



Das coolste IT-Praktikum 2013

TOP-Arbeitgeber im Mittelstand und Hidden Champions bewerben sich als attraktiver Arbeitgeber

Auswertung der Studentenforschung

Vorwort

Der Wandel durch die demografische Entwicklung in Deutschland bestimmt zunehmend die Veränderungen im Arbeitsumfeld der Unternehmen. Dies betrifft jedoch nicht nur die regulären Arbeitsplätze eines Unternehmens, sondern auch die Praktikumsstellen. Gerade mittelständische Unternehmen sind darauf angewiesen auf die Veränderungen des Arbeitsmarktes zu reagieren, um möglichst frühzeitig junge, gut ausgebildete Nachwuchskräfte an das Unternehmen zu binden. Dies bedeutet auch das Arbeitsumfeld an die veränderten Anforderungen, einer neuen Generation von Nachwuchskräften, innovativ zu gestalten.

Doch um wen handelt es sich bei der Generation Y? Welche Anforderungen stellen die Studierenden an ein mittelständisches Unternehmen? Kaffee kochen, Kopierer bedienen, Akten sortieren ohne die Gewährung eines Entgelts sind noch verbreitete Ansichten über die Tätigkeiten eines Praktikanten.

Das Projekt „Das coolste IT-Praktikum“ der ALPHAJUMP GmbH in Kooperation mit der Werbeagentur 247GRAD und der Computerwoche, hat es sich zum Ziel gesetzt, die veränderten Anforderungen von Studierenden an Top Arbeitgeber aus dem Mittelstand und Hidden Champions zu erfassen und diese mit den Leistungen und Erwartungen der Arbeitgeber gegenüber zu stellen. Durch diese Gegenüberstellung soll verdeutlicht werden, welche Vorstellungen eine neue Generation von Fach- und Führungskräften an die Unternehmen stellen. Im Gegenzug bildet diese Studie für den Mittelstand neue Ansatzpunkte, durch ein verbessertes Employer-Branding - die Attraktivität des Unternehmens zu steigern und die Studierenden somit langfristig an das Unternehmen zu binden.

Basierend auf dieser Grundlage wurden jeweils zwei getrennte Umfragen mit Studierenden und Unternehmen durchgeführt. Diese Trennung gewährleistet ein besseres Verständnis für die einzelnen Bedürfnisse und eine genauere Darstellung. Die Ergebnisse werden jeweils in getrennten Dokumentationen veröffentlicht.

In diesem Sinne bedanken wir uns recht herzlich bei allen, die uns unterstützt und bei denen, die sich durch den Fragebogen gekämpft haben!...DANKESCHÖN!

