

Berufliche Zukunftserwartungen von Master-Studierenden

700 Studierende des Masterstudiengangs der TUM School of Management beantworten Fragen zu ihren beruflichen Vorstellungen, Präferenzen und Motivationsfaktoren



„Unsere Studie zeigt eine sehr selbstbewusste und zielgerichtete Gruppe von Master-Studierenden. Sie wollen eines Tages zum Berufseinstieg ins Consulting, die Start-up-Szene aber auch in die großen deutschen Konzerne. Sie wissen um ihre Chancen in einer Berufswelt, die in den kommenden Jahren – unabhängig aktueller Krisen – von einem Mangel an Führungsnachwuchs geprägt sein wird. Mit ihrem ausgeprägten Interesse an digitalen und nachhaltigen Themen wird die derzeitige Generation an Master-Absolventen die Transformation der deutschen Wirtschaft künftig maßgeblich mitgestalten.“

Dr. Christine Stimpel

Heidrick & Struggles

„Die angehenden Betriebswirtinnen und Betriebswirte der TUM School of Management sind voller Ehrgeiz. Sie sind international. Sie möchten Verantwortung übernehmen und nachhaltig Wandel forcieren. Sie sind bereit sich den großen gesellschaftlichen Herausforderungen zu stellen und dafür auf der Suche nach Gleichgesinnten. Nicht zuletzt deshalb zieht es sie verstärkt in die Strategieberatung und die Start-up Szene. Es gilt daher Strukturen und Einstiegsprogramme aufzubauen, die es ihnen frühzeitig ermöglichen, eigene Themen voranzutreiben, sich zu vernetzen, Erfahrungen im Ausland zu sammeln und ihre Stärken durch flexible Arbeitsformen bestmöglich auszuspielen.“

Prof. Dr. Gunther Friedl

TUM School of Management

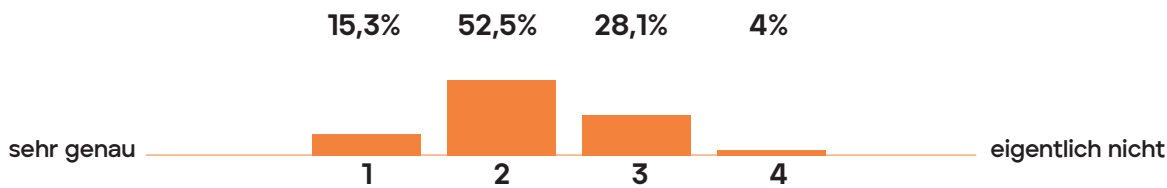
Einleitung & Methodik

Die internationale Personalberatung Heidrick & Struggles und die TUM School of Management, München, haben im Oktober 2022 gemeinsam die Studierenden des Masterstudiengangs der Fakultät über ihre Erwartungen an ihr künftiges Berufsleben befragt. Was ist ihnen wichtig? Was sind die motivierenden Faktoren für ihre künftigen Entscheidungen für einen bestimmten Arbeitgeber? Wissen die kommenden Master-Betriebswirte schon, welchen grundsätzlichen beruflichen Weg sie einschlagen wollen? Welche Sektoren der Wirtschaft interessieren sie besonders? Wie beurteilen sie generell ihre Chancen auf dem Arbeitsmarkt?

Diese und weitere Einblicke in Denken und Einschätzungen der nachrückenden Generation besitzen für die heute Verantwortlichen der deutschen Wirtschaft eine hohe Relevanz. Wir wissen, dass alte Motivationsmuster über ein hohes Einkommen und Aufstiegschancen bei den jungen Generationen deutlich an Zugkraft verloren haben. Gleichzeitig sind die Rekrutierungsanstrengungen der Unternehmen enorm. Der Aufbau geeigneter Employer Brands richtet sich auch gegen absehbare Engpässe. Es herrscht unter Personalmanagerinnen und -managern die weit verbreitete Sorge, künftig talentierte Nachwuchs-Betriebswirte, die eines Tages Führungsaufgaben wahrnehmen sollen, nicht mehr in ausreichender Zahl rekrutieren zu können. Auch deshalb wollen Unternehmen heute sehr genau wissen, wie die nachfolgende Generation „tickt“.

Von den aktuell rund 3.000 Master-Studierenden an der TUM School of Management haben 700 an der Befragung über ihre Karriereaspirationen teilgenommen. Der größte Teil studiert im ersten (26,4 Prozent), dritten (29 Prozent) beziehungsweise fünften (20,4 Prozent) Semester. Seitens des Alters ist die Mehrheit (57,6 Prozent) 23, 24 beziehungsweise 25 Jahre alt. Älter sind 36,4 Prozent der Teilnehmenden. 54,4 Prozent sind männliche, 44,8 Prozent weibliche Studierende.

Frage 1: Wissen Sie schon, was Sie eines Tages beruflich machen wollen?



