76%
Uni Göttingen	0,83%	TU Dortmund	0,75%
Uni Halle	0,83%	HTW Berlin	0,74%
Uni Bamberg	0,82%	HS Reutlingen	0,73%
HS Nürnberg	0,81%		



• Welche Hochschule besuchen Sie?



Die Ergebnisse wurden entsprechend der Anzahl der Studenten pro Hochschule gewichtet.

Hochschulen | Gesamt (3/9)

Hochschule	Gesamt	Hochschule	Gesamt
Uni Jena	0,73%	Uni Kiel	0,67%
TU Chemnitz	0,73%	HU Berlin	0,66%
Uni des Saarlandes	0,73%	Uni Regensburg	0,66%
Uni Bayreuth	0,72%	HTW des Saarlandes	0,63%
TU München	0,71%	Uni Oldenburg	0,62%
FH Worms	0,71%	Uni Gießen	0,60%
FH Münster	0,70%	Uni Kassel	0,59%
Uni Siegen	0,67%	Uni Trier	0,58%
HS Mittweida	0,67%	HS Darmstadt	0,58%
FH Würzburg-Schweinfurt	0,67%	Uni Potsdam	0,57%
HS Bonn-Rhein-Sieg	0,67%		



• Welche Hochschule besuchen Sie?



Die Ergebnisse wurden entsprechend der Anzahl der Studenten pro Hochschule gewichtet.

Hochschulen | Gesamt (4/9)

Hochschule	Gesamt	Hochschule	Gesamt
FH Mainz	0,55%	HTWK Leipzig	0,50%
HAW Hamburg	0,55%	FH Frankfurt a.M.	0,50%
Wismar, HS	0,55%	FH Dortmund	0,49%
HS Bochum	0,55%	HS Regensburg	0,49%
Uni Würzburg	0,55%	TU Berlin	0,48%
Europa-Uni Viadrina	0,53%	Uni Bonn	0,48%
Westfälische HS	0,52%	IUBH Bad Honnef-Bonn	0,47%
Uni Greifswald	0,52%	Hamburger Fern-Hochschule	0,47%
HS Anhalt	0,51%	HS Fulda	0,47%
FH Kiel	0,51%	HS Niederrhein	0,47%
Uni Konstanz	0,51%		



• Welche Hochschule besuchen Sie?



Die Ergebnisse wurden entsprechend der Anzahl der Studenten pro Hochschule gewichtet.

Hochschulen | Gesamt (5/9)

Hochschule	Gesamt	Hochschule	Gesamt
Uni Marburg	0,47%	FH Hannover	0,42%
Uni Passau	0,46%	Westfälische HS Zwickau	0,40%
HS Karlsruhe	0,46%	FH Kaiserslautern	0,40%
HAW Ingolstadt	0,46%	HS Ansbach	0,39%
FH Bielefeld	0,45%	BTU Cottbus	0,39%
FH Düsseldorf	0,45%	HS Hof	0,39%
FH Aachen	0,45%	TH Mittelhessen	0,39%
Uni Rostock	0,44%	Frankfurt School	0,38%
EBS Oestrich-Winkel/Wiesbaden	0,44%	HDU Deggendorf	0,38%
HS Aschaffenburg	0,43%	Uni Osnabrück	0,36%
TU Kaiserslautern	0,43%		



• Welche Hochschule besuchen Sie?



Die Ergebnisse wurden entsprechend der Anzahl der Studenten pro Hochschule gewichtet.

Hochschulen | Gesamt (6/9)

Hochschule	Gesamt	Hochschule	Gesamt
FH Stralsund	0,36%	Uni Bielefeld	0,33%
RWTH Aachen	0,36%	Uni Düsseldorf	0,33%
KU Eichstätt-Ingolstadt	0,36%	HS Aalen	0,33%
TU Bergakademie Freiberg	0,36%	HS Augsburg	0,33%
FH Osnabrück	0,35%	Uni Heidelberg	0,32%
HfWU Nürtingen-Geislingen	0,35%	HdM Stuttgart	0,31%
HS Kempten	0,35%	FH Brandenburg	0,30%
RFH Köln	0,35%	Uni Flensburg	0,29%
Steinbeis-HS Berlin	0,35%	HS Zittau/Görlitz	0,29%
Uni Freiburg	0,35%	Uni Stuttgart	0,28%
Uni Tübingen	0,35%		



• Welche Hochschule besuchen Sie?