ALPHAJUMP GmbH

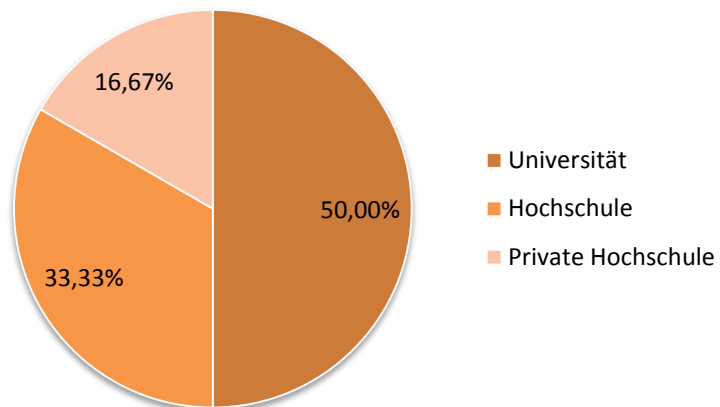
Mario Bauer

Teil 1: Demographischer Überblick der Studenten

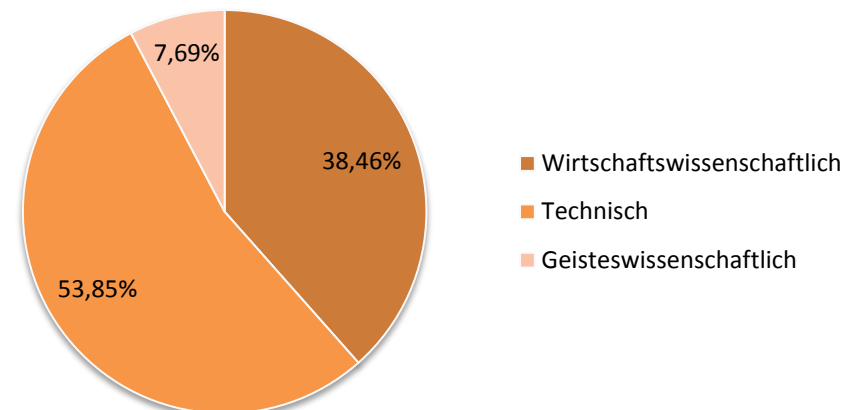
1. Angaben zum Geschlecht

87,5 % der Befragten Probanden gaben an männlichen Geschlechts zu sein, 12,5 % sind weiblich.

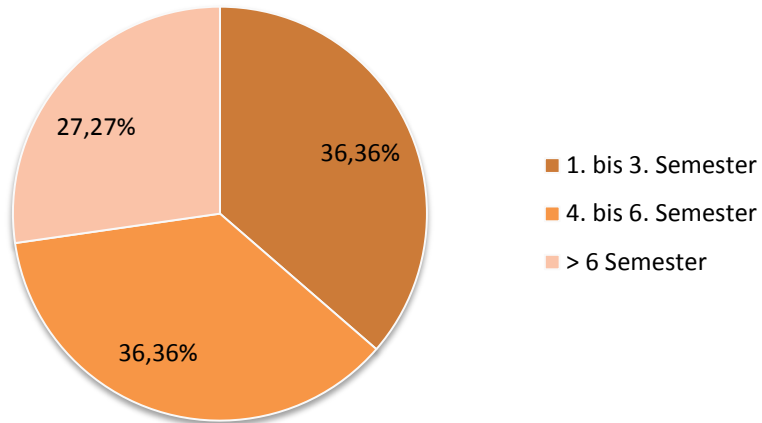
2. An welcher Hochschulart sind Sie immatrikuliert?



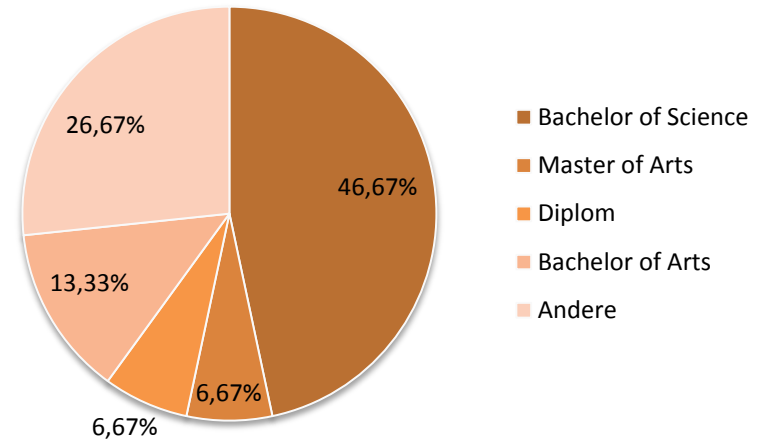
3. Welchen Studiengang besuchen Sie?