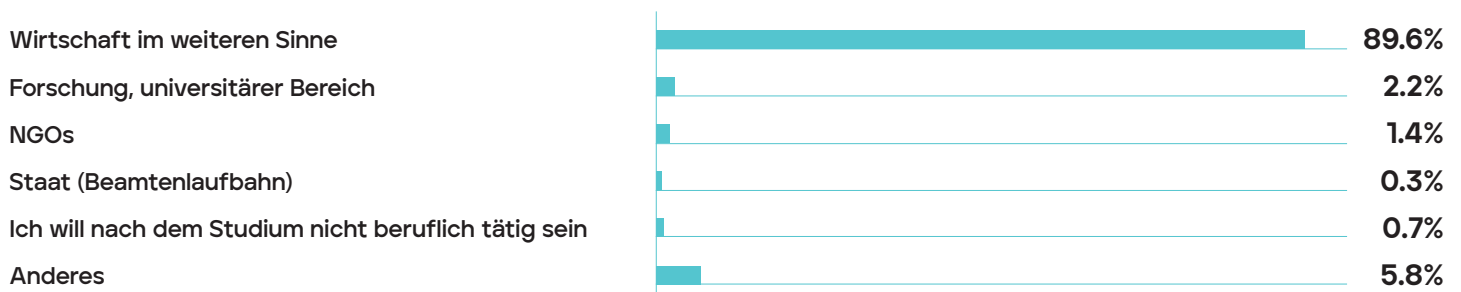
Bei einer Skala von 1 bis 4 („sehr genau“ bis „eigentlich nicht“) entscheidet sich mehr als die Hälfte der befragten Studierenden für den Wert 2 – bei einem Mittelwert von 2,2. Dies bedeutet, dass diese Gruppe bereits eine

Vorstellung von ihrer beruflichen Zukunft besitzt. Weitere 15,3 Prozent haben bei dieser Frage sogar eindeutige Klarheit – und dies bei einem doch relevanten Anteil von Studierenden, die ihren Master gerade erst begonnen haben.

Über keine Vorstellungen über ihre berufliche Zukunft verfügt lediglich eine kleine Minderheit. Insgesamt ergibt sich das Bild einer Gruppe, die weiß, was sie einmal will, wofür sie studiert und die von ihren Plänen überzeugt ist.

„Die Integration von Praxisbezügen in fachliche Lehrveranstaltungen trägt Früchte. An der TUM School of Management schlagen wir die Brücke zwischen Wissenschaft und Praxis. Durch Gastvorträge und Seminare von und in Kooperation mit renommierten Praktikerinnen und Praktikern wird es Studierenden ermöglicht, frühzeitig einen echten Eindruck von der Umsetzung der gelehrten Thematiken in der freien Wirtschaft zu bekommen.“ Prof. Dr. Gunther Friedl

Frage 2: In welchem Sektor wollen Sie eines Tages beruflich tätig sein?



Die Antworten auf Frage 2 lassen an Deutlichkeit keinen Zweifel zu und unterstreichen die Interpretation zu Frage 1. Wer an der TUM School of Management seinen Master macht, möchte in 9 von 10 Fällen dann auch in der Wirtschaft tätig sein. Die Antworten zeigen zugleich, wie unattraktiv Karrieren beim Staat beziehungsweise auch

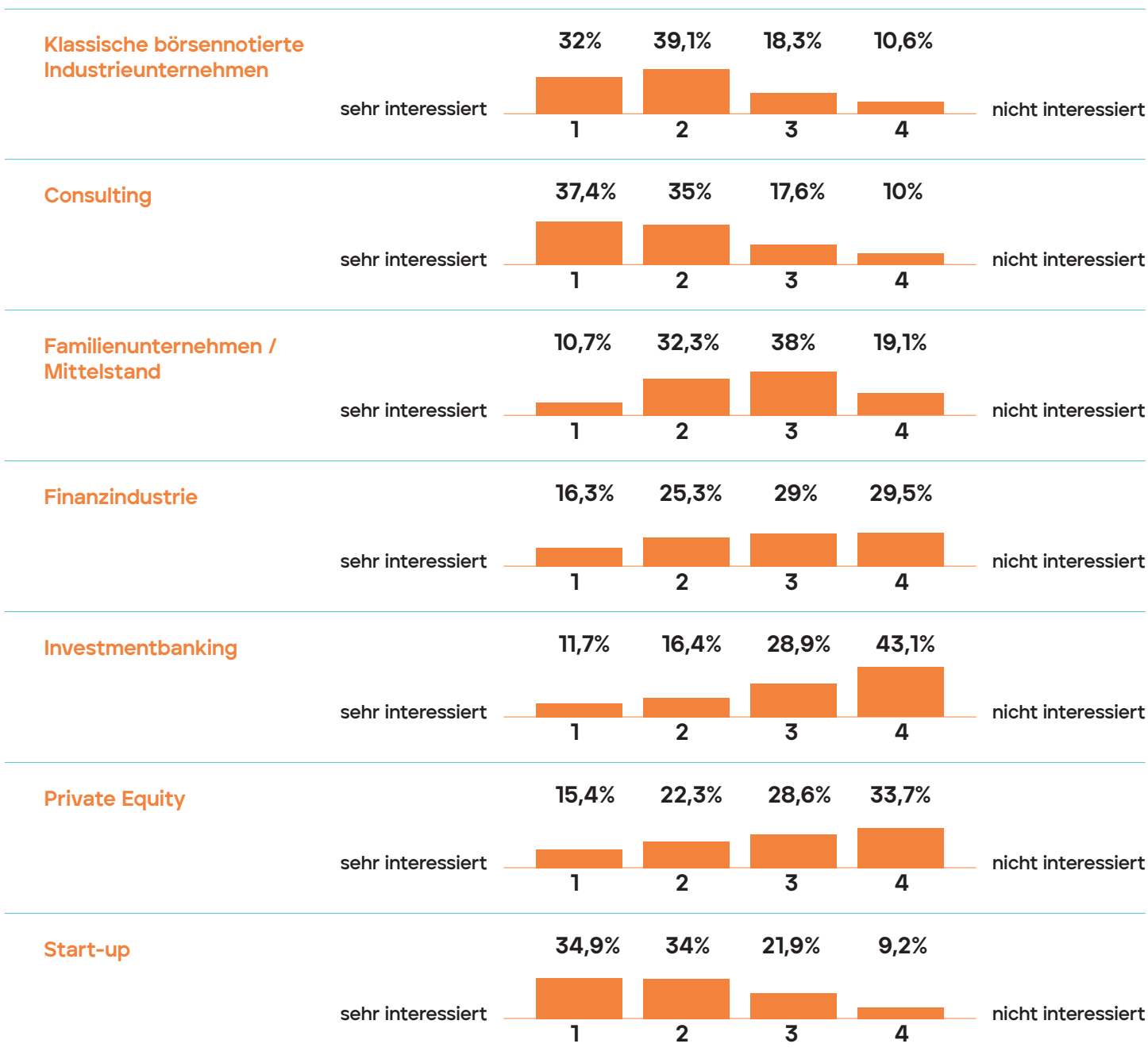
in Wissenschaft und an Universitäten sind. Diese drei Bereiche würden vermutlich perspektivisch ein höheres Maß an Sicherheit bieten. Offensichtlich ist dies kein wirkmächtiges Argument für die Teilnehmenden.

