

Praktikanten wollen mehr als Geld

Wie zufrieden sind Praktikanten mit Ihrem Praktikum? Anhand welcher Faktoren beurteilen sie ihre Arbeitgeber? Aufschluss gibt einmal mehr der „Praktikantenspiegel“, dessen zentrale Ergebnisse wir hier in Ergänzung zu unserem Nachbarbericht zum „Tag der Praktikanten“ vorstellen.

Mit der Einführung des Mindestlohns auch für Praktikanten hat der Gesetzgeber in 2014 die Rahmenbedingungen für Praktika maßgeblich verändert und für viele Diskussionen gesorgt. Der CLEVIS Praktikantenspiegel 2015 untersuchte, wie auch die Studien der vergangenen Jahre, unter anderem die Auswirkung der Vergütung auf die Arbeitszufriedenheit von Praktikanten. Dabei zeigt sich über die Jahre ein konstantes Ergebnis: Die Vergütung, die innerhalb der Stichprobe bei durchschnittlich 770 Euro lag, wurde von allen erhobenen Aspekten tatsächlich am häufigsten negativ bewertet. Fast 30 Prozent der 7511 Befragten

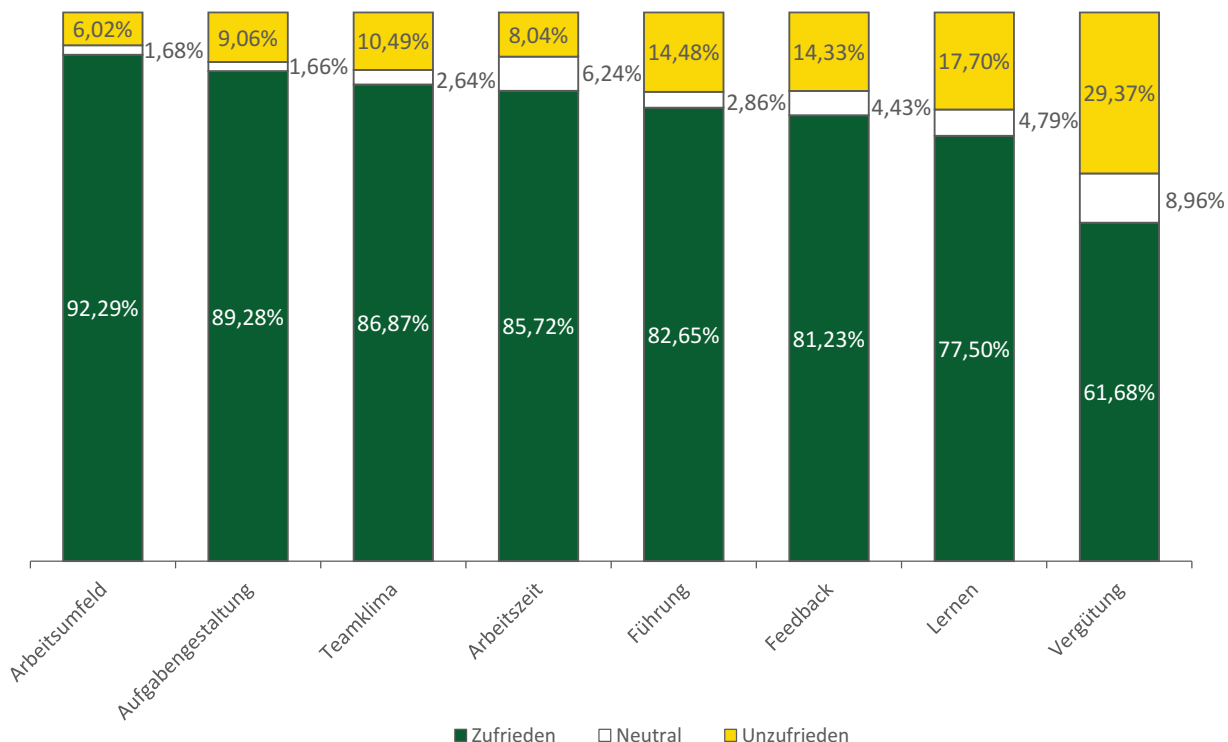
waren mit ihr nicht zufrieden. Festzuhalten ist aber auch: 62 Prozent der Befragten hielten die Bezahlung für ihr Praktikum auch vor dem Mindestlohn bereits für angemessen. Vergütungen von über 1000 Euro – wie etwa in der Baubranche – waren keine Seltenheit.

