

# Employer Attractiveness

Zur beruflichen Attraktivität von Branchen und Unternehmen für Studierende in Deutschland

Sonderauswertung der Studienreihe „Fachkraft 2030“

# Inhaltsverzeichnis

<b>1. Einleitung .....</b>	<b>3</b>
<b>2. Methodische Hinweise.....</b>	<b>3</b>
<b>3. Studentische Zielbranchen .....</b>	<b>4</b>
<b>4. Attraktivste Arbeitgeber einzelner Branchen .....</b>	<b>10</b>
<b>5. Fazit .....</b>	<b>13</b>
<b>6. Anhang – Wunscharbeitgeber aller Branchen .....</b>	<b>15</b>

# 1. Einleitung

Ein Themenschwerpunkt der bundesweiten März-Erhebung zur Studienreihe „Fachkraft 2030“ (2019) widmete sich den anvisierten Karrierewegen der Studierenden in Deutschland. Im Mittelpunkt standen dabei jedoch nicht angestrebte Hochschulabschlüsse, sondern bereits die postgraduelle Aussicht auf berufliche Zielbranchen und -Unternehmen. Anders gesagt: Ein Anliegen der Erhebung bestand darin, ein Stimmungsbild zur gegenwärtigen Attraktivität einzelner Bereiche und Akteure am Arbeitsmarkt für künftige Berufseinsteigerinnen und -einsteiger zu erhalten. Um diesem Forschungsanliegen gerecht zu werden, standen den Befragten insgesamt 31 Branchen und 500 Unternehmen als individuelle Berufsziele zur Auswahl. An der repräsentativen Online-Erhebung haben im März 2019 rund 22.000 Personen aus ganz Deutschland teilgenommen. Die Befragung fand in Kooperation mit dem Department of Labour Economics der Maastricht University statt.<sup>1</sup>

## 2. Methodische Hinweise

In welche Branchen zieht es Hochschulabsolventen nach dem Studium? Dieser zentralen ökonomischen Zukunftsfrage wird im Rahmen der Studienreihe „Fachkraft 2030“ – mit unterschiedlichen Schwerpunktsetzungen – bereits seit der 6. Erhebung<sup>2</sup> im März 2015 nachgegangen. Ziel war es damals wie heute, Hinweise auf zukünftige Karrierewege Studierender zu erhalten, um eine Vorstellung davon zu entwickeln, welche Branchen der zukünftige akademische Fachkräftenachwuchs favorisiert. Dabei wurde neben allgemein gefassten Branchenwünschen immer wieder auch die Arbeitgeberattraktivität ausgewählter Unternehmen untersucht. Im Verlaufe der letzten Jahre wurden dabei Anpassungen in der Art der Fragestellung sowie bei der Definition der Branchen vorgenommen. Die Branchenliste wurde zwischenzeitlich erweitert und umfasst nunmehr insgesamt 31 Einträge. In der aktuellen Erhebung schließt sich nach der Abfrage der Zielbranche außerdem die Frage nach dem präferierten zukünftigen Arbeitgeber an.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Grundlage der vorliegenden Analyse bildet die 14. Erhebung der seit 2012 halbjährlich durchgeführten Studienreihe „Fachkraft 2030“. Ausführliche Erläuterungen zur Methodik können den auf <https://studitemps.de/fuer-unternehmen/wisenswertes/fachkraft-2030/> bereitgestellten Vollversionen der Studienreihe entnommen werden.

<sup>2</sup> Vgl. Bergerhoff, Jan / Hartmann, Stephan / Knappe, Anne / Seegers, Philipp (2016): Fachkraft 2020 – 5. und 6. Erhebung zur wirtschaftlichen und allgemeinen Lebenssituation der Studierenden in Deutschland, Köln/Maastricht, S. 37ff.

<sup>3</sup> Die genaue Fragestellung lautete: „In welcher Branche und für welches Unternehmen / welche Institution möchten Sie nach dem Studium am ehesten arbeiten?“ Sobald im ersten Schritt die Branche ausgewählt wurde, öffnete sich ein weiteres Dropdown-Menü (Cascading Dropdown), in dem die für die jeweilige Branche hinterlegten Unternehmen / Institutionen aufgelistet waren.

Die Auswahl umfasste größtenteils diejenigen Unternehmen einer Branche, die zu den Top-500-Unternehmen in Deutschland gehören, je nach Branche ergänzt durch Institutionen und Tätigkeitsfelder.<sup>4</sup>

Die Darstellung der Branchen-Ergebnisse erfolgt zunächst in einem Gesamtranking, danach mit Blick auf geschlechtliche Unterschiede und schließlich auch auf solche Differenzen, die sich für die verschiedenen Fachbereiche abzeichnen. Daran schließen sich Ausführungen zu den präferierten Arbeitgebern der Top-5-Branchen an.<sup>5</sup>

### 3. Studentische Zielbranchen

Zunächst einmal fällt auf, dass es aktuell lediglich zwei Branchen gelingt, bei der Frage nach der Arbeitgeberattraktivität einen Zuspruch von mehr als zehn Prozent der Studierenden auf sich zu vereinen. Das gilt auf Platz 1 für die Branche „Bildung, Erziehung & Forschung“ (15,3 %) sowie auf Platz 2 für die Branche „Gesundheits-, Pflege- & Sozialwesen“ (11,3 %). Zu diesem Ergebnis dürfte beigetragen haben, dass es sich bei beiden um weit gefasste Bereiche handelt, unter denen viele potenzielle Karrierewege subsummiert sind. In den Bereich „Bildung, Erziehung & Forschung“ zieht es in erster Linie Studierende der Sprach- und Kulturwissenschaften (25,1 %) sowie der Erziehungswissenschaften (21,7 %). Das Ziel „Gesundheits-, Pflege- und Sozialwesen“ formulieren vor allem Hochschülerinnen und Hochschüler aus den Fachbereichen Medizin / Gesundheitswissenschaften (31,8 %) sowie den Sozial- und Geisteswissenschaften (22,0 %).

Es folgen die Branchen „Medien, Verlagswesen & Marketing“ (Platz 3 mit 8,4 %), „IT / Soft- und Hardware“ (Platz 4 mit 7,3 %) und auf Platz 5 der Bereich „Automobil- / Fahrzeughersteller“, der für 6,1 Prozent der Befragten die Zielbranche Nummer eins darstellt. Interessant ist letztere Zahl und diese Position im Ranking deshalb, weil eben jener Automobilbereich im März 2015 noch Platz 2 im Ranking belegt hatte – damals mit einem Anteil von knapp 12 Prozent, wobei hier noch nicht zwischen Herstellern und Zulieferern (aktuell Platz 26 mit 1,1 %) unterschieden wurde.<sup>6</sup> Nachfolgend wurden für die Automobilbranche zunächst sinkende Werte ermittelt (Tiefstand 6,1 %), die sich bis September 2018 leicht erholten (7,2 %).<sup>7</sup> Dennoch steht damit die Frage im Raum, ob die anhaltende Diskussion um einerseits Abgasmanipulationen im Automobilbereich und andererseits die in Teilen ungeklärte Zukunftsausrichtung der Branche nicht zu einem gewissen Attraktivitätsverlust beim akademischen Nachwuchs beigetragen haben

<sup>4</sup> Als Ausgangsbasis für die Unternehmensauswahl diente die Top500-Unternehmensdatenbank des CIO-Magazins, abrufbar unter <https://www.cio.de/top500/nach-branchen,3> [Stand: Februar 2019]. Informationen zur zugrundeliegenden Methodik sind abrufbar unter <https://www.cio.de/a/die-methodik-der-top-500,823959> [Stand: Februar 2019]. Diese Liste wurde in die Fachkraft-Brancheneinteilung überführt und auf Basis weiterer Recherchen an die Erfordernisse der Fragestellung angepasst sowie erweitert. Für jede Branche gab es zudem eine Sammelkategorie, z.B. „Anderes Messeunternehmen“.