Überraschend ist auch, dass lediglich 1,4 Prozent der Stu-

dierenden NGOs als Ziel ihres beruflichen Einstiegs wählen, trotz der öffentlichen Wahrnehmung einer Generation mit einem hohen idealistischen und moralischen Anspruch.

„Von Orientierungslosigkeit und Zukunftsangst keine Spur. Die oft apokalyptisch überzeichnete Aussage, die junge Generation sähe aufgrund der diversen aktuellen Krisen keine Zukunft mehr für sich, lässt sich aus den Antworten der befragten Gruppe nicht ableiten“ Dr. Christine Stimpel

Frage 3: Für welchen Bereich der Wirtschaft interessieren Sie sich, wo würden Sie gerne Ihren Berufseinstieg realisieren?



Die größte Strahlkraft für die Master-Studierenden der TUM School of Management besitzt mit einem Mittelwert von 2,0 die Consultingbranche. Diese Präferenz, den ersten Job in der Beratung zu absolvieren, ist keine generelle Neuigkeit. Seit vielen Jahren gelten insbesondere die Marktführer wie McKinsey, Boston Consulting Group oder Bain & Company als exzellentes Sprungbrett für weitere Karriereschritte. Die Branche ist in den vergan-

genen Jahren trotz Coronakrise nochmals enorm gewachsen und hat ihre Anstrengungen, hervorragende Absolventinnen und Absolventen überdurchschnittlich guter Universitäten anzustellen, weiter intensiviert. Das wissen die Studierenden und finden in der Consultingindustrie zunehmend auch jene Versprechen (Frage 4), die auf sie besonders attraktiv wirken.

Einen exzellenten Mittelwert mit 2,1 erzielt auch der bevorzugte Be-

rufswunsch Start-up. Dies mag mit der Ausrichtung der TUM School of Management zusammenhängen, die eine starke Orientierung an der Innovationsszene besitzt und die Gründung von technologisch orientierten Deep Tech Start-ups fördert. Dennoch zieht es sicherlich auch in anderen wirtschaftsorientierten Masterstudiengängen die Absolventen in junge, ambitionierte Unternehmen mit einer entsprechenden Firmenkultur. Volkswirtschaftlich ist dieser

Trend zu begrüßen. Derzeit gibt es in Deutschland knapp 40 Unicorns, weltweit wurden 2021 knapp 1400 gezählt. Um bei den Technologien der Zukunft führend zu bleiben, ist eine Zuwendung besonders talentierter Studienabgänger zur Start-up Szene demnach von großer Bedeutung, um die beschleunigte Transformation der deutschen Volkswirtschaft zu gewährleisten.

Einen Mittelwert von 2,1 erzielt ebenfalls die Kategorie der börsennotierten Konzerne. Dieser Sektor nimmt im Gegensatz zu den Consulting- und Start-up-Industrien jedoch einen Großteil der Berufsanfänger auf – der Bedarf an gut ausgebildeten Betriebswirten ist hier um ein Vielfaches höher. Dass die großen deutschen Konzerne in der Beliebtheit beim Karriereeinstieg mit den beiden konkurrierenden Segmenten gerade einmal auf Augenhöhe sind, ist für die entsprechenden Unternehmen keine gute Botschaft.

Deutlich hinter den drei erwäh-

ten Sektoren rangieren Familienunternehmen mit einem bereits unterdurchschnittlichen Mittelwert von 2,7. Im „War for Talents“ kann der Mittelstand traditionell nur bedingt mit der Spitze mithalten. Die Argumente, große Gestaltungsfreiheiten und eine verhältnismäßig hohe Arbeitsplatzsicherheit stechen derzeit nicht, könnten aber in wirtschaftlich schwierigeren Zeiten bald wieder an Attraktivität gewinnen. Ungünstig insbesondere für den industriellen Mittelstand wirkt sich aus, dass viele sozio-ökonomischen Megatrends wie Urbanisierung, Digitalisierung oder auch New Work nicht primär mit dem deutschen Familienkapitalismus verbunden werden.

Die Finanzindustrie erzielt mit 2,7 einen ähnlich geringen Mittelwert wie die Familienunternehmen. Die großen Banken und Versicherungen haben längst ihre besondere Anziehungskraft verloren, seitdem vor allem der Banksektor in Deutschland insgesamt an Relevanz verloren hat und die

Branche kein fortschrittliches Image bei der jungen Generation besitzt. Hinzu kommt, dass die klassischen Geschäftsmodelle von Fintechs herausgefordert werden. Studierende der TUM School of Management mit Interesse an der Finanzindustrie dürften demnach eher mit einem Berufseinstieg in der Start-up Szene liebäugeln.