Die Ergebnisse wurden entsprechend der Anzahl der Studenten pro Hochschule gewichtet.

Hochschulen | Gesamt (7/9)

Hochschule	Gesamt	Hochschule	Gesamt
FH Erfurt	0,28%	UBW München	0,24%
FH Flensburg	0,27%	HS Coburg	0,23%
HS Harz	0,27%	HTW Dresden	0,23%
TU Ilmenau	0,26%	HS Amberg-Weiden	0,22%
Uni Ulm	0,24%	ISM Campus Dortmund	0,21%
FH Jena	0,24%	HS Albstadt-Sigmaringen	0,21%
BiTS Iserlohn	0,24%	WHU	0,21%
FH Trier	0,24%	HS Konstanz	0,20%
FH Westküste	0,24%	HS Magdeburg-Stendal	0,20%
HS Furtwangen	0,24%	Uni Erfurt	0,19%
Jade HS	0,24%		



• Welche Hochschule besuchen Sie?



Die Ergebnisse wurden entsprechend der Anzahl der Studenten pro Hochschule gewichtet.

Hochschulen | Gesamt (8/9)

Hochschule	Gesamt	Hochschule	Gesamt
TU Clausthal	0,18%	HS Mannheim	0,15%
FH Eberswalde	0,17%	Zeppelin University	0,14%
BHfT Berlin	0,17%	HS Esslingen	0,13%
Munich Business School	0,16%	HS Biberach	0,12%
FH Nordakademie	0,16%	Uni Koblenz-Landau	0,12%
FHDW Paderborn	0,16%	HfT Stuttgart	0,12%
HS Merseburg	0,16%	HHL Leipzig Graduate School of Management	0,12%
HS Offenburg	0,16%	FH Lübeck	0,12%
HS Ravensburg-Weingarten	0,16%	FH Wedel	0,12%
HSU Hamburg	0,16%	HAWK Hildesheim/Holzminden/Göttingen	0,12%
HS Bremerhaven	0,15%		



• Welche Hochschule besuchen Sie?



Die Ergebnisse wurden entsprechend der Anzahl der Studenten pro Hochschule gewichtet.

Hochschulen | Gesamt (9/9)

Hochschule	Gesamt	Hochschule	Gesamt
Hochschule Lausitz	0,12%	Adam-Ries FH, Erfurt	0,04%
HS Rosenheim	0,12%	FH Schmalkalden	0,04%
Uni Witten-Herdecke	0,10%	SRH HS Calw	0,04%
ISM Campus Frankfurt	0,10%	Technische FH Wildau	0,04%
FH Nordhausen	0,08%	Uni Hildesheim	0,04%
FH Südwestfalen	0,08%	Adam-Ries FH, München	0,04%
HS Landshut	0,08%	Adam-Ries FH, Düsseldorf	0,03%
TU Hamburg-Harburg	0,08%	Uni Weimar	0,03%
ISM Campus München	0,08%	ISM Campus Hamburg	0,01%
HS Rhein-Waal, Campus Kleve	0,05%	TU Braunschweig	0,01%
ESCP Europe Campus Berlin	0,05%	Sonstige	2,52%



• Welche Hochschule besuchen Sie?



Die Ergebnisse wurden entsprechend der Anzahl der Studenten pro Hochschule gewichtet.