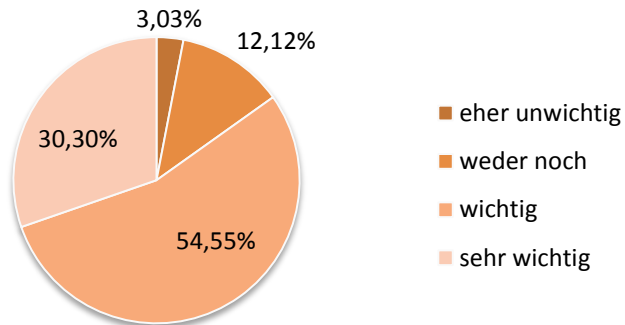
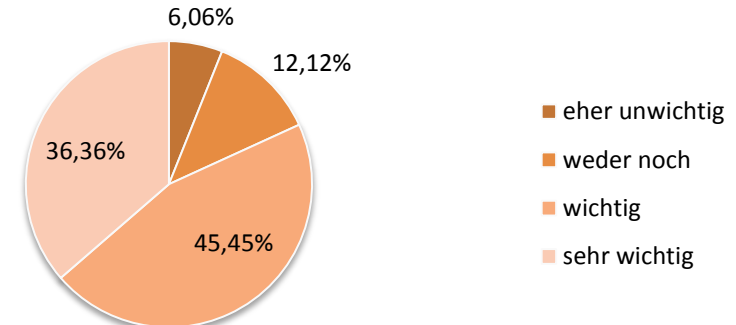
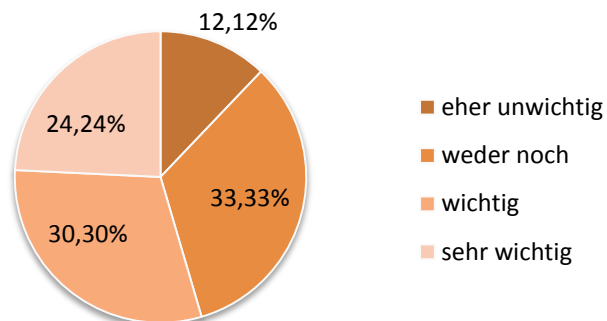
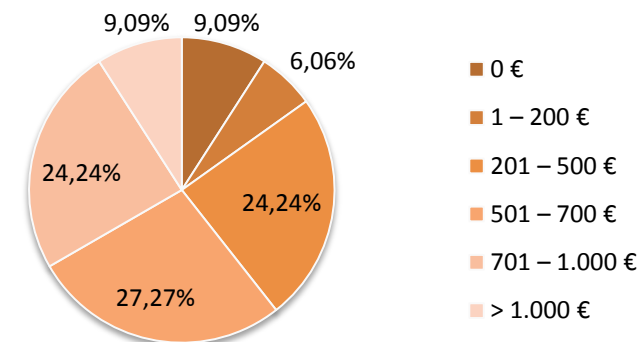


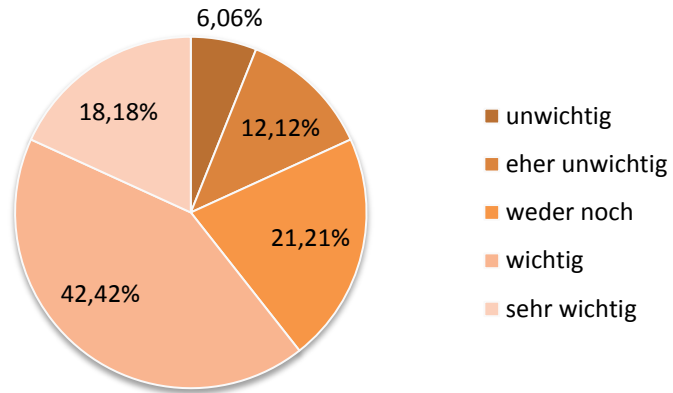
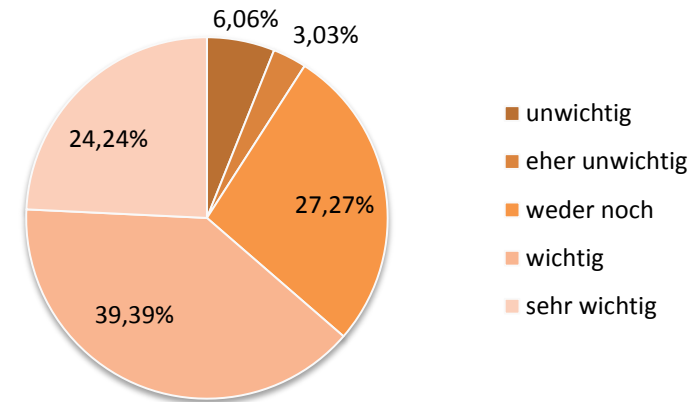
4. In welchem Fachsemester befinden Sie sich?