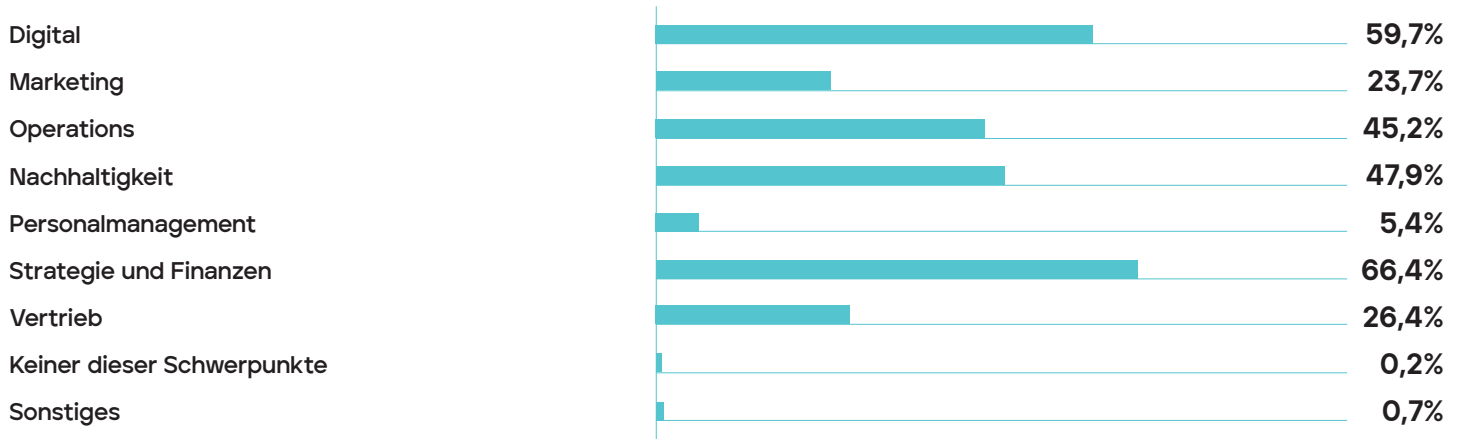
Die schlechtesten Noten als Karriereeinstieg erhalten der Private Equity Sektor (2,8) und das Investmentbanking (3,0). Die Beliebtheit hätte in den Nullerjahren vermutlich noch ganz anders ausgesehen, als insbesondere das Investmentbanking eine besonders hohe Attraktivität für junge Highflyer ausgestrahlt hatte. Wir interpretieren, dass seit der Lehman-Pleite und der darauffolgenden großen Finanz- und Wirtschaftskrise 2008/2009 das Ansehen dieser beiden Sektoren unter jungen Absolventen gelitten hat und sich eine Erholung derzeit nicht abzeichnet.

„Ein spannender Aspekt bei dieser Frage ist aus meiner Sicht die Entwicklung, dass sich klassische große Industrieunternehmen zunehmend schwertun, den gewünschten Führungsnachwuchs an den Universitäten zu rekrutieren. Das bereitet vielen HR-Verantwortlichen große Sorge. Insgesamt haben die Konzerne an Glanz verloren, ausreichend Talente zu locken und zu binden. Allerdings zeigt unsere Befragung auch, dass zumindest unter unseren Teilnehmenden diese Abkehr von den großen Adressen nicht radikal ist.“

Familienunternehmen besitzen leider keine sehr hohe Anziehungskraft, was mittelfristig in Phasen notwendiger Transformationen an die Substanz gehen könnte.“ **Dr. Christine Stimpel**

„An unserer Fakultät arbeiten wir daran, unter unseren Studierenden eine unternehmerische Kultur zu verfestigen. Wir bestärken unsere Studierenden darin, Innovationen und Veränderungen voranzutreiben. Heran wachsen Individuen, die auch nach Abschluss ihrer universitären Laufbahn stetig auf der Suche nach neuen Herausforderungen sind. Gesucht sind folglich Einstiegsmöglichkeiten, die das Einbringen eigener Ideen und ein kontinuierliches Dazulernen ermöglichen.“ **Prof. Dr. Gunther Friedl**

Frage 4: Für welchen thematischen Schwerpunkt interessieren Sie sich im Rahmen Ihres Berufseinstiegs? *



* Mehrfachnennungen möglich

Die Antworten auf die thematischen Schwerpunkte ergeben eine deutliche Abstufung. Die Teilnehmenden zieht es zuvorderst in die Bereiche „Strategie und Finanzen“ sowie „Digital“. Mit „Strategie“ und „Finanzen“ zielen die Master-Studierenden direkt auf zwei klassische betriebswirtschaftliche Kernbereiche, denen traditionell eine hohe Priorität in der Unternehmensführung zukommen. Das Interesse an digitalen Funktionen wiederum spiegelt bei den Präferenzen die Bedeutung dieses neuen Bereichs wider.

Auf einem zweiten Prioritäten-Niveau befinden sich die Bereiche „Operations“ und „Nachhaltigkeit“. Auch hier liegt ein traditioneller Bereich („Operations“) in etwa gleichauf mit der neuen

Funktion, Geschäftsmodelle nachhaltiger zu gestalten.