ANHANG

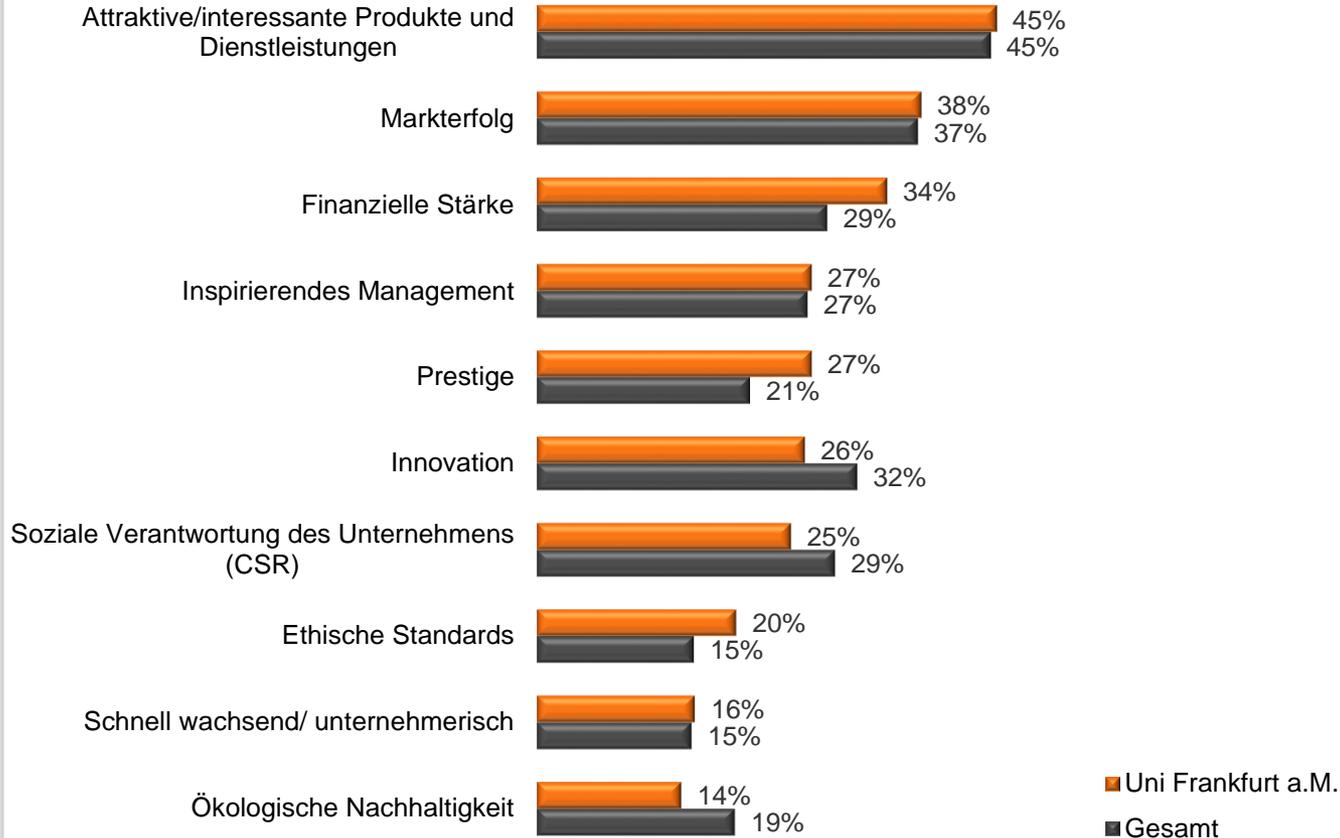
6.1 METHODIK UND STICHPROBE

6.2 DIE TREIBER DER ARBEITGEBERATTRAKTIVITÄT

6.3 BEVORZUGTE ARBEITGEBER

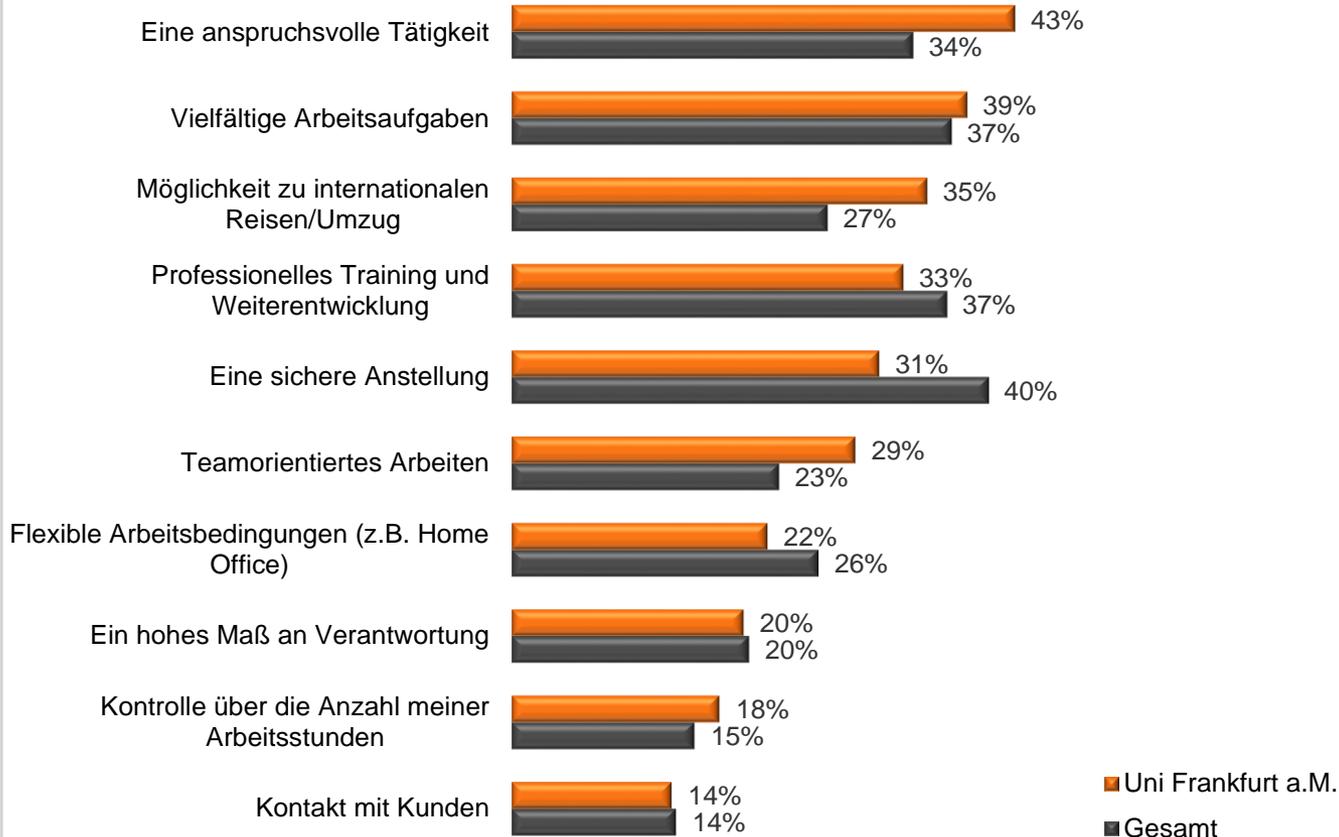
6.4 KARRIEREPROFILE

Attractive attributes | Ansehen und Image des Arbeitgebers



• Welche Eigenschaften sind Ihnen besonders wichtig? Bitte wählen Sie maximal drei Alternativen aus.