<sup>5</sup> Die Ergebnisse zu allen 31 Branchen sind in tabellarischer Form im Anhang dargestellt.

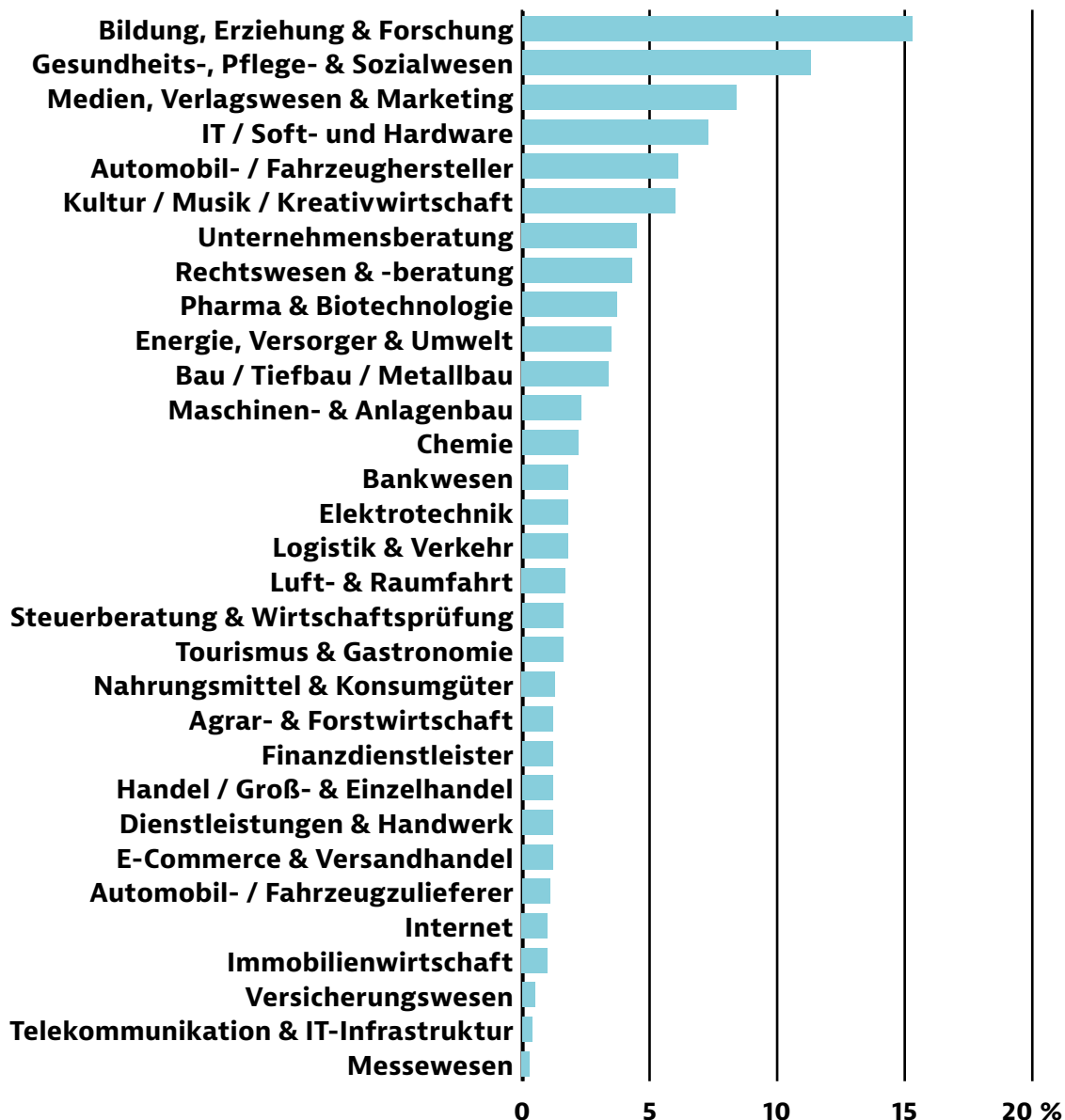
<sup>6</sup> Aufgrund der unterschiedlichen Methodik der Fragestellung sind diese Zahlen mit den aktuellen Werten (März 2019) nur bedingt vergleichbar.

<sup>7</sup> Bei mit der aktuellen Fragestellung vergleichbarer Methodik. Ohne Trennung von Herstellern und Zulieferern.

könnte. Auch der zuvor mit 17,1 Prozent sehr gut platzierte Medienbereich bleibt nun deutlich unterhalb der 10-Prozent-Marke.

Die Platzierungen am unteren Ende des Rankings zeigen, dass so umsatzstarke Branchen wie das Versicherungswesen oder der Telekommunikationsbereich auch bei der aktuellen Erhebung kaum eine Rolle spielen – jedenfalls nicht als Wunschbranchen für die Zeit nach dem akademischen Abschluss. Den vorliegenden Ergebnissen zufolge ist das Versicherungswesen (Platz 29) für lediglich 0,5 Prozent aller Studierenden in Deutschland der zukünftig präferierte Arbeitsbereich. In die Telekommunikationsbranche (Platz 30) zieht es lediglich 0,4 Prozent der Befragten. Der 31. und letzte Platz des Rankings geht mit einem Zuspruch von 0,3 Prozent an das Messewesen. Zum Vergleich: Bei der Analyse zum Wintersemester 2014/2015 platzierten sich die Bereiche Versicherung und Telekommunikation ebenfalls am Ende des Rankings.

**Abbildung 1: Zielbranchen Studierender (Fachkraft 2030 – WS 18/19)**



## **In die bestplatzierten Branchen zieht es vor allem Frauen**

Differenzierter wird das Bild, wenn man die Frage nach der Attraktivität einzelner Branchen um die Perspektive des Geschlechts<sup>8</sup> erweitert. Dabei fällt auf, dass die drei bestplatzierten Branchen ihre hohe Attraktivität ganz maßgeblich dem Zuspruch weiblicher Befragter zu verdanken haben. So votierte in der Spitze fast jede fünfte Befragte (19 %) für den Bereich „Bildung, Erziehung & Forschung“, gefolgt von der Branche „Gesundheits-, Pflege- & Sozialwesen“, für die sich aktuell 15 Prozent der Studentinnen entscheiden würden. Zum Vergleich: Hier fällt das männliche Interesse mit einem Anteil von 5,4 Prozent etwa dreimal geringer aus. Auch im drittplatzierten Bereich „Medien, Verlagswesen & Marketing“ ist der Zuspruch auf weiblicher Seite im Vergleich zu männlichen Befragten mehr als doppelt so hoch.

