



CLEVIS
PRAKTIKANTEN
SPIEGEL



CLEVIS Praktikantenspiegel 2018

FUTURE TALENTS IM FOKUS



Eine Studie zum Thema
Arbeitgeberqualität im Praktikum

Herausgeber:
CLEVIS GmbH

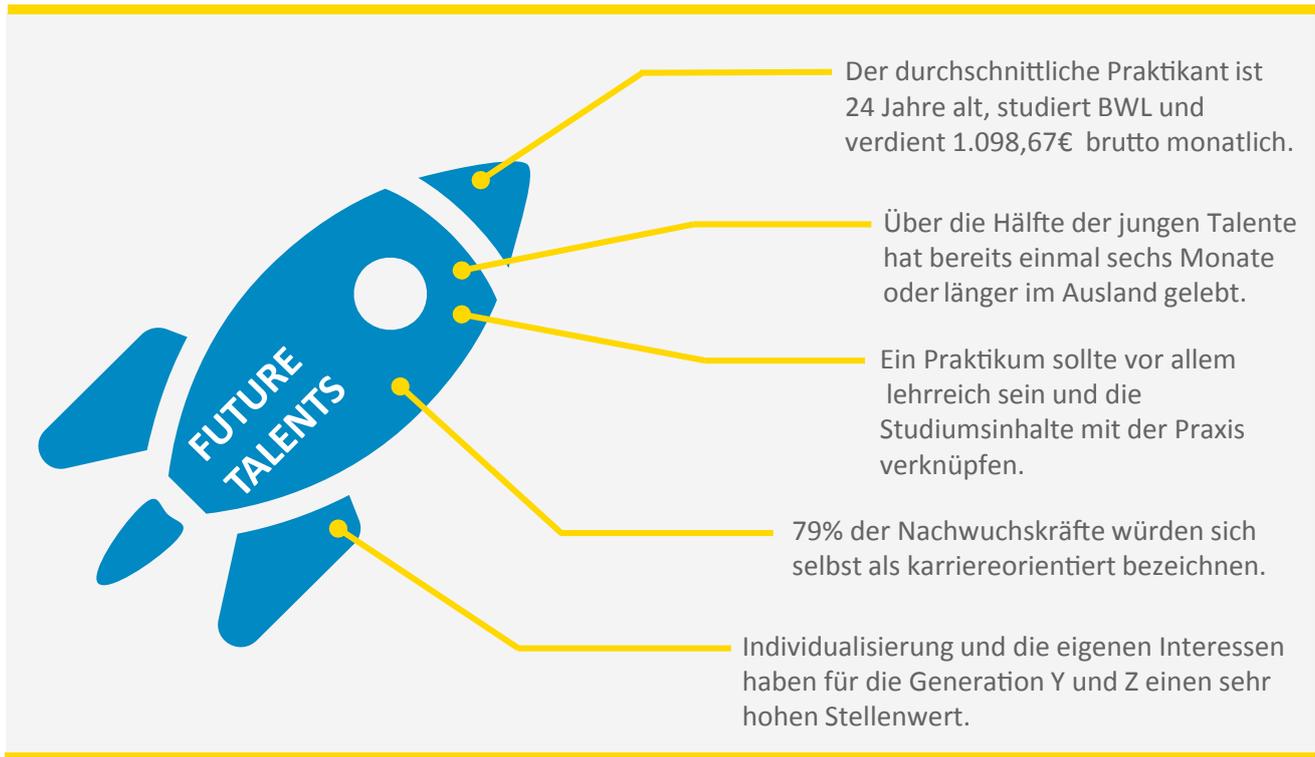
Mit wissenschaftlicher Unterstützung
des Lehrstuhls für Marketing (Prof. Dr. Sarstedt) der Otto-von-Guericke-Universität Magdeburg



Hinweis im Sinne des Gleichbehandlungsgesetzes: Aus Gründen der leichteren Lesbarkeit wird auf eine geschlechtsspezifische Differenzierung, wie z.B. Teilnehmer/Innen, verzichtet. Entsprechende Begriffe gelten im Sinne der Gleichbehandlung für beide Geschlechter.

Diese Publikation stellt eine allgemeine, unverbindliche Information dar. Die Inhalte spiegeln die Auffassung der CLEVIS GmbH zum Zeitpunkt der Veröffentlichung wider. Obwohl die Informationen mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt wurden, besteht kein Anspruch auf sachliche Richtigkeit, Vollständigkeit und/oder Aktualität, insbesondere kann diese Publikation nicht den besonderen Umständen des Einzelfalles Rechnung tragen. Eine Verwendung liegt daher in der eigenen Verantwortung des Lesers. Jegliche Haftung wird ausgeschlossen. Alle Rechte, auch der auszugsweisen Vervielfältigung, liegen bei der CLEVIS GmbH.