Gleichzeitig zeigen die Ergebnisse des Praktikantenspiegels, dass die Vergütung ohnehin nur einen marginalen Einfluss auf die Arbeitszufriedenheit von Praktikanten hat. Vereinfacht könnte man sagen: Das Gehalt spielt eigentlich keine Rolle. Das ist sicherlich aus Sicht des Talent Managements eine paradox

Zufriedenheit mit den Faktoren der Arbeitgeberqualität

Abbildung 1

Quelle: Clevis GmbH, 2015



Die allermeisten Praktikanten sind mit den wichtigsten Rahmenbedingungen ihres Praktikums zufrieden.

anmutende Schlussfolgerung. Denn für die Gewinnung von festangestellten Mitarbeitern rückt die Gehaltskomponente in ihrer Bedeutung gerade weiter nach vorne und wird auch zukünftig ein relevanter Bestandteil eines Jobpakets sein.

Das Gehalt spielt eine untergeordnete Rolle

Jedoch erfährt die Arbeitswelt in diesem Bereich eine Verschiebung des Wertesystems nachwachsender Generationen. „Compensation“ muss heute mehr sein als ein angemessener monetärer Anreiz. Vielmehr erwarten Mitarbeiter eine Wertschätzung und Würdigung ihrer Leistungen und zunehmend auch ein ausgeglichenes Verhältnis zwischen Beruf und Freizeit. Die öffentliche Anerkennung von Vorgesetzten und Kollegen trägt dazu bei, die eigene Arbeit als sinnvoll zu erleben.

Diese Erkenntnis zeigt sich nicht nur bei der Befragung der Teilnehmer zu ihrem Praktikum, sondern auch in dem Fall, wenn die Studienteilnehmer ein ihnen fremdes Unternehmen zu Faktoren des Markenimages und des Employer Branding bewerten sollten.

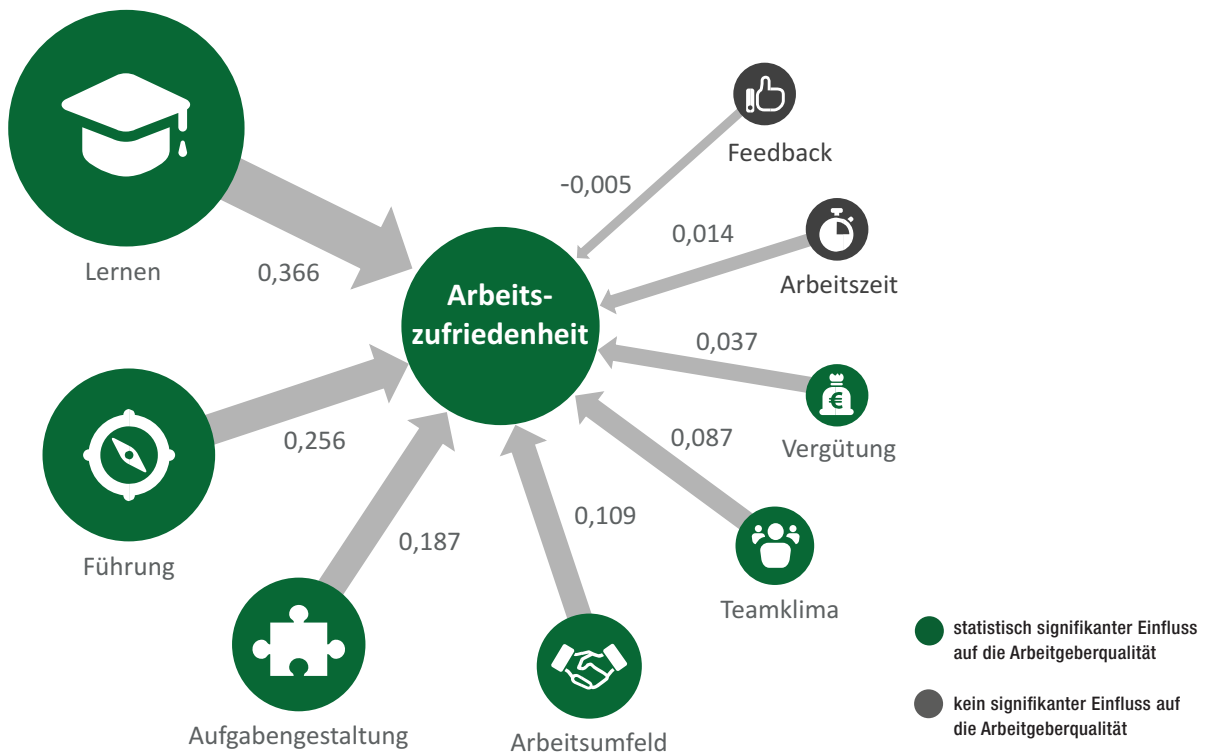
Die Einschätzung der Vergütung hat keinen signifikanten Einfluss auf die wahrgenommene Employer Brand eines Unternehmens. Das bedeutet, dass die Werbung mit attraktiven Gehältern nur bedingt Talente anlockt beziehungsweise dass andere Argumente eine stärkere Anziehungskraft ausüben können.