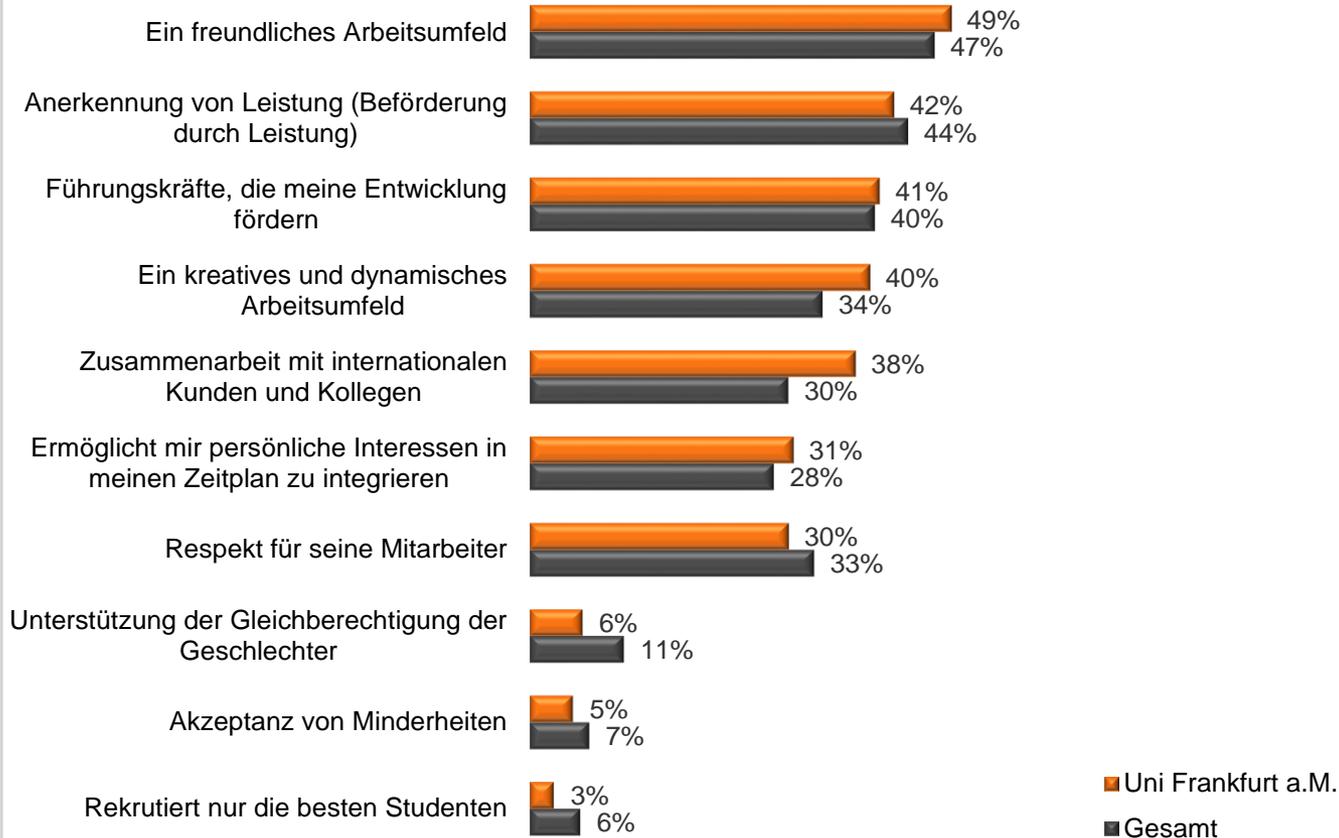
Attractive attributes | Jobeigenschaften



• Welche Eigenschaften sind Ihnen besonders wichtig? Bitte