DER CLEVIS PRAKTIKANTENSPIEGEL 2018 IM ÜBERBLICK



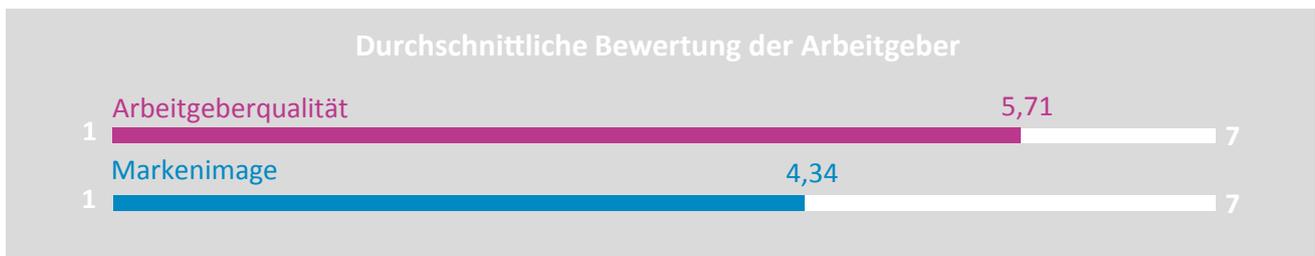
Im Durchschnitt verdienen Praktikanten 66 € mehr als im Vorjahr.



Fast ein Drittel der Praktikanten wünscht sich eine verbesserte Aufgabengestaltung.



45% der Praktikanten leisten regelmäßig Überstunden.



84% der Praktikanten würden sich erneut bei ihrem Arbeitgeber bewerben.

94% der befragten Personaler sehen Praktika als Instrument der Mitarbeitergewinnung und Nachwuchssicherung an.



ABER: Rund 37% der Unternehmen haben mittlere bis große Schwierigkeiten ihre Stellen zu besetzen.



UND: Nur 17% der Unternehmen nutzen ein Alumni-Netzwerk zur systematischen Bindung der ehemaligen Talente.



VORWORT



KRISTINA BIERER



ELISA PIETRASCH

Liebe Leserinnen und Leser,

Der CLEVIS Praktikantenspiegel geht mittlerweile in die siebte Runde. Über 45.000 Praktikanten haben im Laufe der vergangenen Jahre ihre Arbeitgeber bewertet. Jedes Jahr liefert der CLEVIS Praktikantenspiegel einen spannenden Einblick in die Sicht der Praktikanten und deren Erfahrungen in Unternehmen.

In unserer Studie möchten wir Ihnen aufzeigen, wo sich Unternehmen bezüglich ihrer Arbeitgeberqualität und ihrem Markenimage aktuell positionieren. Außerdem stellen wir Ihnen detaillierte Einblicke bezüglich der Zielgruppe der Future Talents zur Verfügung. Lesen Sie, was die junge Generation bewegt und wie Sie diese für sich gewinnen können, denn die nachkommenden Generationen sind Ihr wichtigstes Werkzeug in der nachhaltigen Bewältigung der Digitalisierung und dem Umgang mit weiteren Megatrends.

Dass Praktika eine gute Möglichkeit bieten, Nachwuchskräfte zu generieren, haben bereits viele Firmen erkannt. Auch wir Studienleiterinnen haben unseren Weg bei CLEVIS beide mit einem Praktikum begonnen und können dies nur bestätigen. Das CLEVIS Unternehmensbarometer zeigt jedoch, dass sich Unternehmen immer noch schwertun, die Bindung zu Praktikanten systematisch zu halten. In Anbetracht eines Fachkräftemangels sollten Praktika deutlich mehr als strategisches Mittel der Personalgewinnung zum Einsatz kommen. Mit dem CLEVIS Praktikantenspiegel möchten wir Sie dafür sensibilisieren, wie Sie auf die Generation der Future Talents am besten eingehen und Ihr Alumni-Netzwerk von talentierten Nachwuchskräften voll ausschöpfen können.

Wir freuen uns, wenn Sie die Erkenntnisse des CLEVIS Praktikantenspiegels 2018 nutzen, um die Qualität der Praktika und Ihre Attraktivität für die Generation Y und Z zu steigern. Für detaillierte Ergebnisse stehen wir Ihnen jederzeit zur Verfügung und freuen uns auf einen spannenden Austausch.