5. Welchen Abschluss streben Sie an?

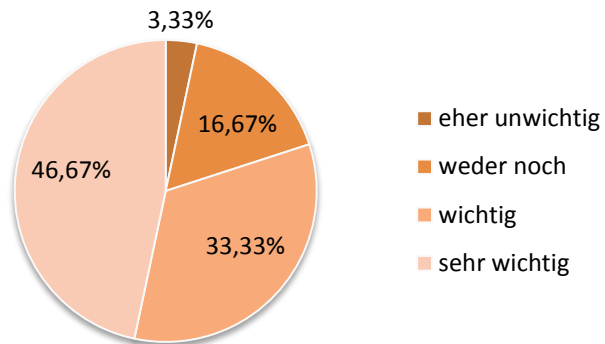


Teil 2: Die Erwartungen an die Unternehmen
1. Wie wichtig sind Ihnen anspruchsvolle und herausfordernde Aufgaben?

2. Ist Ihnen eine selbstständige Arbeitsweise und Übernahme von Verantwortung wichtig?

3. Ist es Ihnen wichtig, dass sich die Inhalte des Praktikums mit den Studienanforderungen decken?

4. Welche Vergütung finden Sie für ein Praktikum angemessen?


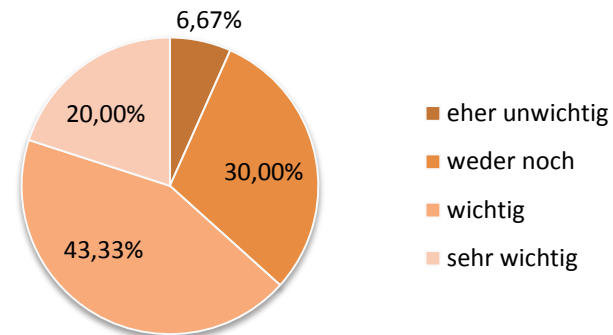
5. Stellt die Möglichkeit einer Weiterbeschäftigung für Sie ein wichtiges Kriterium dar?

6. Wie wichtig sind Ihnen Fortbildungsmöglichkeiten während des Praktikums?


Teil 3: Das Arbeitsumfeld

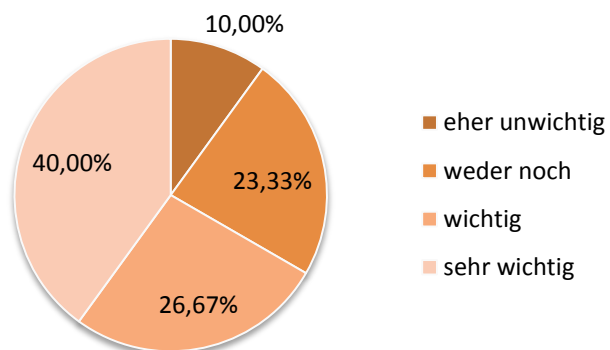
1. Ist es Ihnen wichtig, einen Mitarbeiter zur Betreuung und Einarbeitung zur Verfügung gestellt zu bekommen?



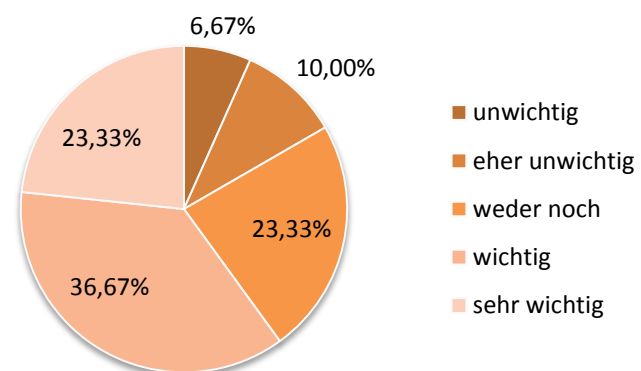
2. Sind für Sie flache Hierarchiestrukturen und kurze Entscheidungswege wichtig?



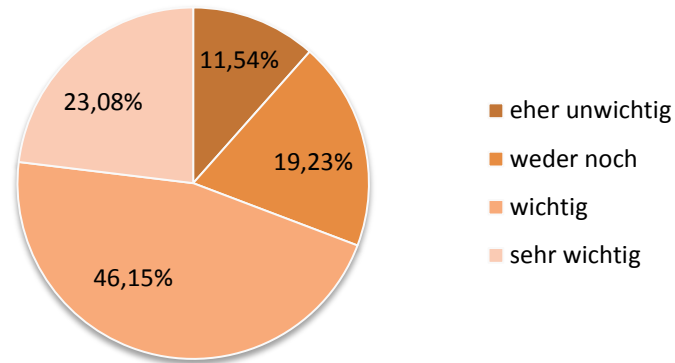
3. Legen Sie Wert auf technisch gut ausgestattete und moderne Büroräume?