Demnach bewegen sich die beiden traditionellen Bereiche „Strategie und Finanzen“ und „Operations“ auf einem ähnlichen Niveau wie die neuen Felder „Digital“ und „Nachhaltigkeit“. Es ist die jetzt an den Universitäten ausgebildete Studierendenschaft, die in einigen Jahren und dann über einen längeren Zeitraum die Transformation der deutschen Wirtschaft zu den Themen Digitalisierung, Automatisierung und Klimaneutralität verantworten wird. Sowohl bei Know-how, aber auch der Bereitschaft, diese Schwerpunkte eines Tages voranzutreiben, werden derzeit die Grundlagen geschaffen.

Dagegen flacht das Interesse an

Marketing- und Vertriebsfunktionen deutlich ab. Abgeschlagen ist das Interesse der Studierenden an HR-Themen, zumindest im Zusammenhang mit ihrem Berufseinstieg.

Eine größere Anzahl an Teilnehmenden fügte zusätzliche, sehr spezifische Berufsschwerpunkte hinzu. Etwa „Education Technology“, „Strategy Analyst“, „Health Sector“, „Marketing Strategy Management“, „Project Management in the Energy Markets“, „Behavioral Economics“ – auch dies ein Beleg, dass die befragte Gruppe eine doch sehr klare Vorstellung von ihrer beruflichen Zukunft besitzt. Informations- und Computertechnologien, Business Analytics und Data Science wurden von vielen als anvisierter inhaltlicher Berufsschwerpunkt ebenfalls genannt.

„An der TUM School of Management haben wir die Wirtschaftswissenschaften weit für die großen Themen der heutigen Zeit geöffnet. Wir forschen und lehren zu Fragen des Klimawandels, des digitalen Wandels, der Gesundheitsversorgung. Weil wir überzeugt sind, dass nur mit diesem ganzheitlichen Blick Probleme gelöst werden können.“ Prof. Dr. Gunther Friedl

„Das überdurchschnittliche Interesse der Studierenden an den Bereichen „Digital“ und „Nachhaltigkeit“ ist eine große Chance. Gut ausgebildete Betriebswirte mit dem technologischen Know-how, Zukunftsthemen zu gestalten - diese Kombination wird künftig auf sehr hohe Nachfrage treffen.“ Dr. Christine Stimpel

Frage 5: Möchten Sie ihren Berufseinstieg im Ausland realisieren?

Rund die Hälfte aller Befragten liebäugelt mit einem Berufseinstieg jenseits der deutschen Grenzen. Diese Neigung untermauert die Beobachtung, wie enorm international inzwischen die Studierenden deutscher Hochschulen sind. In dieser hohen Zahl sind auch die ausländischen Master-Absolventen beinhalten, die gegebenenfalls einen Berufseinstieg in ihrem



Heimatland anstreben. Unabhängig davon ist die internationale Orientierung der Studierenden ein gutes Zeichen für den Standort

Deutschland und wird der modernen Arbeitswelt gerecht.

„Die gesellschaftlichen Herausforderungen unserer Zeit sind verstärkt globaler Natur. Die Klimakrise wird nicht durch einen einzelnen Staat behoben werden können. Internationale Beziehungen sind wichtiger denn je und mit ihnen Absolventinnen und Absolventen, die bereit sind, diese zu leben, sowie Arbeitgeber und Universitäten, die bereit sind, in diese zu investieren.“

Prof. Dr. Gunther Friedl

Frage 6: Planen Sie während ihrer beruflichen Laufbahn für einige Zeit im Ausland zu arbeiten?



Noch größer als der Wunsch, den Berufseinstieg über eine internationale Station zu realisieren ist der

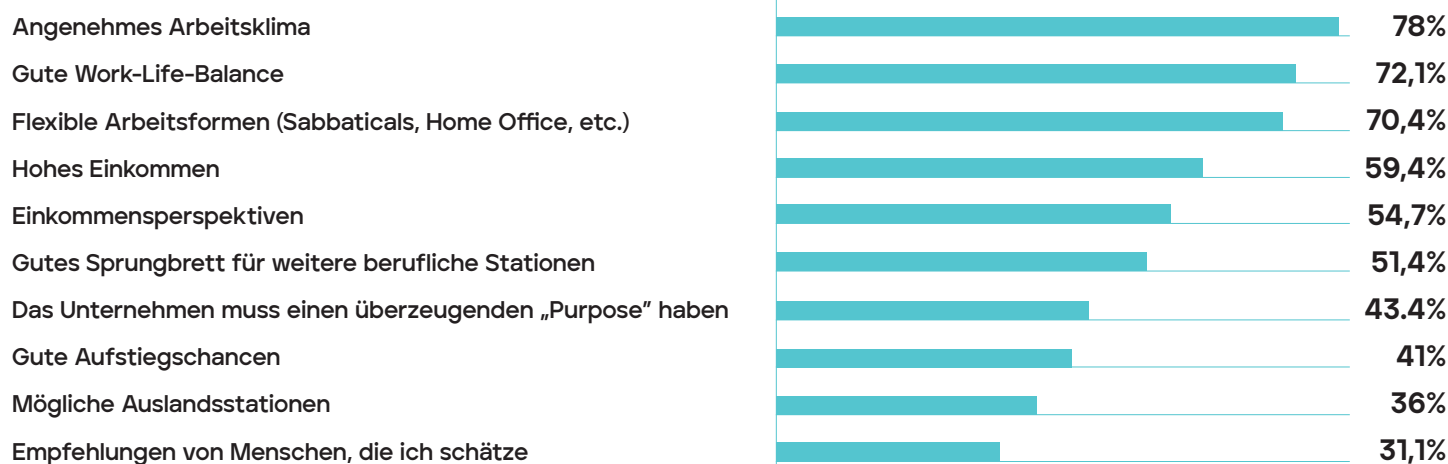
Wunsch, grundsätzlich einmal auch im Ausland zu arbeiten. Nahezu 9 von 10 Studierenden streben das

an. Dieser Vorsatz zeugt von Neugierde und Weltoffenheit.