Mit freundlichen Grüßen

Kristina Bierer & Elisa Pietrasch

CLEVIS PRAKTIKANTENSPIEGEL 2018

INHALTSVERZEICHNIS

Abbildungsverzeichnis	8
Future Talents im Fokus.....	10
Wie Unternehmen mit globalen Trends Schritt halten können.....	10
Wie Future Talents an Relevanz gewinnen und was dies für Unternehmen bedeutet	12
Die Studie	14
Unternehmen im Fokus: Diskrepanzen zwischen Arbeitgeberqualität und Markenimage	14
Einführung in das Studiendesign.....	16
Die Arbeitnehmer von morgen.....	18
Wer sind unsere Future Talents?	18
Entscheidungsgründe für ein Praktikum	20
Das (über)durchschnittliche Praktikum	22
Praktika im Wandel	23
Bewertung von Arbeitszeit.....	23
Überstunden und Work-Life-Balance	24
Global Player - die Bedeutung von Internationalität und Mobilität	25
Passende Führung und Aufgabengestaltung.....	28
Geld ist nicht alles, aber viel	30
Das geht noch besser!.....	31
Die CLEVIS Employer Matrix: Wo steht Ihr Unternehmen?.....	32
Unternehmensprofile.....	32
Positionierung von Unternehmen in der CLEVIS Employer Matrix	33
Arbeitgeberqualität.....	36
Markenimage	39
Employer Branding.....	40
Das CLEVIS Unternehmensbarometer	42
Praktikantenmangel in Deutschland?	42
Die Wunschpraktikanten: Wie sie aussehen und wo man sie finden kann.....	44
Unternehmen im War for Talents	46

CLEVIS PRAKTIKANTENSPIEGEL 2018

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abb. 1: Generationen im Wandel der Zeit.....	13
Abb. 2: Befragte Praktikanten.....	16
Abb. 3: Bewertungslogik des CLEVIS Praktikantenspiegels	16
Abb. 4: Beschreibung der im CLEVIS Praktikantenspiegel erhobenen Faktoren	17
Abb. 5: Geschlechterverteilung der Teilnehmer.....	18
Abb. 6: Altersverteilung der Teilnehmer.....	18
Abb. 7: Alter während des Praktikums	18
Abb. 8: Auslandserfahrung der Teilnehmer.....	19
Abb. 9: Karriereambitionen der Teilnehmer.....	19
Abb. 10: High Potential Rate	19
Abb. 11: Gründe für die Entscheidung für einen Arbeitgeber.....	20
Abb. 12: Das Praktikum als Berufseinstieg	20
Abb. 13: Gründe für die Entscheidung für ein Praktikum im Allgemeinen.....	21
Abb. 14: Angebotene Leistungen für Praktikanten.....	22
Abb. 15: Empfundene Angemessenheit der Arbeitszeit.....	23
Abb. 16: Auswirkung von Überstunden auf die Zufriedenheit mit dem Arbeitgeber	24
Abb. 17: Angemessenheit der Arbeitsbelastung nach Branche	24
Abb. 18: Anteil der Praktikanten mit Überstunden	24
Abb. 19: Anteil an Auslandspraktika.....	25
Abb. 20: TOP 10 der Unternehmen für internationale Erfahrung - beurteilt am prozentualen Anteil an Auslandspraktika im Unternehmen	25
Abb. 21: Wohnortwechsel für die Praktikumsstelle.....	25
Abb. 22: TOP 5 der Herkunftsländer der ausländischen Praktikanten in Deutschland.....	26
Abb. 23: TOP 5 Ziele der deutschen Praktikanten im Ausland	27
Abb. 24: Allgemeine Zufriedenheit mit der Führung.....	28
Abb. 25: Zusammenhang von Autonomie und Zufriedenheit im Praktikum	28
Abb. 26: Führungskräfte von morgen - Wie sich Future Talents eine optimale Führung vorstellen....	29

CLEVIS PRAKTIKANTENSPIEGEL 2018

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abb. 27: Vergütete Praktika und der Durchschnittslohn	30
Abb. 28: Vergütung innerhalb verschiedener Branchen.....	30
Abb. 29: Pflichtpraktikanten profitieren nicht vom Mindestlohngesetz	30
Abb. 30: Vollkommene Zufriedenheit bei Praktikanten	31
Abb. 31: Verbesserungsbedarfe, die Praktikanten sehen.....	31
Abb. 32: Anzahl der bewerteten Unternehmen	32
Abb. 33: Verteilung der Unternehmensgrößen nach Mitarbeiteranzahl.....	32
Abb. 34: Schema der CLEVIS Employer Matrix	33
Abb. 35: Die CLEVIS Employer Matrix 2018.....	34
Abb. 36: Arbeitgeberqualität nach Branchenvergleich.....	36
Abb. 37: TOP 10 Arbeitgeber nach Arbeitgeberqualität.....	36
Abb. 38: Einflussfaktoren auf die Arbeitszufriedenheit.....	37
Abb. 39: Erneute Bewerbungsintention	37
Abb. 40: Categoriesieger-Unternehmen.....	38
Abb. 41: BOTTOM 10 und TOP 10 Markenimage	39
Abb. 42: Einflussfaktoren auf Employer Branding nach Relevanz	40
Abb. 43: TOP 10 Employer Branding	40
Abb. 44: Zufriedenheit mit der Qualität der Bewerbungen	42
Abb. 45: Die Einführung des Mindestlohnes	43
Abb. 46: TOP 3 Wunschanforderungen an Bewerber.....	44
Abb. 47: Auswahlverfahren bei Praktikanten	45
Abb. 48: Nutzung Bewerbermanagementsoftware.....	45
Abb. 49: Nutzen von Praktika aus Unternehmenssicht	46
Abb. 50: Praktika als Nachwuchsgewinnung	46
Abb. 51: Kontakthaltung.....	46
Abb. 52: Art der Kontakthaltung nach dem Praktikum	47