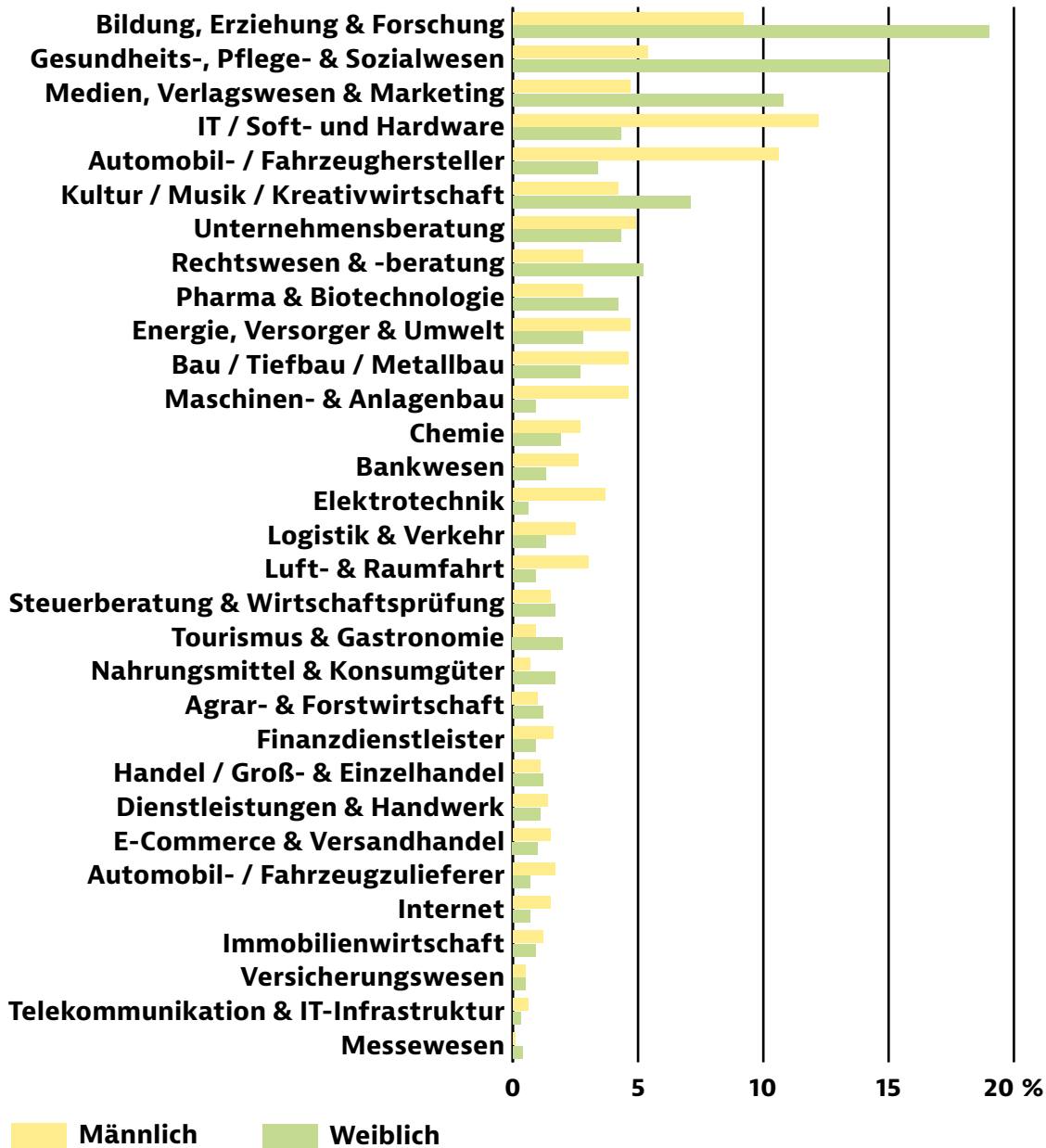
Auf den Plätzen 4 und 5 kehrt sich das Geschlechterverhältnis um, da hier das männliche Interesse gegenüber dem weiblichen deutlich ausgeprägter ist. Den „männlichen“ Bestwert des Rankings verzeichnet dabei die Branche „IT / Soft- und Hardware“ mit einem Anteil von 12,2 Prozent, gefolgt vom Automobilbereich, für den sich ebenfalls über 10 Prozent der männlichen Befragten begeistern können.

Das insgesamt größte Ungleichverhältnis zwischen weiblichen und männlichen Befragten verzeichnet jedoch der Bereich „Elektrotechnik“ (Platz 15). Während sich lediglich 0,6 Prozent der Studentinnen nach dem Hochschulabschluss eine Anstellung in diesem Bereich vorstellen können, sind es auf Seite der Studenten 3,7 Prozent – und damit knapp sechsmal mehr. Aber auch im „Maschinen- & Anlagenbau“ (Platz 12) ist der Unterschied mit einem Verhältnis von etwa 5:1 zugunsten männlicher Studierender beträchtlich. Hingegen ist dort, wo weibliche Studierende das größere Interesse zeigen, die Differenz zur männlichen Seite generell weniger stark ausgeprägt. So erreicht die weibliche Dominanz in keiner der untersuchten Branchen das Verhältnis von 3:1 oder mehr.

---

<sup>8</sup> Aufgrund zu geringer Fallzahlen erfolgt keine Auswertung für die Gruppe derjenigen Personen, die sich weder der Kategorie „männlich“ noch der Kategorie „weiblich“ zuordnen konnten oder wollten.

**Abbildung 2: Studentische Zielbranchen – nach Geschlecht**  
(Fachkraft 2030 – WS 18/19)



© Studitemps/Maastricht University

**Angehende Wirtschaftswissenschaftler sind am wenigsten auf eine Branche festgelegt**

Die vorliegenden Ergebnisse bestätigen, dass die spätere Branchenwahl der Hochschülerinnen und Hochschüler in vielen Fällen durch die Fächerbelegung im Studium vorgezeichnet ist. Am stärksten zeigt sich dieser Effekt im Fachbereich Medizin / Gesundheitswissenschaften, wo nach dem Abschluss fast 65 Prozent der Befragten in der Branche „Gesundheits-, Pflege- & Sozialwesen“ arbeiten wollen. Ähnlich verhält es sich mit dem Fachbereich Rechtswissenschaft, in dem nahezu 62 Prozent eine Anstellung im Bereich „Rechtswesen & -beratung“ anvisieren. Darüber hinaus zeigt sich, dass bei weiteren drei Fachbereichen mehr als 50 Prozent der Studierenden in nur eine Branche streben, nämlich bei den Erziehungswissenschaften 58,2 Prozent in „Bildung, Erziehung

& Forschung“, im Fachbereich Informatik 54,4 Prozent in „IT / Soft- und Hardware“ sowie im Fachbereich Kunst / Musik mit 50,9 Prozent in „Kultur / Musik / Kreativwirtschaft“.