Das Lernen steht im Vordergrund

Die Ergebnisse des CLEVIS Praktikantenspiegel 2015 zeigen, dass sich angehende Arbeitnehmer in erster Linie Lernmöglichkeiten im Unternehmen wünschen und sie ihre Fähigkeiten zum Einsatz bringen möchten. Auch das Vorgesetztenverhalten und die Aufgabengestaltung beeinflussen in hohem Maße die Arbeitgeberbewertung. Neben diesen Aspekten kommt dem Arbeitsumfeld eine große Bedeutung zu (siehe Abbildung 2). Diese Ergebnisse spiegeln sich auch in der externen Sichtweise wieder. Die Analyse der Employer Branding-Bewertungen zeigt, dass auch Personen ein ihnen fremdes Unternehmen umso attraktiver als Arbeitgeber wahrnehmen, je besser sie die Entwicklungsmöglichkeiten, die Jobsicherheit und das Arbeitsumfeld einschätzen.

Einflussfaktoren auf die Arbeitszufriedenheit

Abbildung 2



Quelle: Clevis GmbH, 2015

Die Faktoren Lernen, Führung und Aufgabengestaltung haben den größten Einfluss auf die Zufriedenheit von Praktikanten mit ihrem Arbeitgeber. Arbeitsumfeld und Teamklima müssen aber auch stimmen und können, ähnlich wie die Vergütung, als Hygienefaktoren betrachtet werden.

Entgegen dieser Übereinstimmung zwischen der unternehmensinternen und -externen Perspektive hinsichtlich der Wichtigkeit spezifischer Faktoren für die Arbeitgeberattraktivität, wird die Höhe der Ausprägungen dieser Faktoren von den beiden Gruppen teilweise sehr unterschiedlich bewertet. Praktikanten verleihen ihren Unternehmen oftmals sehr positive Attribute, die weitaus höhere Zufriedenheitsquoten erreichen als vergleichbare Bewertungsaspekte von externen Studienteilnehmern zu demselben Unternehmen. So gaben in der Gesamtstichprobe über 80 Prozent an, mit der Arbeitsatmosphäre in ihrem Praktikum zufrieden gewesen zu sein. Im Vergleich dazu gehen im Schnitt nur knapp 20 Prozent der Teilnehmer davon aus, dass die ihnen fremde Organisation, die sie bewerten konnten, eine sehr angenehme Arbeitsatmosphäre ausweist.

Eine solche Diskrepanz macht deutlich, welchen wichtigen Beitrag aktuelle und ehemalige Mitarbeiter als Markenbotschafter für das Unternehmen haben. Nur sie können einen authentischen Einblick in die Arbeitskultur und -weise vermitteln, der für Berufseinsteiger und Jobsuchende eine wertvolle Ressource bei der Arbeitgeberwahl sein kann.

Auf Kritik angemessen reagieren

Die für den Jobsuchenden wertvolle Informationsquelle über einen potenziellen Arbeitgebers kann andererseits für das Unternehmen auch ein unangenehmes Laster sein. Nämlich wenn dieser auf einem der mittlerweile unzähligen Bewertungsportale ein negatives Rating hinterlässt oder als Teilnehmer einer Arbeitgeberstudie zu einem mäßigen Ergebnis beiträgt.

Technologie ermöglicht es, sämtliche Informationen und Medien online sofort verfügbar zu machen, und

durch mobile Geräte können diese jederzeit von überall und jedem abgerufen werden. Es ist davon auszugehen, dass diese Entwicklungen in der Zukunft eher weiter wachsen werden, was für Organisationen Chancen und Risiken beinhalten kann. Informationen aus diesen Quellen können beispielsweise für Zielgruppenanalysen verwendet werden und damit Grundlage strategischer Entscheidungen sein. Auf der anderen Seite entsteht durch die ständige „Beobachtung“ das Risiko, auf negativen Handlungsdruck überhastet zu reagieren. Der Umgang mit und innerhalb dieser Medien sollte ebenso einer klaren Strategie folgen, wie dies in anderen HR-Bereichen auch der Fall ist. Insbesondere für den Umgang mit Kritik sollten im Vorfeld Strategien entwickelt werden.



Autor
Jan Zimmermann, Senior Consultant,
Clevis GmbH, j.zimmermann@clevis.de



Autor
Ludwig Preller, Partner, Clevis
GmbH, München, L.Preller@clevis.de

Der Praktikantenspiegel

Info

Für den Praktikantenspiegel 2015 befragte die Clevis GmbH in Zusammenarbeit mit Absolventa Jobnet insgesamt 7511 aktuelle und ehemalige Praktikanten zu Arbeitgeberqualität und Markenimage von Arbeitgebern für Praktikanten. Der Großteil der Teilnehmer war zwischen 23 und 25 Jahre alt, fast 80 Prozent waren zum Zeitpunkt ihres Praktikums Studierende. Die am häufigsten vertretene Fachrichtung waren mit 50,5 Prozent die Wirtschaftswissenschaften, gefolgt von den Ingenieurwissenschaften (15 Prozent). Die gesamte Studie kann über die beiden Autoren bezogen werden.