Future Talents im Fokus

Wie Unternehmen mit globalen Trends Schritt halten können

Globale Trends haben einen starken Einfluss auf die Arbeitswelt. Themen wie die zunehmende Digitalisierung, Industrie 4.0 oder Internet der Dinge bieten vorwiegend immense Chancen für Unternehmen, sich in Märkten neu zu positionieren. Sie bergen aber auch Risiken. Eine zunehmende Volatilität auf den Märkten bringt eine Vielzahl an möglichen Disruptoren mit sich. Instabile Märkte nehmen den Unternehmen die Haltbarkeit von sicher geglaubten Wettbewerbsvorteilen. Der Erfolgsdruck steigt weiter. Von Unternehmen werden Innovation und Anpassung gefordert. Auch HR-Prozesse müssen mit diesen globalen Entwicklungen Schritt halten.

Die eigenen Unternehmenskulturen anzupassen und zu modernisieren, ist notwendig. Nicht nur die Digitalisierung spielt hier eine Rolle. Auch Megatrends wie Globalisierung, Diversität und Individualisierung stellen HR vor neue Herausforderungen. Mal mehr und mal weniger erfolgreich werden HR-Prozesse angepasst und neu gestaltet. Kurzfristige Maßnahmen wie die Lockerung des Dresscodes oder eine Duz-Kultur reichen jedoch nicht aus. Wichtig ist langfristige Maßnahmen zu ergreifen. Nur durch weiterreichende Änderungen sind Unternehmen auch in Zukunft gegen neu aufkommende, globale Entwicklungen gewappnet. Mit Hilfe eines kompletten Umdenkens innerhalb der Organisation, einem passenden Mindset aller Beteiligten und der Digitalisierung sämtlicher HR-Prozesse, wird es Unternehmen zukünftig möglich sein sich nicht nur den Trends zu stellen, sondern diese selbst mitzugestalten und zu ihrem Vorteil zu nutzen.

Ein erfolgversprechender Umgang mit diesen Trends sind Innovation und unternehmerisches Denken innerhalb des Unternehmens. Diese schaffen die nötige Resilienz gegenüber disruptiven Marktveränderungen. Agile Unternehmen sollten sich laufend entwickeln und den globalen Trends anpassen. Um dieser geforderten Agilität gerecht zu werden, ist ein passendes Arbeitsumfeld notwendig. Nur innerhalb einer entsprechenden Unternehmenskultur kann Innovation entstehen. Dort wo unternehmerisches Denken in den Mitarbeitern verankert ist, sind agile Strukturen im Unternehmen möglich, um sich schnell anzupassen und durch Innovation zu wachsen.

Es ist wichtig, organisationale Veränderungen und Umbrüche mit einer passenden HR-Arbeit zu begleiten. Prozesse müssen ständig überdacht und hinterfragt werden. Führung und Aufgabengestaltungen sollen Mitarbeiter

befähigen, eigenverantwortlich und innovativ zu handeln. Dezentralisierung und Empowerment sind hier gefragt. Auf jeder Unternehmensstufe werden Mitarbeiter benötigt, welche die Idee eines innovativen Unternehmens wirklich ausführen und über die Jahre hinweg selbstständig weitertragen. Durch Bottom up und Top down Ansätze – bis hin zu einer Infiltration der gesamten Prozesse – und von einer optimal unterstützenden HR-Arbeit begleitet.

Wenn Agilität in den nachfolgenden Generationen von Beginn an richtig etabliert wird, ist die langfristige Verankerung einer Innovationskultur im Unternehmen möglich. Werden Änderungen hingegen nur in der obersten Managementebene entwickelt und sind nur kurzfristig angesetzt, gehen diese nach ein paar Jahren verloren. Aufgrund dessen ist es für Unternehmen relevant, sich ganzheitliche Gedanken über die Charakteristika der künftigen Belegschaft zu machen. Gerade die jüngeren Generationen zeigen optimale Voraussetzungen und Willen, um Agilität und Innovation im Unternehmen zu leben und zukünftig weiterzutragen.



FUTURE TALENTS IM FOKUS

Wie Future Talents an Relevanz gewinnen und was dies für Unternehmen bedeutet

Nicht nur weil Praktikanten unsere Future Talents sind – also Arbeitnehmer und Performer der Zukunft – lohnt es sich diese Zielgruppe näher zu betrachten. Die Future Talents sind die Kinder der Digitalisierung und werden in Zukunft Unternehmen helfen mit globalen Trends Schritt halten zu können. Oft dient ein Praktikum außerdem als Berufseinstieg in das Unternehmen. Gerade in Zeiten eines Fachkräftemangels ist es deshalb wichtig, Nachwuchs früh genug zu rekrutieren und langfristig zu binden.