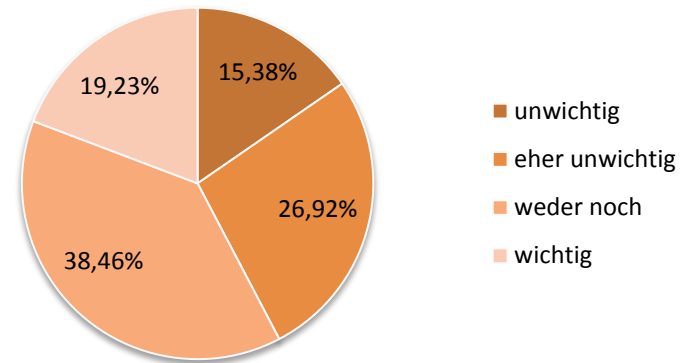
4. Wie wichtig ist Ihnen ein eigener Arbeitsplatz?



5. Ist Teamarbeit ein wichtiger Punkt für Sie?

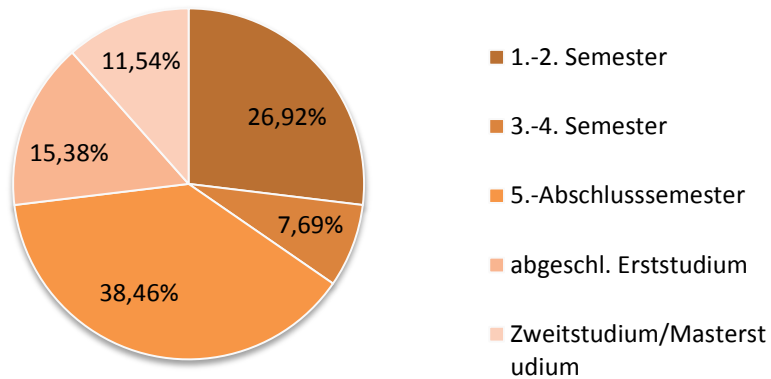


6. Wie wichtig ist Ihnen der Einsatz einer Fremdsprache während eines Praktikums?

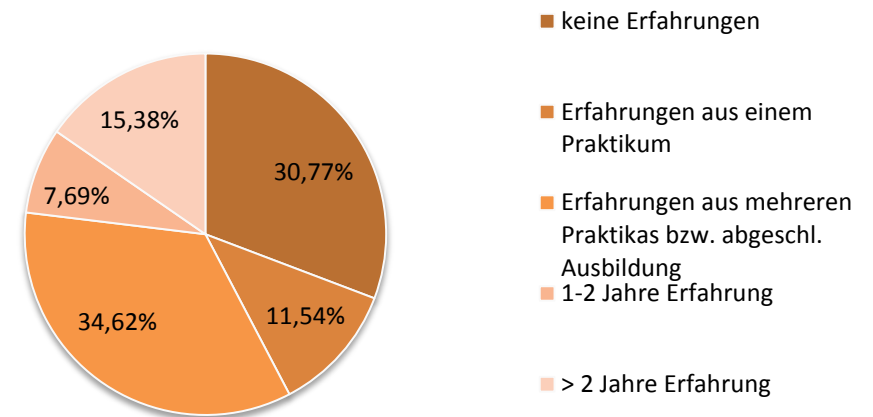


Teil 4: Die Kenntnisse der Praktikanten

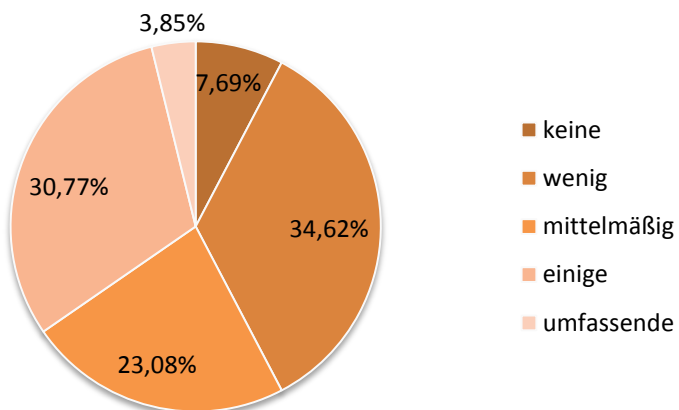
1. In welcher Phase des Studiums befinden Sie sich?