Beim Blick auf die drei am häufigsten genannten Zielbranchen zeigen sich bei drei Fachbereichen kumulierte Werte von mehr als 70 Prozent. Das bedeutet konkret, dass Studentinnen und Studenten der Erziehungswissenschaften, der Kunst und Musik sowie der Medizin und Gesundheitswissenschaften jeweils zu (nahezu) drei Vierteln in nur drei der 31 möglichen Branchen arbeiten wollen.

In allen anderen Studienfächern fällt die berufliche Fokussierung auf einzelne Zielbranchen zum Teil erheblich geringer aus. Am deutlichsten trifft dies auf den Fachbereich Wirtschaftswissenschaften zu. Hier wollen die meisten Interessenten später in der „Beratungsbranche“ arbeiten, jedoch macht ihr Anteil keine elf Prozent der Studentinnen und Studenten des gesamten Fachbereichs aus. Die Branchen „Medien, Verlagswesen & Marketing“ (8,3 %) und „Automobil- / Fahrzeughersteller“ (6,9 %) folgen hier mit vergleichsweise geringem Abstand. Kumuliert entfallen beim Beispiel Wirtschaftswissenschaften nur 26 Prozent auf die drei am häufigsten genannten Branchen.

**Tabelle 1: Die drei häufigsten Zielbranchen Studierender je Fachbereich (Fachkraft 2030 – WS 18/19)**

Fachbereich	Häufigste Zielbranche	Zweithäufigste Zielbranche	Dritthäufigste Zielbranche	Summe
<b>Erziehungswissenschaft</b>	Bildung, Erziehung & Forschung 58,2 %	Gesundheits-, Pflege- & Sozialwesen 15,2 %	Kultur / Musik / Kreativwirtschaft 1,4 %	74,8 %
<b>Informatik</b>	IT / Soft- und Hardware 54,4 %	Automobil- / Fahrzeughersteller 3,8 %	Medien, Verlagswesen & Marketing 2,8 %	61,0 %
<b>Ingenieurwissenschaften</b>	Automobil- / Fahrzeughersteller 13,9 %	Bau / Tiefbau / Metallbau 12,4 %	Maschinen- & Anlagenbau 7,6 %	33,8 %
<b>Kunst / Musik</b>	Kultur / Musik / Kreativwirtschaft 50,9 %	Bildung, Erziehung & Forschung 12,2 %	Medien, Verlagswesen & Marketing 8,1 %	71,2 %
<b>Mathematik</b>	Bildung, Erziehung & Forschung 38,6 %	IT / Soft- und Hardware 8,0 %	Bankwesen 5,4 %	52,1 %
<b>Medien- / Kommunikationswissens</b>	Medien, Verlagswesen & Marketing 49,3 %	Kultur / Musik / Kreativwirtschaft 13,5 %	IT / Soft- und Hardware 3,0 %	65,8 %



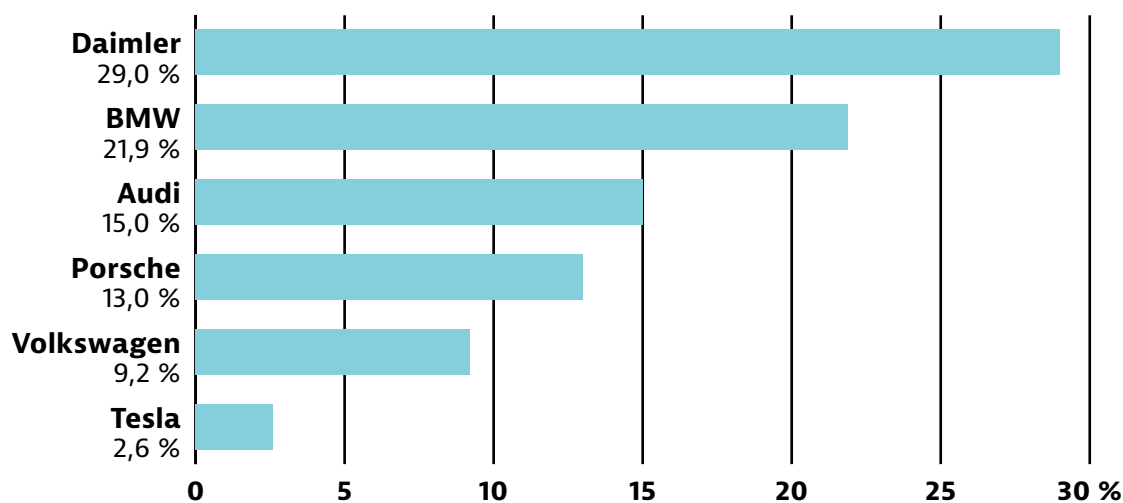
<b>Fachbereich</b>	<b>Häufigste Zielbranche</b>	<b>Zweithäufigste Zielbranche</b>	<b>Dritthäufigste Zielbranche</b>	<b>Summe</b>
<b>Medizin / Gesundheitswissenschaften</b>	Gesundheits-, Pflege- & Sozialwesen 64,9 %	Bildung, Erziehung & Forschung 3,2 %	Pharma & Biotechnologie 2,6 %	70,7 %
<b>Naturwissenschaften</b>	Pharma & Biotechnologie 17,5 %	Bildung, Erziehung & Forschung 14,6 %	Chemie 10,6 %	42,7 %
<b>Psychologie</b>	Gesundheits-, Pflege- & Sozialwesen 43,2 %	Bildung, Erziehung & Forschung 11,9 %	Unternehmensberatung 9,1 %	64,2 %
<b>Rechtswissenschaft / Jura</b>	Rechtswesen & -beratung 61,6 %	Steuerberatung & Wirtschaftsprüfung 4,0 %	Unternehmensberatung 2,2 %	67,8 %
<b>Sozial- / Geisteswissenschaften</b>	Gesundheits-, Pflege- & Sozialwesen 22,4 %	Bildung, Erziehung & Forschung 20,8 %	Medien, Verlagswesen & Marketing 9,2 %	52,4 %
<b>Sportwissenschaften</b>	Gesundheits-, Pflege- & Sozialwesen 25,9 %	Bildung, Erziehung & Forschung 20,6 %	Medien, Verlagswesen & Marketing 8,2 %	54,7 %
<b>Sprach- / Kulturwissenschaften</b>	Bildung, Erziehung & Forschung 30,5 %	Kultur / Musik / Kreativwirtschaft 16,8 %	Medien, Verlagswesen & Marketing 14,0 %	61,3 %
<b>Wirtschaftswissenschaften</b>	Unternehmensberatung 10,8 %	Medien, Verlagswesen & Marketing 8,3 %	Automobil- / Fahrzeughersteller 6,9 %	26,0 %