Auch wenn eine hohe Akademikerrate aus wirtschaftlicher Sicht nicht immer nur positiv ist, bringt sie Arbeitgebern eine große Auswahl an gut gebildetem Nachwuchs auf den Arbeitsmarkt. Studierende nehmen aus ihrer akademischen Laufbahn viele positive Eigenschaften und Learnings mit. Die jungen Akademiker profilieren sich durch Ehrgeiz und Willen zum Lernen. Nach einigen Jahren der Theorie, sind sie motiviert, die Praxis zu entdecken und offen für neue Herausforderungen.

Der Großteil der Praktikanten bringt außerdem eine Technikaffinität mit. Smartphones, E-Mails, Textnachrichten und Soziale Netzwerke gehören für die meisten der Generation bereits zur morgendlichen Routine und sind aus dem Alltag nicht mehr wegzudenken.

Des Weiteren können viele Praktikanten bereits internationale Erfahrung aufweisen. Globalisierung und Internationalisierung sind für diese Generation beinahe selbstverständlich. Wo viele ältere Festangestellte ortsgebundener sind, können Praktikanten dagegen flexibler agieren. Dabei können sie häufig auf bestehende Erfahrungen durch Auslandsaufenthalte zurückgreifen.

WER DENKT ES REICHT JUNGE KOLLEGEN EINZUSTELLEN, UM DEM TREND DER DIGITALISIERUNG ZU BEGEGNEN, LIEGT FALSCH.

Es steckt viel Potential in den Future Talents. Die Generationen Y und Z wachsen mit aktuellen Trends auf und sind mit der digitalen Welt vertraut. Sie passen sich an globale Entwicklungen schnell an und tragen den neuen Mindset langfristig weiter. Gerade deshalb sind sie ein erfolgversprechender Ansatzpunkt für die HR-Arbeit. Aber sie stellen zeitgleich auch Forderungen.

Um den Entwicklungen im HR-Bereich erfolgreich begegnen zu können, reicht es deshalb nicht aus, die junge Generation einfach einzustellen. Durch intensive Betreuung

und passende Arbeitsstrukturen kann man das Beste aus den zukünftigen Talenten raus holen und unternehmensinterne Innovation gemeinsam vorantreiben.

Um Future Talents für sich zu gewinnen, gehört demzufolge einiges dazu. Für eine langfristige Bindung an das Unternehmen müssen passende Strukturen geboten werden. Flache Hierarchien, digitalisierte Prozesse, gute Feedbackkulturen und eine positive Teamatmosphäre sind die Grundbausteine eines für die Generation passenden Arbeitsumfeldes. Transparenz und nachhaltiges Wissensmanagement machen es möglich, dass die Future Talents über alle nötigen Hintergrundinformationen verfügen, um richtige Entscheidungen treffen zu können. Indem für Eigenverantwortung gesorgt wird, wird Raum für neue Ideen geschaffen. Eine passende Fehlerkultur und die Bereitschaft zu Kompromissen, bieten dabei zusätzlich den Freiraum, welchen junge Menschen benötigen, um sich zu entwickeln. Gerade bei Berufsanfängern ist die Angst vor Fehlern und Unsicherheit aufgrund von mangelnder Erfahrung groß. Doch eine zu große Angst zu scheitern schränkt die Ressourcen ein, die benötigt werden um weiterzudenken, Neues zu entwickeln und Vorschläge hervorzubringen.

Im letzten CLEVIS Praktikantenspiegel haben wir folgende konkrete Forderungen der Generationen Y und Z ermitteln können:

- Wunsch nach mehr Weiterbildung
- Wunsch nach vielfältigeren Aufgaben
- Wunsch nach individuellem Coaching

Schon lange ist uns bewusst, wie relevant die Zielgruppe der Future Talents ist. Deshalb hat es sich CLEVIS zur Aufgabe gemacht, diese Gruppe im Bezug darauf zu verstehen, was sie motiviert, was ihnen wichtig ist und wie wir sie zu mehr unternehmerischen Denken und Handeln bewegen können. Der CLEVIS Praktikantenspiegel gibt anhand von wissenschaftlichen Fakten im Folgenden einen Überblick über diese Themen.