2. Über welche beruflichen Erfahrungen verfügen Sie?

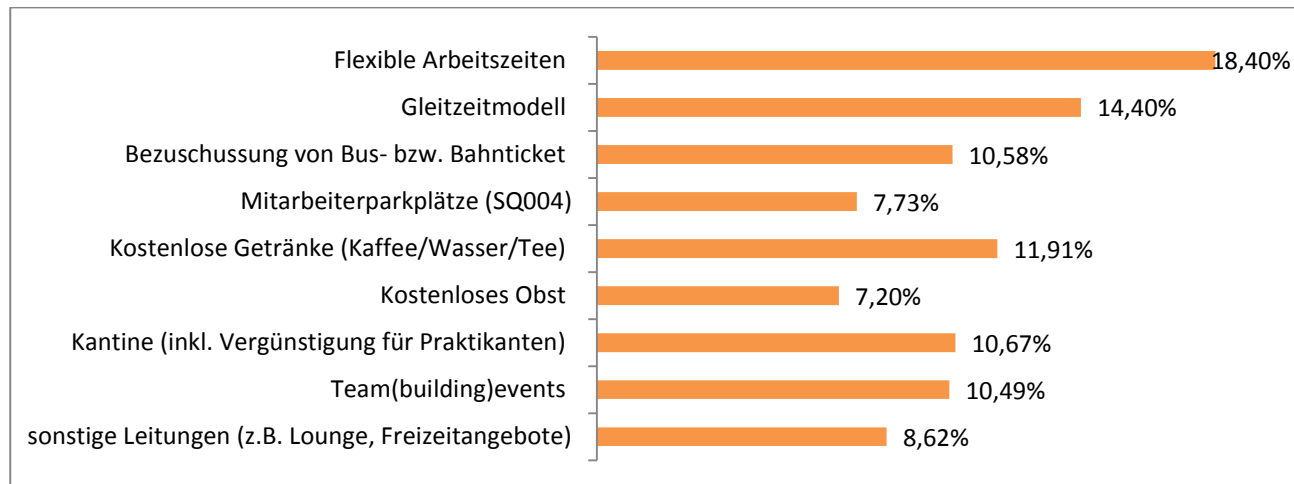


3. Bringen Sie Erfahrungen im Umgang mit spezifischer Software bzw. Branchenkenntnisse mit?

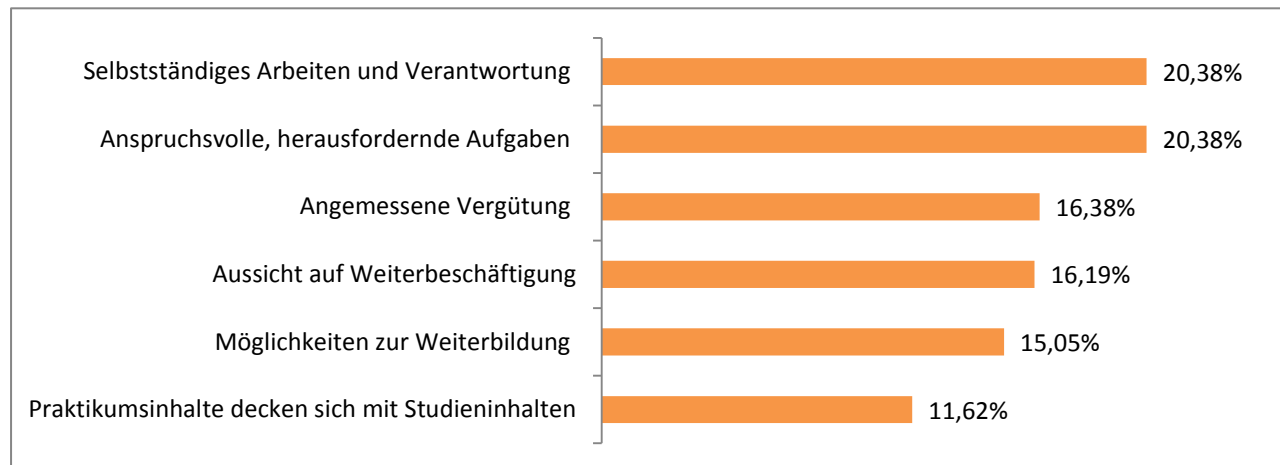


Teil 5: Welche Leistungen sind für einen Praktikanten ausschlaggebend?