© Studitemps/Maastricht University

# 4. Attraktivste Arbeitgeber einzelner Branchen

Der Stellenwert einzelner Branchen wird durch den Erfolg ihrer Marken maßgeblich mitbestimmt. In Deutschland galt und gilt dies insbesondere für den Automobilbereich, was der Arbeitgeberattraktivität einzelner Hersteller eine nicht unwesentliche ökonomische Dimension verleiht. Über das beste Standing aus Studierendensicht verfügt dabei aktuell Daimler. Dem baden-württembergischen Automobilkonzern würden sich derzeit etwa 29 Prozent aller angehenden Absolventen anschließen wollen, die es nach dem Abschluss in die Automobilbranche zieht. Mit BMW (21,9 %), Audi (15 %) und Porsche (13 %) schaffen zudem vier weitere Konzerne aus Deutschland den Sprung über die 10-Prozentmarke. Knapp darunter landet Volkswagen mit 9,2 Prozent. Nur ein weiterer Anbieter erreicht im Fachkraft-Ranking mehr als zwei Prozent: der US-amerikanische Hersteller Tesla mit anteilig 2,6 Prozent (vgl. Abbildung 3).<sup>9</sup>

**Abbildung 3: Attraktivste Arbeitgeber im Sektor „Automobil- / Fahrzeughersteller“ (Fachkraft 2030 – WS 18/19)\***



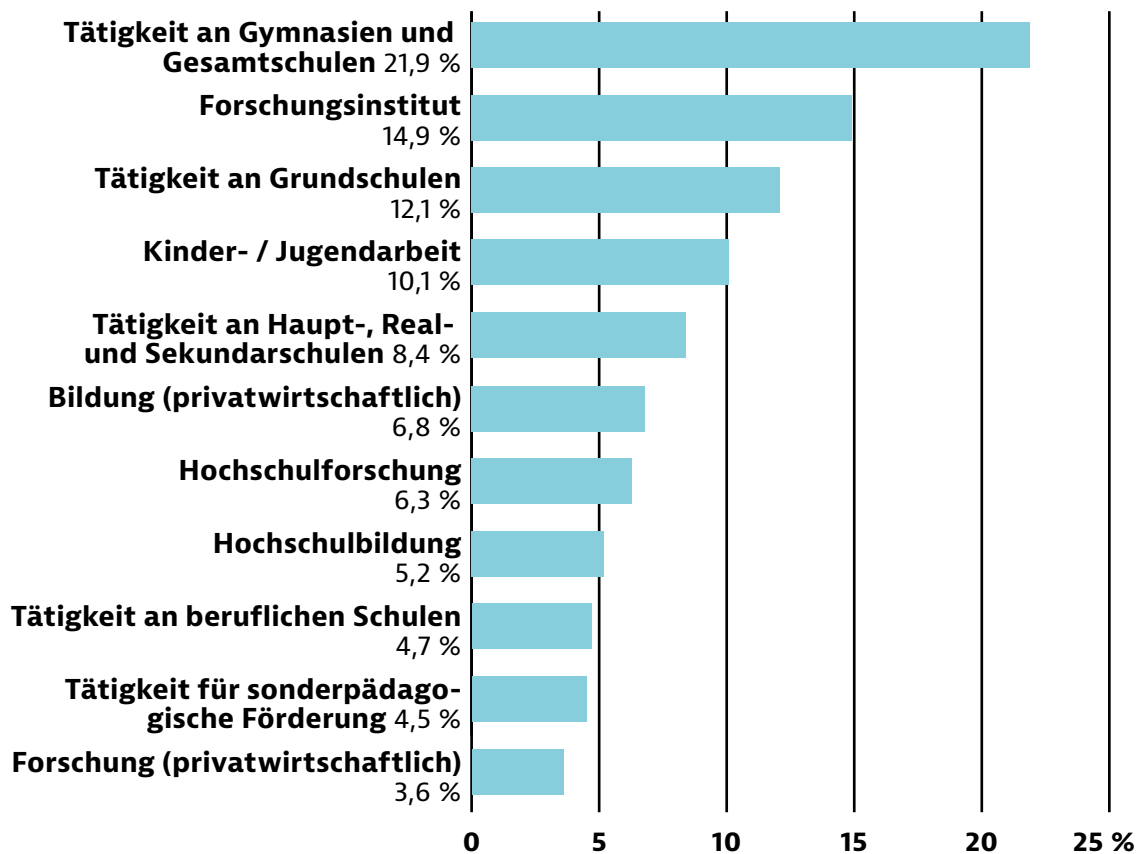
\* Dargestellt sind Unternehmen / Institutionen mit einem Anteil  $\geq 2$  Prozent

© Studitemps/Maastricht University

Wie eingangs dieser Publikation erwähnt, sind es jedoch andere Branchen, die in Deutschland über die größte Zugkraft verfügen. Für Platz 1 im Ranking, den Bereich „Bildung, Erziehung & Forschung“, zeigt sich erwartungsgemäß ein hoher Anteil von Befragten, die nach ihrem Abschluss an Schulen tätig sein wollen (insgesamt 47,1 %). Dies deckt sich mit der im Fragebogen ebenfalls direkt gestellten Frage, ob die Teilnehmenden auf Lehramt studieren. Dies bejahen 12,7 Prozent der Gesamtstichprobe und 51,5 Prozent derjenigen, die als Zielbranche „Bildung, Erziehung & Forschung“ angeben.

<sup>9</sup> Für alle Darstellungen in diesem Paper wurde aus Platzgründen ein Cut-off von zwei Prozent gewählt.

**Abbildung 4: Attraktivste Arbeitgeber im Sektor „Bildung, Erziehung & Forschung“ (Fachkraft 2030 – WS 18/19)\***

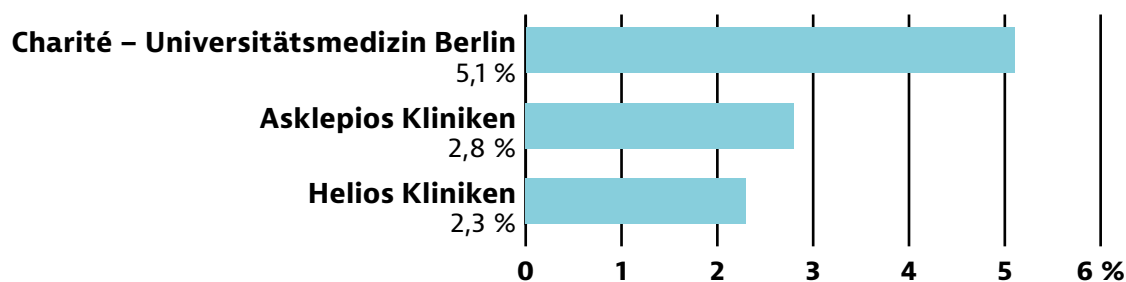


\* Dargestellt sind Unternehmen / Institutionen mit einem Anteil  $\geq 2$  Prozent

© Studitemps/Maastricht University

Im Bereich von „Gesundheits-, Pflege- & Sozialwesen“ (Platz 2 im Branchenranking) spielt das Thema Employer Branding naturgemäß eine weniger große Rolle. Zudem sind nur wenige Unternehmen oder Institutionen in den Top-500 vertreten. Die Berliner Charité erreicht in diesem Kontext einen vergleichsweise hohen Wert von 5,1 Prozent (vgl. Abbildung 5).