wählen Sie maximal drei Alternativen aus.



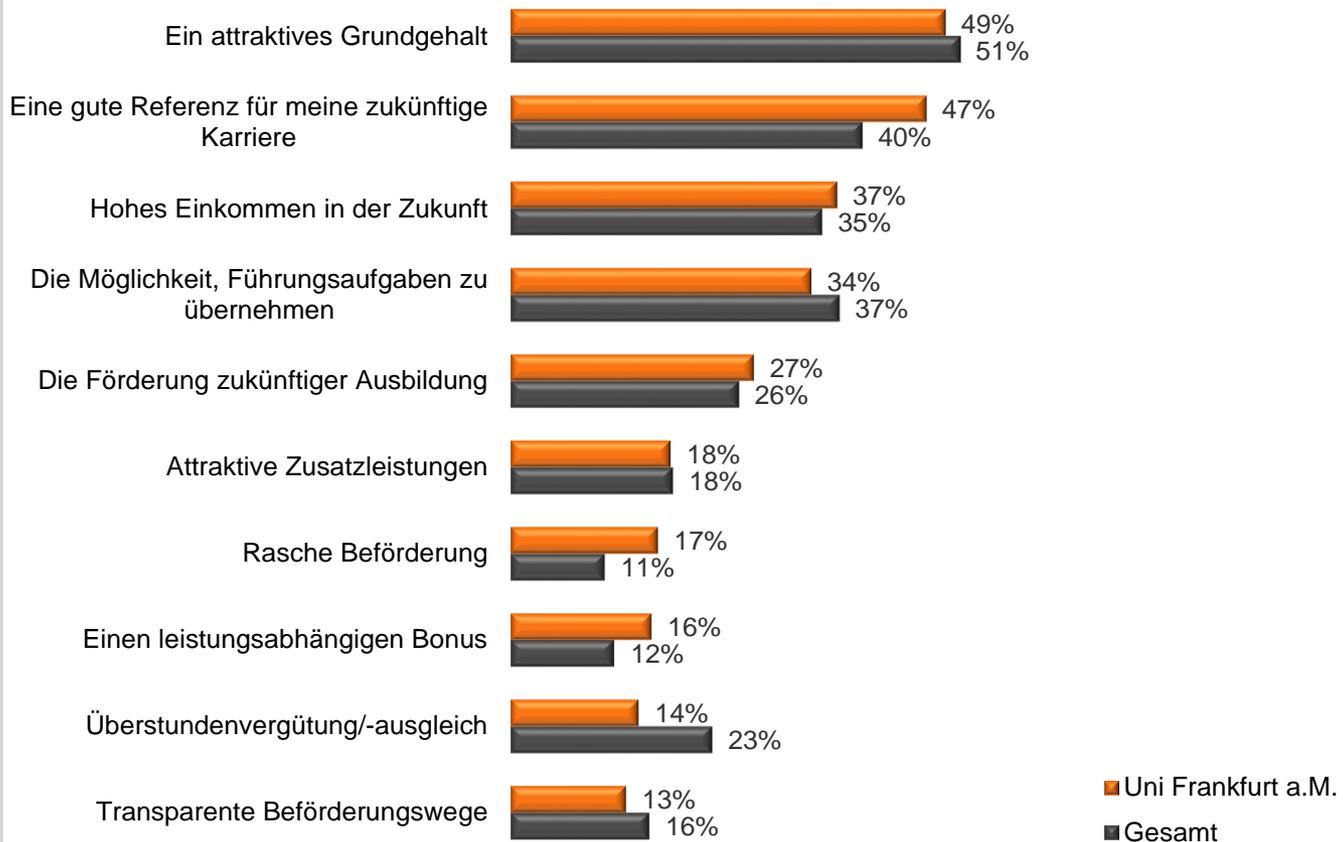
Attractive attributes | Mensch und Kultur