CLEVIS PRAKTIKANTENSPIEGEL 2018

FUTURE TALENTS IM FOKUS

Generation	Great / Silent Generation	Baby Boomers	Gen X	Gen Y	Gen Z / Future Talents
Jahrgang	1923-1945	1946-1964	1965-1979	1980-1994	1995-2018
Alter in 2018	73-95 Jahre	54-72 Jahre	39-53 Jahre	24-38 Jahre	0-23 Jahre
Prägende Ereignisse	Erster und Zweiter Weltkrieg, Große Depression, Elektrische Haushaltsgeräte	Kalter Krieg, Mondlandung, Erfindung des Transistors	Ende des Kalten Krieges, Live Aid, Erster eigener Computer	09/11 Anschläge, Irak-Krieg, Aufkommen von Social Media	Post Große Rezession, Arabischer Frühling, Erfindung künstlicher Intelligenz
Kommunikationsmittel	Briefe 	Telefon 	E-Mail/SMS 	Messenger 	Emojis 
Technologie	Auto 	Fernseher 	PC und Internet 	Smartphone 	Virtuelle Realität 
Bezug zur Digitalisierung	Pre-Digitals	Digital Immigrants	Early Digital Adopters	Digital Natives	Digital Innates
Soziale Netzwerke	The Rotary Club	Match.com	LinkedIn	Facebook	Snapchat
Aktuelle Position	Pensionist, Gründer	CEO, Beirat	Manager, Projektleitender	Berufseinsteiger, Angestellter	Praktikant
Arbeit im Wandel	Patriarchische Führung, Arbeiterbewegungen, Landwirtschaft, Handwerk und Industriesektor	Starre Hierarchien, Emanzipation, Stärkere Arbeitnehmerrechte	Flachere Hierarchien, Karrieregetriebene, Globalisierung, Dienstleistungs-, Forschungs- und Entwicklungssektor	Flexibilität, Home Office, Selbstverwirklichung, Work-Life-Balance	Autonom, Ungebunden, Digitalisiert, Kollaborativ

ABB. 1: GENERATIONEN IM WANDEL DER ZEIT

DIE STUDIE

Unternehmen im Fokus: Diskrepanzen zwischen Arbeitgeberqualität und Markenimage

Seit 2010 ermittelt der CLEVIS Praktikantenspiegel wissenswerte Daten und Fakten, aus welchen sich Handlungsimplicationen für Praktikantenprozesse ableiten lassen. Als Deutschlands größte Studie zur Arbeitgeberqualität im Bereich Praktika bietet der CLEVIS Praktikantenspiegel einen spannenden Einblick in die deutsche Praktika-Landschaft. Dabei wird durch eine einzigartige Kombination von Markenimage und Arbeitgeberqualität die Arbeitgeberattraktivität von Unternehmen ermittelt. Somit erhalten Unternehmen die Möglichkeit, sich innerhalb der Matrix zu positionieren.

Der CLEVIS Praktikantenspiegel bietet jedem, der einen Blick hinter die Kulissen werfen möchte, Einblick in die Arbeitgeberattraktivität von Start-ups bis hin zu großen Konzernen. Die Studienidee basiert darauf, dass die tatsächliche Attraktivität von Unternehmen nicht ausschließlich durch objektive, äußere Faktoren ermittelt werden kann. Diese Einschätzung ist oft komplexer, als gedacht. Neben der externen Wahrnehmung, die als Markenimage bezeichnet wird, ist auch die Kultur des Unternehmens – also die interne Wahrnehmung – zu betrachten. So kann es vorkommen, dass ein Unternehmen, beispielsweise aufgrund seines hochwertigen Sortiments, ein gewisses Ansehen genießt, jedoch mit der Unzufriedenheit seiner Arbeitnehmer zu kämpfen hat. Ein solches Unternehmen würde in puncto Markenimage vergleichsweise gut abschneiden, jedoch Schwächen bezüglich der Arbeitgeberqualität aufweisen. Die tatsächliche Arbeitgeberattraktivität wird durch beide Größen beeinflusst. Aus diesem Grund ermittelt der CLEVIS Praktikantenspiegel sowohl für das Markenimage eines Unternehmens als auch für dessen Arbeitgeberqualität je einen Wert, welcher unabhängig von dem jeweils anderen Faktor ist. Dadurch positionieren sich die Unternehmen in der zweidimensionalen CLEVIS Employer Matrix.

Ebenso interessant und einzigartig wie das Studienmodell sind daher auch die damit erzielten Ergebnisse. Hat der Interessent keine Kenntnis über die tatsächlichen Verhältnisse im Unternehmen, kann eine vom Markenimage abweichende Arbeitgeberqualität zu Enttäuschungen führen. Gleiches gilt für Personal der bewerteten Unternehmen. Oft bleibt intern verborgen, was potentielle künftige Arbeitnehmer tatsächlich über das Unternehmen denken. Aus diesem Grund sind die Ergebnisse vor allem für die Unternehmen selbst interessant. Sie können ihre Stellung im Kampf um Future Talents einschätzen, sowie Verbes-

serungspotentiale erkennen und Handlungsmaßnahmen umsetzen. Im Vergleich mit traditionellen Rankings zur Arbeitgeberattraktivität, die ihre Daten ausschließlich durch externe Bewertungen generieren, setzt der CLEVIS Praktikantenspiegel einen einzigartigen Schwerpunkt auf die Kombination von internen Arbeitgeberqualitätsbewertungen sowie externen Bewertungen des Markenimages.