„Die Ergebnisse zu der Lust der Studierenden, im Ausland den Berufseinstieg zu wagen beziehungsweise in jedem Fall einmal im Ausland zu arbeiten, legt den Schluss nahe, dass Unternehmen bei ihren Anstrengungen, ein attraktives Employer Brand aufzubauen, dieser Möglichkeit großes Gewicht einräumen sollten. Jungen Berufseinsteigern früh Auslandserfahrungen anzubieten, wäre ganz offensichtlich ein starkes attraktives und bindendes Argument.“

Dr. Christine Stimpel

Frage 7: Was sind für Sie wichtige Motivatoren bei der Entscheidung für den Berufseinstieg/erste berufliche Station (nicht Praktika)? *



* Mehrfachnennungen möglich

Was wollen heutige Master-Studierende von ihrem ersten Arbeitgeber? Nach welchen Kriterien suchen sie sich den Berufseinstieg aus? Die Antworten auf diese Fragestellungen sind von eminenter Bedeutung für die Gestaltung des Recruitings deutscher Unternehmen.

Unsere Befragung bestätigt im Wesentlichen, was Untersuchungen in jüngerer Zeit zu Tage fördern. Der Unternehmenskultur kommt eine dominante Rolle zu. Es wird zuvorderst ein „angenehmes Arbeitsklima“ erwartet, mit Chefs und Kollegen, mit denen man sich voraussichtlich gut versteht. Kein Studierender, der sich seinen künftigen Job aussuchen

kann, wird mehr in ein Unternehmen gehen, von dem er oder sie subjektiv „Schlechtes“ hört oder liest. Der künftige Arbeitsplatz muss eine gewisse Atmosphäre des „Wohlfühlens“ ermöglichen, was auch Aspekte der „Work-Life-Balance“ einschließt. Der dritte Punkt betrifft ein hohes Maß an „flexiblen Arbeitsformen“, die auch als Folge der Pandemie in den Mittelpunkt rücken. Ein weiterer moderner Aspekt ist ein „überzeugender Purpose“, der jedoch den zuvor genannten Kategorien hinterherhinkt. Allerdings noch immerhin 43,3 Prozent der Studierenden legen darauf als Motivationsfaktor wert.

Mit einem gewissen Abstand zu

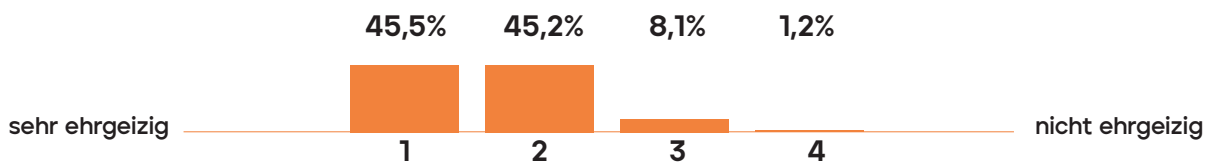
den Aspekten „Arbeitsklima“, „Work-Life-Balance“ und „New Work“ folgen die klassischen Motivatoren „Einkommen“, „Einkommensperspektiven“, „Sprungbrett für weitere berufliche Stationen“ und bereits mit Abstand „Aufstiegschancen“. Diese vier Kategorien erzielen immer noch hohe Zustimmungswerte, sie sind selbstverständlich nicht außer Acht zu lassen. Es wird aber dennoch deutlich, dass es ein Gefälle zu den erstgenannten Kategorien gibt.

Im Ranking der Motivationsfaktoren ist die „Auslandsstation“ nicht mehr so wichtig, wie es die Fragen 5 und 6 nahegelegt haben.

„Die Unternehmensführungen deutscher Firmen haben massiv begonnen, Antworten auf auch in unserer Befragung ersichtliche Trends zu geben. Die Tonalität bis in die Chefetagen hat sich die vergangenen Jahre verändert. Der Umgang ist bis zu einem gewissen Grad smarter, zugewandter geworden. Viele Vorstände haben Kinder im Studienalter. Sie nehmen intuitiv diese Zeichen und neuen Normen auf. Unternehmen werden damit insgesamt attraktiver für die Next-Gen.“ Dr. Christine Stimpel

„Die Zeiten haben sich geändert. Wir müssen uns zukünftig verstärkt der Herausforderung stellen flexible Arbeitsmodelle mit Möglichkeiten zur physischen Zusammenarbeit sinnvoll zu verknüpfen.“ Prof. Dr. Gunther Friedl

Frage 8: Für wie ehrgeizig schätzen Sie sich in Bezug auf eine berufliche Karriere ein?