• Welche Eigenschaften sind Ihnen besonders wichtig? Bitte wählen Sie maximal drei Alternativen aus.



Attractive attributes | Gehalt und Aufstiegsmöglichkeiten



• Welche Eigenschaften sind Ihnen besonders wichtig? Bitte wählen Sie maximal drei Alternativen aus.



ANHANG

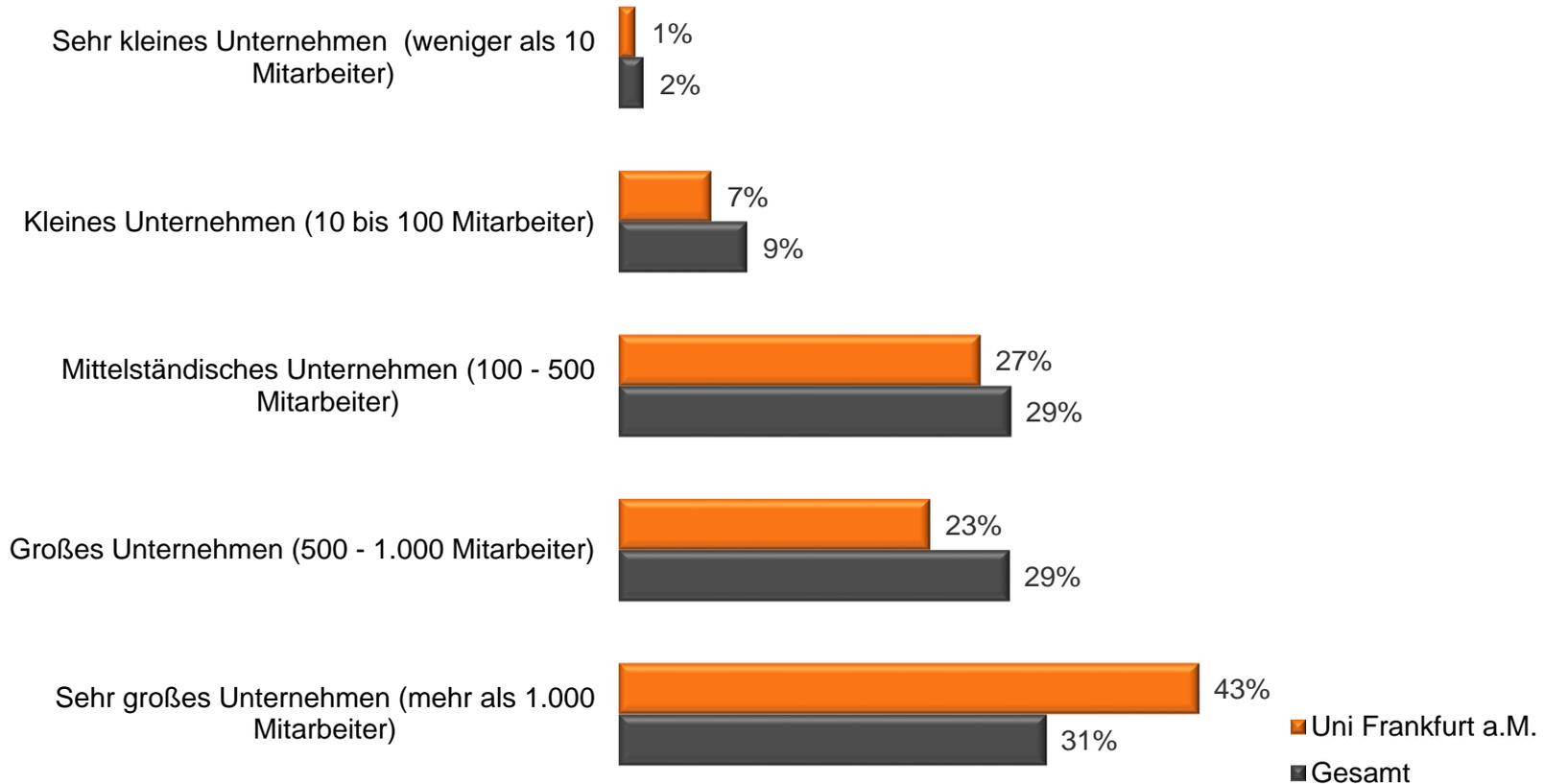
6.1 METHODIK UND STICHPROBE

6.2 DIE TREIBER DER ARBEITGEBERATTRAKTIVITÄT

6.3 BEVORZUGTE ARBEITGEBER

6.4 KARRIEREPROFILE

Bevorzugte Unternehmensgröße des ersten Arbeitgebers



• Wie groß sollte Ihr erster Arbeitgeber im Idealfall sein? Bitte wählen Sie nur eine Alternative aus.



Ranking der idealen Arbeitgeber | Top 10

Uni Frankfurt a.M. | Wirtschaftswissenschaften

1. Deutsche Bank (19,92%)
1. Deutsche Lufthansa (19,92%)
3. Europäische Zentralbank (EZB)
(18,39%)
4. Google (17,62%)
5. Goldman Sachs (16,48%)
6. BMW Group (14,56%)
6. McKinsey & Company (14,56%)
8. Audi (13,41%)
8. J.P. Morgan (13,41%)
10. PwC (PricewaterhouseCoopers)
(12,26%)

Gesamt | Wirtschaftswissenschaften

1. Audi (17,76%)
2. BMW Group (14,85%)
3. Porsche (12,72%)
4. Volkswagen (12,36%)
5. Google (11,63%)
6. Deutsche Lufthansa (11,34%)
7. Daimler/Mercedes-Benz (9,02%)
8. Amazon (8,72%)
9. adidas (8,32%)
10. Siemens (8,30%)

• Bitte wählen Sie 5 Arbeitgeber aus der folgenden Liste aus, für die Sie am liebsten arbeiten möchten, Ihre 5 idealen Arbeitgeber.

ANHANG

6.1 METHODIK UND STICHPROBE

6.2 DIE TREIBER DER ARBEITGEBERATTRAKTIVITÄT

6.3 BEVORZUGTE ARBEITGEBER

6.4 KARRIEREPROFILE

Die Universum Karriereprofile



CAREERIST: Studenten, die sich kontinuierlich weiterentwickeln möchten. Diese Studenten wollen einen vielsprechenden Karrierepfad beschreiten, in einer Umgebung, die von Prestige und Anerkennung der Erfolg geprägt ist.



ENTREPRENEUR: Studenten, die es bevorzugen, in einer sich entwickelnden und dynamischen Umgebung zu arbeiten, in der sie abwechslungsreichen Herausforderungen begegnen.