**Abbildung 5: Attraktivste Arbeitgeber im Sektor „Gesundheits-, Pflege- & Sozialwesen“ (Fachkraft 2030 – WS 18/19)\***

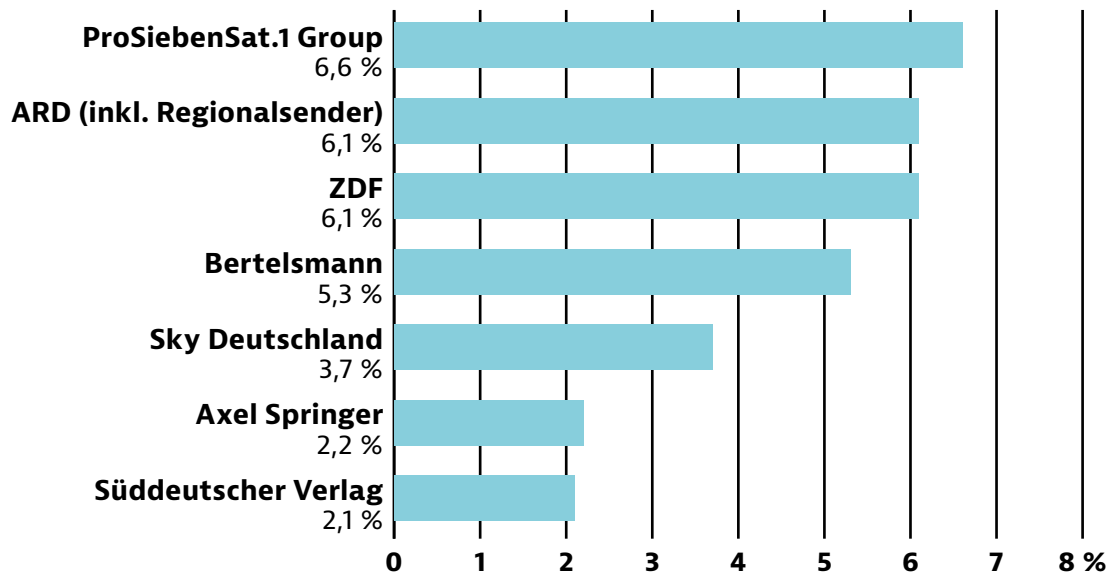


\* Dargestellt sind Unternehmen / Institutionen mit einem Anteil  $\geq 2$  Prozent

© Studitemps/Maastricht University

Bei der im Ranking an dritter Stelle gelisteten Branche „Medien, Verlagswesen & Marketing“ zeigt sich eine insgesamt starke Diversität in den Zukunftsplanungen. Dabei werden immerhin drei potenzielle Arbeitgeber von mehr als sechs Prozent der Befragten mit dieser Wunschbranche favorisiert: Die ProSiebenSat.1 Group (6,6 %), ARD (6,1 %) und ZDF (6,1 %).

**Abbildung 6: Attraktivste Arbeitgeber im Sektor „Medien, Verlagswesen & Marketing“ (Fachkraft 2030 – WS 18/19)\***

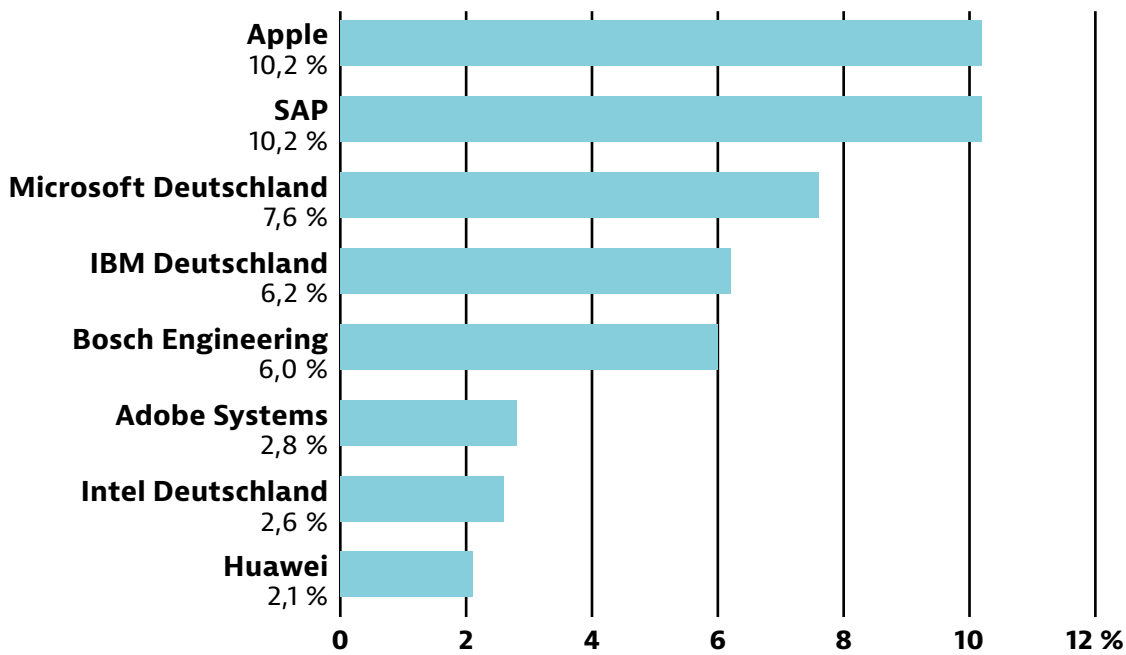


\* Dargestellt sind Unternehmen / Institutionen mit einem Anteil  $\geq 2$  Prozent

© Studitemps/Maastricht University

Im Bereich „IT / Soft- und Hardware“ (Platz 5 im Branchenranking) teilt sich Apple Rang 1 mit SAP (beide 10,2 %). Mit 7,6 Prozent belegt Microsoft Deutschland in diesem Vergleich Rang 3, dicht gefolgt von IBM Deutschland (6,2 %) sowie Bosch Engineering (6,0 %).

**Abbildung 7: Attraktivste Arbeitgeber im Sektor „IT / Soft- und Hardware“  
(Fachkraft 2030 – WS 18/19)\***



\* Dargestellt sind Unternehmen / Institutionen mit einem Anteil  $\geq 2$  Prozent

© Studitemps/Maastricht University

Die hier beschriebenen und weitere Ergebnisse zu allen 31 Branchen sind in tabellarischer Form in Anhang aufgeführt.

## 5. Fazit

Die vorliegende Publikation stellt eine Annäherung an potenzielle zukünftige Karrierewege von Studierenden in Deutschland dar. Hinsichtlich der Arbeitgeberattraktivität in den einzelnen Branchen (Top 500-Unternehmen) ergeben sich teils erwartbare, teils überraschende Ergebnisse, die im Anhang dieser Publikation detailliert aufgelistet sind. Darüber hinaus zeigen sich drei zentrale Ergebnisse:

Bezüglich der anvisierten Branchen werden klare Präferenzen deutlich, die im Großen und Ganzen als stabil bezeichnet werden können. Bemerkenswert ist in diesem Zusammenhang das anhaltend schlechte Standing der beiden umsatzstarken Branchen „Versicherungswesen“ und „Telekommunikation & IT-Infrastruktur“, die jeweils von deutlich unter einem Prozent der Befragten als Berufsfeld favorisiert werden. Eventuell deutet sich hier eine erhebliche Nachwuchsproblematik an.