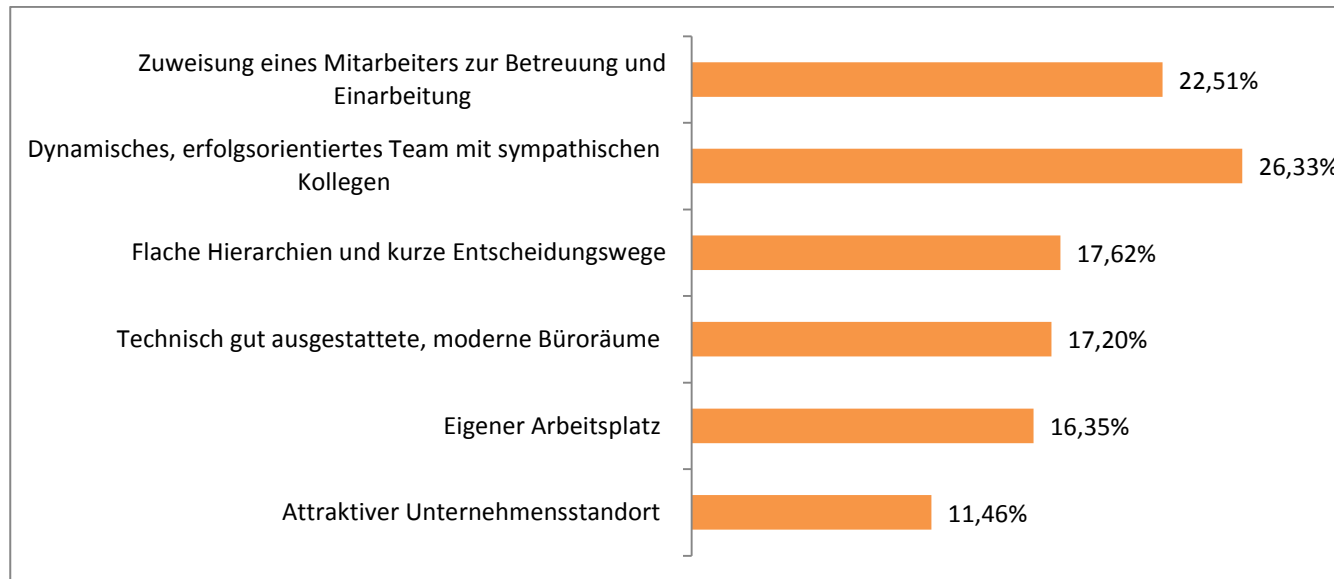
1. Welche Leistungen sollten aus Ihrer Sicht von einem Unternehmen angeboten werden?



2. Welche Leistungen suchen Sie?



3. Welches Arbeitsumfeld ist Ihnen in einem Unternehmen wichtig?



Abschlussbetrachtung des Projekts

Die erhaltenen Umfrageergebnisse zeigen, dass sich die Anforderungen der Studenten in den letzten Jahren gewandelt haben. Das typische Bild des Kaffee kochenden und kopierenden Praktikanten ist längst nicht mehr aktuell. Die überwiegende Mehrheit wünscht sich einen Praktikumsplatz mit anspruchsvollen und herausfordernden Aufgaben, die geprägt sind durch eine selbstständige Arbeitsweise und Verantwortung. Diese wird auch von ca. 42 % der Studierenden explizit nachgefragt. Ein weiteres wichtiges Kriterium mit 42,42 % stellt für die Praktikanten eine Weiterbeschäftigung nach der erfolgten Praxisleistung dar. Viel Wert wird zudem auf ein möglichst modernes und integratives Arbeitsumfeld gelegt, wohin gegen der „Spaßfaktor“ durch zusätzlich angebotene Freizeitaktivitäten, mit 8,62 % bei den Studierenden, eher eine untergeordnete Rolle spielt.