Neben dem Aufbau der Studie tragen auch die Praktikanten als Studienteilnehmer zur Aussagekraft der Ergebnisse bei. Diese erhalten während ihrer Zeit bei einem Unternehmen zwar nur einen kurzen, aber sehr intensiven und authentischen Einblick in dessen Alltag. Daraus resultiert eine realistische und aussagekräftige Einschätzung der Arbeitgeberqualität. Zudem ist ihre Meinung sehr bedeutend, da sie als nächste Generation den Arbeitsmarkt dominieren werden.



DIE STUDIE

Einführung in das Studiendesign

Mittlerweile blickt der CLEVIS Praktikantenspiegel auf acht Studienjahre und über 45.000 bewertete Praktika zurück. In diesem Jahr teilten 5.183 Praktikanten ihre Erfahrungen im Rahmen von 94 Fragen zu den folgenden Bereichen:

- Merkmale des Praktikums
- Arbeitgeberqualität im Praktikum
- Attraktive Unternehmen für eine Festanstellung
- Markenimage und Employer Branding
- Demographische Angaben

Die durchschnittliche Bearbeitungsdauer der Befragung beträgt dabei 21 Minuten. Zu Beginn des Fragebogens werden den Teilnehmern Fragen zu ihrer Tätigkeit sowie dem Unternehmen gestellt. Hier enthalten sind Fragen zu angebotenen Leistungen sowie zum Verbesserungsbedarf und der Kontakthaltung nach Beendigung des Praktikums. Ein folgender Fragenblock bezieht sich direkt auf die Arbeitgeberqualität, welche eine der beiden Achsen der CLEVIS Employer Matrix darstellt. Dabei werden Themen wie Aufgabengestaltung, Teamklima, Arbeitsbedingungen, Arbeitszeit, Lernen, Vergütung, Führung und allgemeine Arbeitszufriedenheit erfragt.

Nach der Frage zu den Bewerbungsintentionen folgen die Themen Markenimage und Employer Branding. Das Markenimage bildet die zweite Dimension der CLEVIS Employer Matrix. Dieser Abschnitt befasst sich damit, wie Praktikanten ein externes Unternehmen wahrnehmen und den Außen Auftritt beurteilen. Den Teilnehmern wird für die Bewertung ein Unternehmen zufällig vorgeschlagen. Es folgen Fragen zum Markenimage, den Faktoren der Arbeitgeberattraktivität, sowie zur Authentizität und grundsätzlichen Bewertung des Unternehmens. Die Befragung schließt mit einigen demografischen Fragen.



ABB. 2: BEFRAGTE PRAKTIKANTEN

Die Akquise der Teilnehmer erfolgte auf verschiedenen Wegen. Der größte Teil wurde über durch die Unternehmen generiert, bei denen die befragten Praktikanten aktuell ein Praktikum absolvieren oder einmal absolviert haben, solange dieses nicht länger als fünf Jahre

zurückliegt. Die Unternehmen baten dabei aktiv um das Feedback ihrer Praktikanten. Außerdem wurden auch in diesem Jahr wieder zahlreiche Praktikanten befragt, die bereits Teilnehmer des CLEVIS Praktikantenspiegels 2017 oder vorherigen Befragungen waren. Weitere Teilnehmer konnten bspw. über soziale Medien und Hochschulen akquiriert werden.

Die Daten wurden in den Monaten Mai bis November 2017 erhoben und anschließend bereinigt. Die Bereinigung umfasste den Ausschluss von Datensätzen aufgrund unvollständiger Bearbeitung, sowie von solchen, die aufgrund der benötigten Zeit nicht auf ein repräsentatives Ergebnis schließen ließen.

Wissenschaftlich begleitet wurde die Studie auch in diesem Jahr wieder von Prof. Dr. Sarstedt, Inhaber des Lehrstuhls für Marketing der Otto-von-Guericke-Universität Magdeburg.

Sofern nicht anders angegeben sind die Ergebnisse statistischer Hypothesentests auf einem Niveau von $\alpha = 0,05$ signifikant.

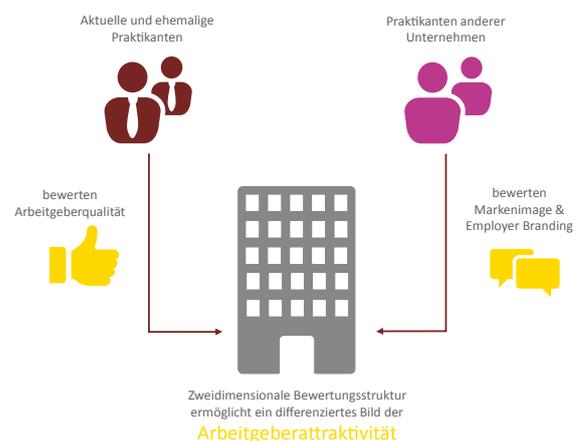


ABB. 3: BEWERTUNGSLLOGIK DES CLEVIS PRAKTIKANTENSPIEGELS

INTERNE BEWERTUNGEN: ARBEITGEBERQUALITÄT



Arbeitszeit

... erfasst die Angemessenheit der Arbeitszeiten.