Zudem können im Abgleich mit älteren Befragungsergebnissen Veränderungen festgestellt werden, zum Beispiel die sich andeutende nachlassende Attraktivität der Sparten „Automobil- / Fahrzeughersteller“ und „Medien, Verlagswesen & Marketing“. Hier würde sich im Rahmen einer der folgenden Fachkraft-Erhebungen eine tiefergehende Analyse über etwaige Gründe anbieten.

Es werden teils stark divergierende Präferenzen von weiblichen und männlichen Befragten deutlich, etwa im weiblich dominierten Bereich „Bildung, Erziehung & Forschung“ oder dem männlich dominierten Bereich „IT / Soft- und Hardware“. Zudem fällt auf, dass sich Frauen für männlich dominierte Branchen tendenziell weniger erwärmen können, als es umgekehrt der Fall ist. So liegt im Bereich „Elektrotechnik“ ein Geschlechterverhältnis von etwa 6:1 zugunsten männlicher Befragter vor, während das Maximum auf weiblicher Seite (Bereich „Gesundheits-, Pflege- & Sozialwesen“) bei etwas unter 3:1 liegt.

# Anhang – Wunscharbeitgeber aller Branchen

Dieser Anhang umfasst die Ergebnisse zu den studentischen Wunscharbeitgebern in allen 31 Branchen in tabellarischer Form. Auch hier wurde aus Platzgründen der Cut-off von zwei Prozent gewählt, weshalb nur Unternehmen / Institutionen mit einer Zustimmungsrate von zwei oder mehr Prozent ausgewiesen sind. Die Branchen sind alphabetisch sortiert.

**Tabelle A1: Arbeitgeberattraktivität – Postgraduelle Zielunternehmen Studierender je Branche (Fachkraft 2030 – WS 18/19)\***

## **Agrar- & Forstwirtschaft**

Agravis	10,5 %
ArlaFoods	4,6 %
KWS Saat	3,9 %
Obst - & Gemüsehof Hennickendorf	3,9 %
Forstbetrieb Franz Mayr-Melnhof-Saurau	2,0 %
Mählmann Gemüsebau	2,0 %

## **Automobil- / Fahrzeughersteller**

Daimler	29,0 %
BMW	21,9 %
Audi	15,0 %
Porsche	13,0 %
Volkswagen	9,2 %
Tesla	2,6 %

## **Automobil- / Fahrzeugzulieferer**

Robert Bosch	18,5 %
Continental	17,1 %
ZF Friedrichshafen	8,9 %
Benteler Deutschland	4,1 %
Brose Fahrzeugteile	2,7 %

### **Automobil- / Fahrzeugzulieferer**

Dräxlmaier Group	2,7 %
Rheinmetall Automotive	2,7 %
Webasto	2,7 %
Freudenberg	2,1 %
Mann + Hummel	2,1 %
Schaeffler Technologies	2,1 %

### **Bankwesen**

Deutsche Bank	18,9 %
Commerzbank	10,2 %
Goldman Sachs	8,6 %
Sparkassenverband Deutschland	5,3 %
JPMorgan Chase	3,3 %
Volksbanken Raiffeisenbanken	3,3 %
Bayerische Landesbank	2,9 %
HSBC Trinkaus & Burkhardt	2,9 %
Mercedes-Benz Bank	2,9 %
DZ Bank Gruppe	2,5 %
BNP Paribas	2,0 %
ING-DiBa	2,0 %

### **Bau / Tiefbau / Metallbau**

Hochtief	9,0 %
Ed. Züblin	6,8 %
Strabag	4,5 %
Thyssenkrupp	4,3 %
Bauer	3,4 %
Goldbeck	3,2 %



## **Bildung, Erziehung & Forschung**

Tätigkeit an Gymnasien und Gesamtschulen	21,9 %
Forschungsinstitut	14,9 %
Tätigkeit an Grundschulen	12,1 %
Kinder- / Jugendarbeit (Kinder- / Jugendhilfe, Jugendamt, etc.)	10,1 %
Tätigkeit an Haupt-, Real- und Sekundarschulen	8,4 %
Bildung (privatwirtschaftlich)	6,8 %
Hochschulforschung	6,3 %
Hochschulbildung	5,2 %
Tätigkeit an beruflichen Schulen	4,7 %
Tätigkeit für sonderpädagogische Förderung	4,5 %
Forschung (privatwirtschaftlich)	3,6 %

## **Chemie**

BASF	26,3 %
Bayer	18,3 %
L' Oréal Deutschland	5,3 %
Evonik Industries	4,7 %
Beiersdorf	3,0 %
Henkel	2,7 %
Roche Pharma	2,7 %
Wacker Chemie	2,3 %

## **Dienstleistungen & Handwerk**

TÜV Nord	4,7 %
Dekra	3,3 %
Studitemps	2,7 %
TÜV Rheinland	2,7 %
Randstad	2,0 %

## **E-Commerce & Versandhandel**

---

Amazon	36,0 %
Zalando	10,0 %
OTTO	6,0 %
Alibaba	2,7 %
Tchibo	2,7 %
Ebay	2,0 %

## **Elektrotechnik**

---

Samsung Electronics	19,9 %
Philips	14,4 %
Miele	4,7 %
Rohde & Schwarz	3,8 %
Phoenix Contact	2,1 %

## **Energie, Versorger & Umwelt**

---

E.ON	7,0 %
DB Energie	3,8 %
EnBW Energie Baden-Württemberg	3,4 %
Enercon	3,1 %
ABB	2,9 %
RWE	2,7 %
SMA Solar Technology	2,5 %
Exxon Mobil Central Europe Holding	2,2 %
Innogy	2,2 %
Vattenfall	2,0 %

## **Finanzdienstleister**

---

Deutsche Vermögensberatung	12,8 %
Swiss Life Select	7,1 %
Wirecard	5,1 %
MLP	2,6 %
Tecis Holding	2,6 %

## **Gesundheits-, Pflege- & Sozialwesen**

---

Charité - Universitätsmedizin Berlin	5,1 %
Asklepios Kliniken	2,8 %
Helios Kliniken	2,3 %

## **Handel / Groß- & Einzelhandel**

---

Aldi	8,1 %
Edeka Gruppe	6,0 %
Douglas	4,7 %
H&M Hennes & Mauritz	4,0 %
Ikea Deutschland	4,0 %
Peek & Cloppenburg	4,0 %
Rewe Group	4,0 %
dm-drogerie markt	3,4 %
Dirk Rossmann	2,0 %
Galeria Kaufhof	2,0 %
Intersport	2,0 %
Kaufland	2,0 %
Lekkerland	2,0 %
Thalia	2,0 %