Ein überraschendes Ergebnis, unserer Ansicht nach, liefert die Befragung der Unternehmen. Immerhin geben ca. 32 % der mittelständischen Unternehmen an, eine Themenverknüpfung der Praktikumsinhalte mit den Studieninhalten nur teilweise erfüllen zu können. Die meisten Praktikanten übernehmen bereits während der Praxisphase frühzeitig Verantwortung und arbeiten selbstständig. Der Hauptanteil des Praktikumsentgelts liegt zwischen 201,00 und 500,00 Euro. Positiv zu vermerken ist, dass die Unternehmen mit 81,82 % eine relativ offene Arbeitsatmosphäre schaffen. Flache Hierarchien und kurze Entscheidungswege gehören zum Arbeitsumfeld der Hidden Champions und Top Arbeitgeber.

Insgesamt betrachtet, zeigt die Umfrage ein homogenes Ergebnis. Die mittelständischen Unternehmen haben sich gut auf die Bedürfnisse der neuen Generation Y eingestellt. Deutlich wird in diesem Projekt ebenfalls ein zunehmender Trend zu einem bereits vorhandenen Praxisbezug der Studierenden. Die Praktikanten selbst verfügen vor Antritt des Studiums über umfangreiche Kenntnisse aus ihren bisherigen Berufsfeldern. Dieser Umstand spiegelt die hohen Erwartungen der Hidden Champions und Top Arbeitgeber an die berufliche Eignung der Studierenden wieder.

Hierzu gehört ebenso die Voraussetzung einschlägiger Vorkenntnisse der spezifischen Software- oder Branchenkenntnisse, als auch Erfahrung mit Teamarbeit. Dieses Engagement wird durch den erhöhten Stellenwert einer angemessenen Vergütung für die Praktikumsleistung honoriert. Themen wie eine Flexible Arbeitsgestaltung oder die Betreuung der Praktikanten durch einen zur Verfügung gestellten Mitarbeiter, sind für beide Seiten eine Selbstverständlichkeit.

Die an diesem Projekt teilnehmenden Hidden Champions und Top Arbeitgeber haben aufgezeigt, dass sie sich mit dem aktuellen demographischen Strukturwandel auseinandersetzen und am „Puls der Zeit“ agieren. Dennoch werden der Praxisbezug und die Verknüpfung der Studieninhalte in einer guten Ausbildung von Fach- und Führungskräften weiter an Stellenwert gewinnen. Auch wird die Positionierung eines überzeugenden und nachhaltigen Employer-Branding an Bedeutung gewinnen. Beispielsweise verfügen über 50 % der teilnehmenden Unternehmen nicht über eine Arbeitgeberauszeichnung. Ebenso nutzen die Unternehmen das Medium „Praktikum“ für eine Einstiegsmöglichkeit bzw. Rekrutierungsmöglichkeit für potentielle akademische Nachwuchskräfte. Die Verbindung zwischen dem Aufbau einer attraktiven Arbeitgebermarke und aktivem Recruitment, sorgt für eine frühzeitige Wahrnehmung und nachhaltige Bindung der Studierenden an das Unternehmen.

Herzlichst

Ihr ALPHAJUMP-Team

Aktiv rekrutieren können Sie über ALPHAJUMP. Mit einer Karriereseite auf ALPHAJUMP nutzen Sie nicht nur die Darstellung als Arbeitgebermarke, sondern auch immer den direkten Zugang zur Zielgruppe.

Machen Sie mit! Sprechen Sie Ihre Nachwuchskräfte aktiv an.

...jetzt neu: ALPHAJUMP-Kandidatenmatching!

Sie werden von ALPHAJUMP auf passende Kandidaten hingewiesen. Sie erhalten per E-Mail passende Kandidaten, welche Sie direkt ansprechen können.

Weitere Informationen zu ALPHAJUMP und allen Möglichkeiten auf: www.alphajump.de/home/companies

Informationen zum Download unter: https://www.alphajump.de/documents/ALPHAJUMP_de_Unternehmensprofil.pdf

Wir freuen uns auf Ihre Anfrage!

Direkte Bestellung unter: www.alphajump.de/bestellung oder per E-Mail an: service@alphajump.de

Tel.: 0261 8854 253