



## **Arbeitgeberranking: Nur Image oder auch Realität?**

**Neues Arbeitgeberranking der HR-Beratung CLEVIS und ABSOLVENTA / Strahlkraft der Marke unabhängig von Attraktivität als Arbeitgeber / ICT-Branche: hervorragende Arbeitsbedingungen – aber unterschätzt als Arbeitgeber**

**München, 18. Dezember 2010. Eine im Design völlig neue Studie der Personalberatung CLEVIS in Kooperation mit der Jobbörse ABSOLVENTA enthüllt überraschende Details zur tatsächlichen Attraktivität vieler bislang als „beliebteste Arbeitgeber“ bekannte Unternehmen. Die erstaunlichen Aussagen stehen in engem Zusammenhang mit der Tatsache, dass im Rahmen der Studie Praktikanten, die in den jeweiligen Firmen Praktika absolviert haben, die Attraktivität als Arbeitgeber bewerteten und nicht Studenten, die die Unternehmen nur von außen kennen. Besonders beachtlich: Unternehmen der IT- und Telekommunikationsbranche haben zwar in der Regel ein schwächeres Markenimage, konnten aber im Rahmen der Studie mit ungeahnt angenehmen Unternehmenskulturen bei den Praktikanten punkten. Ein etwas schwächeres Bild hingegen lieferte trotz eines starken Markenimages die Automobilindustrie ab.**

Ludwig Preller, Studienleiter und Geschäftsführer bei CLEVIS zum Studiendesign: „Wir haben uns für Praktikanten entschieden, da sie das Unternehmen sowohl von seiner Außendarstellung, als auch von den Arbeitsbedingungen im Unternehmensinneren selbst kennen.“ Durch ihren befristeten Aufenthalt im Unternehmen sehen sie das Unternehmen mit viel objektiveren Augen und liefern messbare Anhaltspunkte für die Qualität des Unternehmens als Arbeitgeber.

Drei Dinge bestimmen die Attraktivität eines Arbeitgebers in den Augen der ehemaligen Praktikanten: Unternehmenskultur, Aufgabenspektrum und das passende Umfeld. Dabei zeigt sich die Kultur im Unternehmen vor allem anhand der Kommunikation, der Verhaltensweise untereinander und z. B. dem Prozess der Entscheidungsfindung. Daraus wiederum entsteht – gepaart mit materieller Ausstattung – das entsprechende Umfeld, im Idealfall mit einer kollegialen Arbeitsatmosphäre. Zwei weitere Dimensionen, die Vergütung und die Karriereförderung, spielen für die Zufriedenheit der Studienteilnehmer eine eher untergeordnete Rolle. Um aber das Spannungsfeld zwischen Arbeitgeberqualität und Markenimage darstellen zu können, wurden die Teilnehmer in einem zweiten Teil der Studie auch zum Markenimage „ihres“ Unternehmens befragt, das sich vor allem auf die drei Säulen Service, Marke und Produkt stützt.

### **Konsumgüterbranche als Ausnahme**

Das Ergebnis ist überraschend und aussagekräftig zugleich: Praktikanten, die Einblicke in Unternehmen der Branchen IT, Software und Telekommunikation bekommen konnten, bewerten die Unternehmen hinsichtlich Ihrer Attraktivität am besten. In Bezug auf das Markenimage landet die Branche allerdings nur auf dem 7. Rang. Etwas geringer fiel dieser Unterschied in der Pharma- und Medizintechnikbranche aus: Hier empfinden die einstigen Praktikanten zwar das größte Markenimage, dennoch sind sie als potenzielle Arbeitgeber nur zweite Wahl. Ebenso bemerkenswert: Die Automobilbranche – in anderen Rankings regelmäßig auf den ersten Plätzen – kann sich nur auf Platz 6 positionieren; offensichtlich ist der Unterschied zwischen Schein und Wirklichkeit sehr groß. „Es ist eher die Ausnahme, dass die Attraktivität als Arbeitgeber und das Markenimage als Arbeitgeber deckungsgleich sind“, erläutert Ludwig Preller die Ergebnisse.

Allein in der Einzelhandel- und Konsumgüterbranche entspricht die Ausprägung des Markenimages auch der tatsächlich gemessenen Attraktivität bei den ehemaligen Praktikanten.

Den Gesamtüberblick über die Verhältnisse der einzelnen Faktoren verschafft die Employer Branding Matrix von CLEVIS. Diese bildet 50 für die Industriestruktur Deutschlands relevantesten Unternehmen mit ihrer Position jeweils in zwei Dimensionen ab: den Grad des Markenimages und die Attraktivität des Arbeitgebers bei Absolventen. Die Ergebnisse und die daraus folgenden Positionen der Unternehmen in der Matrix lassen sich in folgende vier Kategorien einordnen:

- „Blender“, mit einem überdurchschnittlichen Markenimage und einer unterdurchschnittlichen Attraktivität als Arbeitgeber bei Absolventen.
- „Stars“, die sowohl über ein überdurchschnittliches Markenimage verfügen, als auch über eine überdurchschnittlich starke Attraktivität als Arbeitgeber bei Absolventen.
- „Hidden Champions“, die zwar ein unterdurchschnittliches Markenimage, dafür aber über eine überdurchschnittlich starke Attraktivität als Arbeitgeber bei Absolventen verfügen.
- „Challenged“, deren Markenimage und deren Attraktivität als Arbeitgeber bei Absolventen unterdurchschnittlich bewertet wurden.