Die Befragten der TUM School of Management geben ein klares Statement zu ihren Ambitionen ab. Das Bekenntnis zu ihrem berufli-

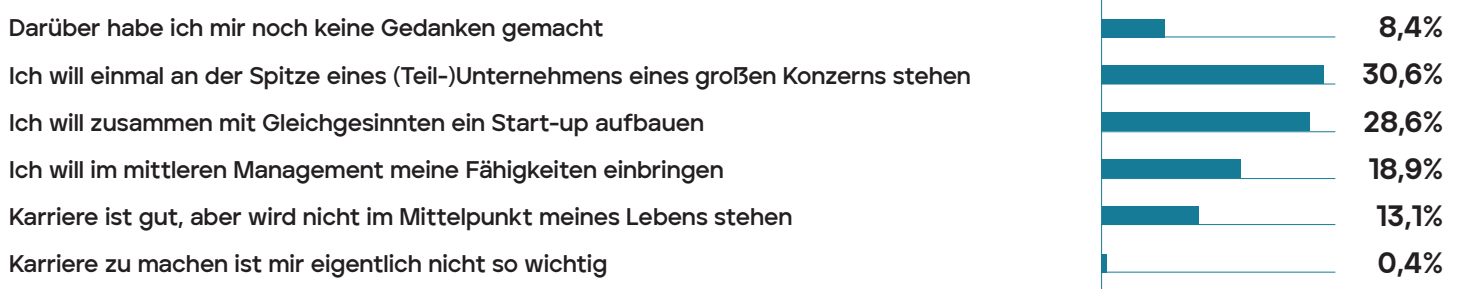
chen Ehrgeiz erzielt einen Mittelwert von 1,6 auf einer Skala von 1 bis 4 („sehr ehrgeizig“ bis „nicht ehrgeizig“). 90 Prozent der Stu-

dierenden wollen demnach etwas in ihrem Berufsleben erreichen, Karriere machen.

Dieses Ergebnis überrascht in seiner Unmissverständlichkeit. Ehrgeiz ist eine entscheidende Triebfeder für außergewöhnlichen beruflichen Erfolg. Dass junge Leute sich derart explizit dazu bekennen, sollte uns positiv stimmen. Das Ergebnis widerspricht auch dem oft gehörten Eindruck einer wenig zielgerichteten jungen Generation.“ **Dr. Christine Stimpel**

„Dieses klare Statement untermauert die Relevanz, Berufseinsteigerinnen und Berufseinsteigern frühzeitig Verantwortung einzuräumen und es ihnen zu ermöglichen, eigene Themen voranzutreiben. In fest gefahrenen Strukturen, die kaum Raum für Veränderung lassen, kann Ehrgeiz nicht gelebt werden.“ **Prof. Dr. Gunther Friedl**

Frage 9: Welche längerfristigen Karriere-Aspirationen haben Sie?



Die Antworten bekräftigen die Ergebnisse zu Frage 8. Die Befragten sind engagiert und besitzen den Willen zu außergewöhnlicher Leis-

tung. Fast 60 Prozent wollen eines Tages an der Spitze einer Organisation stehen beziehungsweise ein Start-up aufbauen. Nur ein kleiner

Teil hat noch keinen Plan oder will keine Karriere machen.

„An der TUM School of Management vereint uns der Wille, verantwortungsbewusst Innovation zu forcieren. Dazu zählt auch die Übernahme von Führungsrollen; sei es in einem mitbegründeten Start-up oder an der Spitze eines Unternehmens/Konzerns.“ **Prof. Dr. Gunther Friedl**

Frage 10: Stimmen Sie der These zu, dass es gut ausgebildete Berufseinsteiger der BWL, aber auch anderer wirtschaftsnaher Studien in den vergangenen Jahren eher leicht hatten, einen guten Berufseinstieg zu erreichen?



Personalverantwortliche in deutschen Unternehmen mussten in den vergangenen Jahren ganz neue Erfahrungen machen. Sie trafen auf Absolventen, die sich weniger als Kandidaten im herkömmlichen Sinn begriffen. Oft stellten

die Berufseinsteiger den Unternehmen Fragen nach Arbeitsklima, Work-Life-Balance, Purpose und anderen Aspekten, die ihnen wichtig sind. Das Kräfteverhältnis hat sich spürbar verändert. Unsere Befragung bestätigt diesen Trend.

Die Studierenden der TUM School of Management sind sich der Tatsache in hohem Maße bewusst, dass die Nachfrage nach ihren Fähigkeiten bislang hoch ist.

„Die starke Zustimmung der Befragten spiegelt die Ergebnisse des neuesten Global University Employability Rankings wider, welches einen weltweit hohen Bedarf nach Absolventinnen und Absolventen der Technischen Universität München attestiert. Die Antworten lassen zudem einen Zusammenhang zu dem zuvor gezeigten Gefälle zwischen weichen Faktoren wie Arbeitsklima, Work Life Balance und New Work zu harten Faktoren wie Einkommen, Einkommensperspektiven oder Aufstiegschancen vermuten. Die aktuelle Situation scheint die Relevanz weicher Faktoren zu verstärken.“ Prof. Dr. Gunther Friedl

Frage 11: Stimmen Sie der These zu, dass sich in den vergangenen Jahren eher die Unternehmen um die talentierten Universitätsabsolventen „bewerben“ mussten als umgekehrt?



„Die vergangenen Jahre waren für die Absolventen von betriebswirtschaftlichen Studiengängen, aber auch in den Bereichen MINT und Jura, die nach ihrem Abschluss in die Wirtschaft gehen wollten, goldene Zeiten. Um gute Kandidatinnen und Kandidaten mussten sich die Unternehmen in Deutschland deutlich mehr bemühen als früher. Der Markt hat sich damit deutlich zugunsten der jungen Berufseinsteiger entwickelt. Die Unternehmen inklusive der Consultingbranche haben sich teils mit ihren finanziellen wie inhaltlichen Angeboten überboten.“

Dr. Christine Stimpel

„Wenn auch nicht alle, so sprechen jedoch viele der Befragten von einem Rollentausch im Recruiting. Unternehmen benötigen daher einschlägige Strategien, um künftig qualifizierte Mitarbeitende zu gewinnen und zu binden.“ Prof. Dr. Gunther Friedl

Frage 12: Derzeit durchläuft die Wirtschaft unsichere Zeiten. Experten erwarten, dass wir vor einer durchaus längerfristigen Phase des wirtschaftlichen Abschwungs stehen. Denken Sie, dies wird dann negative Auswirkungen auf Ihren beruflichen Einstieg haben?