HARMONISER: Diese Studenten bevorzugen ein stabiles Arbeitsumfeld, das auf einer respektvollen und ausgeglichenen Managementphilosophie basiert.



HUNTER: Studenten, in deren Fokus monetäre Aspekte stehen. Hunter sind auf der Suche nach lukrativen und von Wettbewerb geprägten Positionen.



IDEALIST: Studenten, denen ethische sowie nachhaltige Prinzipien und Werte wichtig sind. Idealisten finden insbesondere Arbeitgeber attraktiv, deren Philosophie mit den eigenen Prinzipien und Wertevorstellungen übereinstimmt.



INTERNATIONALIST: Studenten, die weltoffen sind und sich nach einem internationalem Arbeitsumfeld sehnen. Diese Studenten fühlen sich wohl, wenn sie neuen Leuten begegnen, viel reisen oder außerhalb des Heimatlandes arbeiten.



LEADER: Studenten, die über eine inspirierende Persönlichkeit verfügen. Leader suchen nach Positionen, in denen sie Führungsqualitäten beweisen und sich weiterentwickeln können. Diese Studenten sind bereit, Verantwortung zu übernehmen.



- Die Persönlichkeitsprofile basieren auf den Attributen, die Studenten als am wichtigsten betrachten.

Die Universum Karriereprofile 1/2

Die Karriereprofile basieren auf den Treibern der Arbeitgeberattraktivität. Aufgrund der individuellen Auswahl von Attributen können die Studenten in Karriereprofile eingeordnet werden. Um einem bestimmten Profil zugeordnet werden zu können, muss eine Mindestanzahl von Punkten erfüllt sein.

CAREERIST



- Eine gute Referenz für meine zukünftige Karriere (3)
- Prestige (3)
- Rasche Beförderung (3)
- Rekrutiert nur die besten Studenten (3)
- Transparente Beförderungswege (3)
- Anerkennung von Leistung (Beförderung durch Leistung)(2)
- Die Förderung zukünftiger Ausbildung (2)
- Markterfolg(1)
- Professionelles Training und Weiterentwicklung (1)

12 von 21
Punkten

ENTREPRENEUR



- Ein kreatives und dynamisches Arbeitsumfeld (3)
- Innovation (2)
- Schnell wachsend/unternehmerisch (3)
- Attraktive/interessante Produkte und Dienstleistungen (1)
- Eine anspruchsvolle Tätigkeit (1)
- Vielfältige Arbeitsaufgaben (1)

6 von 11
Punkten

HARMONISER



- Ermöglicht mir persönliche Interessen in meinen Zeitplan zu integrieren (3)
- Flexible Arbeitsbedingungen (3)
- Kontrolle über die Anzahl meiner Arbeitsstunden (3)
- Eine sichere Anstellung (2)
- Respekt für seine Mitarbeiter (2)
- Teamorientiertes Arbeiten (1)
- Überstundenvergütung/-ausgleich (1)

7 von 15
Punkten

Die Universum Karriereprofile 2/2



HUNTER

- Ein attraktives Grundgehalt (3)
- Hohes Einkommen in der Zukunft (3)
- Einen leistungsabhängigen Bonus (2)
- Attraktive Zusatzleistungen (1)
- Finanzielle Stärke (1)
- Kontakt mit Kunden (1)

6 von 11
Punkten



IDEALIST

- Ethische Standards (3)
- Ökologische Nachhaltigkeit (3)
- Soziale Verantwortung des Unternehmens (CSR) (3)
- Akzeptanz von Minderheiten (2)
- Unterstützung der Gleichberechtigung der Geschlechter (2)
- Ein freundliches Arbeitsumfeld (1)

6 von 14
Punkten



INTERNATIONALIST

- Möglichkeit zu internationalen Reisen/Umzug (3)
- Zusammenarbeit mit internationalen Kunden und Kollegen (3)

6 von 6
Punkten



LEADER

- Die Möglichkeit, Führungsaufgaben zu übernehmen (3)
- Führungskräfte, die meine Entwicklung fördern (3)
- Ein hohes Maß an Verantwortung (2)
- Inspirierendes Management (2)

5 von 10
Punkten