### Die CLEVIS Employer Branding Matrix



Quelle: CLEVIS Interim



### **Hintergrund der Studie**

An Arbeitgeber-Rankings wurde immer wieder ihre fehlende Aussagekraft bemängelt: Schließlich ist kaum ein Zusammenhang erkennbar zwischen der Markenreputation eines Unternehmens und seinen Qualitäten als Arbeitgeber. Außerdem lassen sich die enormen Unterschiede bei den Bewerberzahlen der verschiedenen Unternehmen nicht mit bisher existierenden Rankings erklären: Schließlich müssten, rein logisch betrachtet, die Unternehmen in genau der Rangfolge des Rankings der beliebtesten Arbeitgeber auch die entsprechende Rangfolge bei den Bewerberzahlen vorweisen können. Der Erstplatzierte müsste am meisten Bewerbungen bekommen, der Zweitplatzierte am zweitmeisten, usw. Dies ist allerdings nicht der Fall.

Aus diesen Gründen hat die Human Resources-Beratung CLEVIS in Kooperation mit der Jobbörse ABSOLVENTA den Praktikantenspiegel 2010 ins Leben gerufen. Dieser untersucht nicht nur die vor allem von der Marketingabteilung geschaffene Außenwirkung eines Unternehmens, sondern trennt bei der Erhebung zwischen diesem Image und der tatsächlichen Attraktivität des Arbeitgebers bei Absolventen.

### **Methodik und Studiendesign**

Die Studie Praktikantenspiegel 2010 wurde erstellt von der CLEVIS GmbH und der ABSOLVENTA GmbH. Der Praktikantenspiegel 2010 ist die erste Studie, die unternehmensübergreifend in Deutschland die Erfahrungen von Praktikanten analysiert, deren Praktikum mehrheitlich in den letzten 24 Monaten stattfand. Die Onlineumfrage fand im Zeitraum von Juli bis September 2010 statt. Von ca. 18.000 Anfragen gingen 3.629 gültige Rückläufer in die Studie ein. Die Teilnehmer haben insgesamt 122 Unternehmen bewertet. Jeder ehemalige Praktikant durfte maximal zwei Unternehmen beurteilen. Die Befragten konnten das Markenimage hinsichtlich der Qualität, Valenz und Sympathie einschätzen. Die Attraktivität der Arbeitgeber bei Absolventen bzw. ehemaligen Praktikanten wurde anhand der allgemeinen Zufriedenheit mit dem Arbeitgeber und der Zufriedenheit mit arbeitsrelevanten Facetten der Arbeitgeberqualität gemessen. Zudem wurde die individuelle Wichtigkeit der jeweiligen Aspekte erhoben.

### **Kontakt:**

Ludwig Preller

CLEVIS GmbH  
Sendlinger Straße 7  
80331 München  
Tel.: 089 242 111-0  
Fax: 089 242 111-55

[www.clevis-interim.de](http://www.clevis-interim.de)



### **Über die CLEVIS GmbH**

Die CLEVIS GmbH ist als Joint Venture aus der Unternehmens- und Corporate Finance Beratung Blue Ribbon und HPI, dem größten unabhängigen Einkaufsdienstleister Europas, hervorgegangen und hat ihren Sitz in München. So vereinen sich mehr als 20 Jahre Erfahrung mit Human Resources, Einkauf und Logistik in CLEVIS – dem Spezialisten dem Experten für die Bereitstellung von Interim-Spezialisten. Die CLEVIS GmbH vereint die Vielseitigkeit und Anpassungsfähigkeit im Schnittstellenbereich der Leistungen Unternehmensberatung, Personalleasing und Branchendienstleistung. Qualität und optimaler Service stehen bei CLEVIS im Mittelpunkt. Mittels “Best Matching” werden dem Kunden in den Bereichen Projektmanagement, Einkauf und Logistik Mitarbeiter oder auch ganze Projektteams zur Verfügung gestellt, die seinen Anforderungen und den Fähigkeiten der Arbeitnehmer gerecht werden.

Auf Grund ihrer langjährigen HR-Beratungserfahrung lag das Ziel für die CLEVIS GmbH nahe, in Kooperation mit der ABSOLVENTA GmbH den Praktikantenspiegel 2010 ins Leben zu rufen. Dadurch wurde die Voraussetzung geschaffen, den Praktikantenspiegel in Zukunft auf eine breitere Arbeitnehmerbefragung zu stützen.

### **Über die ABSOLVENTA GmbH**

ABSOLVENTA ist die Jobbörse für Studenten, Absolventen und Young Professionals. Mit einem umfangreichen Stellenmarkt, Direktanfragen von Unternehmen über die ABSOLVENTA-Datenbank und einem Karriere- und Service-Bereich zu allen für die junge akademische Karriere relevanten Themen begleitet ABSOLVENTA junge Akademiker ganzheitlich von der Hochschule ins Berufsleben.

Für Unternehmen ist ABSOLVENTA damit der ideale Partner wenn es um die Gewinnung des jungen akademischen Nachwuchses geht. Stellenanzeigen, Employer Branding Maßnahmen oder die Direktansprache von High Potentials über die Datenbank sind dabei nur ein paar der Eckpunkte des ABSOLVENTA-Leistungsspektrums.

Die Absolventa GmbH zählt auf [www.absolventa.de](http://www.absolventa.de) pro Monat rund 200.000 Besuche und beschäftigt 25 Mitarbeiter am Standort Berlin.