Werden die Früchte für die Karrierestarter auch weiterhin so tief hängen wie in den vergangenen Jahren? Ein Teilnehmer-Statement stellvertretend für mehrere Antworten: „Ich erwarte wieder mehr Wettbewerb, weniger Job-Angebote und eine härtere wirtschaftliche Realität mit generell weniger Optionen.“ Ein weiterer

Teilnehmer äußert: „Wegen der ökonomischen Krise ändere ich derzeit meinen Schwerpunkt von Education zu IT, da sind die Jobaussichten besser.“

Das Befragungsergebnis von knapp 57 Prozent Zustimmung belegt, dass den Studierenden durchaus bewusst ist, dass sich das

konjunkturelle Umfeld derzeit verschlechtert und dies negative Auswirkungen auf ihren Berufseinstieg haben könnte. Es gibt allerdings auch selbstbewusste Stimmen. Ein Teilnehmer: „Insbesondere um Studenten mit einer Ingenieur-Ausrichtung hat der Kampf um die Absolventen Bestand.“

„Alle Prognosen weisen darauf hin, dass sich der Führungskräfte­mangel in Deutschland mittel- bis langfristig noch verschärfen wird. Dieses Szenario mag sich kurzfristig abschwächen, sollte die deutsche Wirtschaft in den nächsten ein, zwei Jahren tatsächlich eine harte Rezession erleben - an der grundsätzlichen, auch demografischen Entwicklung ändert dies aber nichts. Unternehmen werden sich um jene Absolventinnen und Absolventen von betriebswirtschaftlichen Studiengängen, die sie wollen und die zu ihnen passen, mehr denn je bemühen müssen.“

Dr. Christine Stimpel

„Wir leben in herausfordernden Zeiten, die zumindest kurzfristig durchaus zu veränderten Rahmenbedingungen führen könnten. Die Zielstrebigkeit und der Ehrgeiz der jungen Betriebswirtinnen und Betriebswirte stimmen mich jedoch zuversichtlich. Von einer Lähmung angesichts der Unsicherheiten der Zukunft kann nicht die Rede sein!“ **Prof. Dr. Gunther Friedl**

Die Autoren



Dr. Christine Stimpel
Heidrick & Struggles

Christine Stimpel ist Partnerin der internationalen Personalberatung Heidrick & Struggles und Mitglied der globalen CEO & Board Practice. Sie besetzt Führungspositionen in den Bereichen Industrie und Life Sciences.

Christine Stimpel studierte Tiermedizin in München und hat einen MBA der University of Washington erworben. Ihren Karrierestart absolvierte sie in der Pharmaindustrie, zunächst als Forscherin, dann als Managerin internationaler Konzerne. 1994 wechselte sie in den Executive Search und arbeitete langjährig selbst in Management Positionen. Christine Stimpel ist Vorsitzende der DACH-Region der Association of Executive Search Consultants (AESC), des führenden Branchenverbandes, sowie Mitglied des Beirats der TUM School of Management.



Prof. Dr. Gunther Friedl
TUM School of Management

Gunther Friedl ist Professor für Betriebswirtschaftslehre und Inhaber des Lehrstuhls für Controlling sowie Dekan an der TUM School of Management der Technischen Universität München. Seine Forschungsinteressen liegen in den Bereichen Corporate Governance, Vorstandsvergütung, Performancemessung und Unternehmensbewertung.

Er studierte an der TU München Physik. Dort promovierte er im Jahr 2000 und habilitierte sich 2004. Anschließend war er Professor an der Johannes Gutenberg-Universität Mainz. Forschungs- und Lehraufenthalte führten ihn an die Stanford University und an die Warsaw School of Economics.

Gunther Friedl ist Autor von Büchern zu Kostenrechnung und Controlling. Seine Forschungsarbeiten erscheinen regelmäßig in Fachpublikationen. Seine Studien zur Vorstandsvergütung werden regelmäßig in deutschen und internationalen Leitmedien publiziert.

HEIDRICK & STRUGGLES

Heidrick & Struggles (NASDAQ: HSII) ist weltweit der Premiumanbieter in dem Bereich Executive Search. Neben der Führungskräftebesetzung unterstützt Heidrick & Struggles Unternehmen bei der Diagnostik und der Entwicklung herausragender Teams. Seit mehr als 60 Jahren setzt Heidrick & Struggles als Pionier der Branche Maßstäbe in der Personalberatung und ist Partner für ganzheitliche Managementlösungen. Ein wesentlicher Schwerpunkt ist dabei auch die Besetzung von Aufsichtsräten in großen Unternehmen sowie im Mittelstand.

TUM SCHOOL OF MANAGEMENT

Die TUM School of Management legt einen einzigartigen Fokus auf die Schnittstelle zwischen Management, Ingenieur-, Natur- und Biowissenschaften. Ihr Ziel ist es, die Brücke zwischen den Bereichen Management und Technologie zu schlagen. Seit ihrer Gründung vor zwei Jahrzehnten wurde sie immer wieder als eine der besten Business Schools in Deutschland und darüber hinaus eingestuft – zuletzt im angesehenen TIMES Higher Education World University Ranking als die beste Business School Deutschlands, unter den Top3 in der Europäischen Union sowie den Top 33 weltweit.