## **Immobilienwirtschaft**

---

Engel & Völkers	15,4 %
HOCHTIEF Immobilien	6,5 %
Apleona	3,3 %

## **Immobilienwirtschaft**

von Poll Immobilien	3,3 %
Vonovia	2,4 %

## **Internet**

Google	44,9 %
Airbnb	5,1 %
Check24	2,9 %
Facebook	2,9 %
XING	2,2 %

## **IT / Soft- und Hardware**

Apple	10,2 %
SAP	10,2 %
Microsoft Deutschland	7,6 %
IBM Deutschland	6,2 %
Bosch Engineering	6,0 %
Adobe Systems	2,8 %
Intel Deutschland	2,6 %
Huawei	2,1 %

## **Kultur / Musik / Kreativwirtschaft\*\***

Tätigkeit im Bereich Kultur	45,1 %
Tätigkeit im Bereich Kreativwirtschaft	37,7 %
Tätigkeit im Bereich Musik	17,2 %

## **Logistik & Verkehr**

Deutsche Bahn	14,7 %
Kühne + Nagel	8,0 %
DB Schenker	7,6 %
Deutsche Post	5,4 %
Hamburger Hafen und Logistik	4,5 %

## **Logistik & Verkehr**

Dachser	3,6 %
Hapag-Lloyd	2,7 %

## **Luft- & Raumfahrt**

Airbus	25,5 %
Deutsche Lufthansa	19,2 %
Deutsches Zentrum für Luft- und Raumfahrt	12,1 %
Airbus Defence and Space	10,5 %
Rolls-Royce	5,4 %
Boeing	2,9 %
Fraport	2,1 %

## **Maschinen- & Anlagenbau**

Siemens	22,5 %
Bosch Rexroth	15,9 %
Kuka	6,0 %
MAN Energy Solutions	3,6 %
Festo	3,3 %
Jungheinrich	2,6 %
Ferchau Engineering	2,3 %
Deere & Company	2,0 %

## **Medien, Verlagswesen & Marketing**

ProSiebenSat.1 Group	6,6 %
ARD (inkl. Regionalsender)	6,1 %
ZDF	6,1 %
Bertelsmann	5,3 %
Sky Deutschland	3,7 %
Axel Springer	2,2 %
Süddeutscher Verlag	2,1 %

## Messewesen

Deutsche Messe	21,6 %
Koelnmesse	13,5 %
Messe Düsseldorf	10,8 %
Messe Frankfurt	10,8 %
Hamburg Messe	8,1 %
Messe Essen	2,7 %
Messe München	2,7 %

## Nahrungsmittel & Konsumgüter

Ferrero	7,0 %
Adidas	5,8 %
Nestlé Deutschland	5,3 %
Haribo	4,7 %
Unilever Deutschland	4,7 %
L'Oréal	4,1 %
Beiersdorf	3,5 %
Coca-Cola European Partners	2,9 %
Dr. August Oetker	2,9 %
Nike	2,9 %
Procter & Gamble	2,3 %
Tchibo	2,3 %

## Pharma & Biotechnologie

Roche	7,9 %
Merck	7,1 %
Fresenius	4,4 %
Boehringer Ingelheim	4,2 %
Abbott Holding (Medizintechnik, Pharma)	3,3 %
Novartis	3,3 %
Ratiopharm	2,7 %

## **Pharma & Biotechnologie**

Berlin Chemie	2,5 %
Sanofi-Aventis	2,5 %
Hexal	2,3 %
Pfizer	2,3 %

## **Rechtswesen & -beratung**

Öffentliches Rechtswesen	43,2 %
Freshfields Brockhaus Deringer	4,8 %
Bird & Bird	3,9 %
Gleiss Lutz	2,8 %
Baker Tilly	2,1 %
EY LAW	2,1 %

## **Steuerberatung & Wirtschaftsprüfung**

Ernst & Young Wirtschaftsprüfungsgesellschaft	22,5 %
KPMG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft	14,1 %
PricewaterhouseCoopers Wirtschaftsprüfungsgesellschaft	10,8 %
Deloitte Deutschland	9,4 %
Rödl und Partner	2,8 %

## **Telekommunikation & IT-Infrastruktur**

Deutsche Telekom	26,4 %
Vodafone	17,0 %
Alcatel-Lucent	5,7 %
United Internet (z. B. 1&1)	5,7 %
T-Systems International	3,8 %

## **Tourismus & Gastronomie**

TUI Deutschland	12,0 %
Aida Cruises	6,2 %
Hilton Hotels	5,7 %

## **Tourismus & Gastronomie**

Robinson Club	2,9 %
---------------	-------

## **Unternehmensberatung**

McKinsey	11,6 %
Porsche Consulting	7,6 %
Ernst & Young (EY)	7,5 %
PricewaterhouseCoopers (PwC)	6,1 %
Boston Consulting Group	5,8 %
Deloitte	4,8 %
KPMG	4,7 %
Accenture	3,2 %
IBM Global Business Services	3,0 %
Bain & Company	2,7 %

## **Versicherungswesen**

Allianz	27,0 %
AXA	14,3 %
ERGO	9,5 %
R+V Versicherung	6,3 %
Techniker Krankenkasse (TK)	6,3 %
Zurich Gruppe Deutschland	4,8 %
DAK-Gesundheit Ersatzkasse	3,2 %
Hannover Rück	3,2 %
Munich Re (Münchner Rück)	3,2 %
Signal Iduna Gruppe	3,2 %

\* Dargestellt sind Unternehmen / Institutionen mit einem Anteil  $\geq 2$  Prozent

\*\* In dieser Branche wurden keine einzelnen Unternehmen abgefragt

© Studitemps/Maastricht University



**Herausgegeben von:**

Studitemps GmbH  
Im Mediapark 4a  
50670 Köln  
studitemps.de

und

Maastricht University  
Tongersestraat 53  
6211 LM Maastricht  
www.maastrichtuniversity.nl

**Planung, Erhebung und redaktionelle Umsetzung:**

Constata UG  
Konrad-Adenauer-Platz 3  
53225 Bonn  
www.constata.de

**Redaktion:**

Stephan Hartmann  
Anne Knappe

**Datenerhebung und -auswertung:**

Dr. Philipp Seegers  
Anne Knappe

**Kontakt:**

s.hartmann@constata.de

Köln/Maastricht: November 2019

Im Auftrag von:



© Shutterstock /fizkes  
© Shutterstock /MRProduction



## Studenten: Ihre Personallösung

Mit über 8.000 beschäftigten Studenten pro Monat ist Studitemps Ihr Experte für die Überlassung von Personal sowohl für langfristige und regelmäßige als auch für kurzfristige Einsätze. Unser Portal [jobmensa.de](https://www.jobmensa.de) verzeichnet über 13.000 Neuregistrierungen von Studenten im Monat. Profitieren Sie von unserem großen Bewerberpool und unserem persönlichen Service an bundesweit über 22 Standorten!

**Kontakt:** [anfrage@studitemps.de](mailto:anfrage@studitemps.de) • [studitemps.de/whitepaper](https://studitemps.de/whitepaper)