Arbeitsbedingungen

... fragt u.a. nach der Work-Life-Balance und der Arbeitsbelastung.



Führung

... umfasst die Zufriedenheit mit dem Vorgesetzten bzw. Fachbetreuer.



Aufgabengestaltung

... erfasst das Maß an Autonomie und Aufgabenvielfalt sowie die Zufriedenheit mit dem Anforderungsniveau.



Lernen

... legt den Fokus u.a. auf die Erwartungen bzgl. der Lerneffekte.



Teamklima

... beschreibt das Klima im Team und inwieweit sich Teammitglieder gegenseitig unterstützen und Feedback geben.



Vergütung

... untersucht die Angemessenheit der Bezahlung.



Grundsätzliche Bewertung

... beinhaltet die Erfüllung der Erwartungen und die allgemeine Zufriedenheit mit dem Praktikum.

EXTERNE BEWERTUNGEN: MARKENIMAGE & EMPLOYER BRANDING



Markenimage

... spiegelt die Sympathie für das Unternehmen wider und stellt dar, inwiefern man sich mit dem Unternehmen identifiziert.



Arbeitgeberattraktivität

... beinhaltet u.a. die Aspekte Aufgaben, Karriereaussichten, Atmosphäre, Arbeitsbelastung und Bezahlung.



Grundsätzliche Bewertung

... fragt nach dem Ruf des Unternehmens und der Attraktivität als Arbeitgeber.



Authentizität

... umschreibt die Glaubwürdigkeit und Konsistenz der Arbeitgebermarke.

DIE ARBEITNEHMER VON MORGEN

Wer sind unsere Future Talents?

Im Zuge der Befragung des CLEVIS Praktikantenspiegels ist es möglich die Generation der Future Talents genauer kennenzulernen. Die 5.183 befragten Praktikanten geben einen guten Einblick in die Demographie der Future Talents, den Arbeitnehmern von morgen. Insgesamt zeichnet sich über die Jahre hinweg ein relativ konstantes Bild ab. Der durchschnittliche Praktikant ist 24 Jahre jung, hat bereits internationale Erfahrung und ist karriereorientiert. Die Anzahl an männlichen und weiblichen Kandidaten hält sich die Waage. 51% weibliche und 49% männliche Praktikanten nahmen an der Umfrage teil. Unter den Teilnehmern waren 17% Werkstudenten, welche in praktikumsbezogenen Berechnungen der Studie später ausgeschlossen wurden.

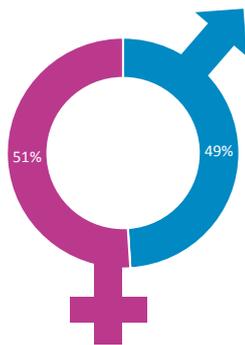


ABB. 5: GESCHLECHTERVERTEILUNG DER TEILNEHMER

Der Großteil der Praktikanten befindet sich aktuell in den 20ern, doch streut der Altersbereich von 17 bis hin zu 38 Jahren. Knapp 46% der Befragten sind zwischen 23 und 25 Jahren alt. Immerhin 6% der Praktikanten sind 29 Jahre oder älter. In den vergangenen Jahren zeigte sich, dass es zunehmend mehr ältere Praktikanten gibt. Ein Praktikum kann durchaus in jeder Lebensphase Sinn machen, denn auch für Erwachsene mittleren Alters kann das Praktikum einen Einstieg in ein neues Berufsfeld bieten und somit sinnvoll sein. Dennoch sind Praktika allgemein eher zu Beginn des Berufslebens üblich.

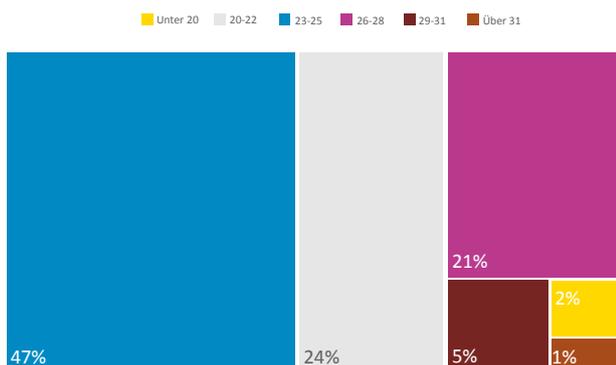


ABB. 6: ALTER WÄHREND DES PRAKTIKUMS

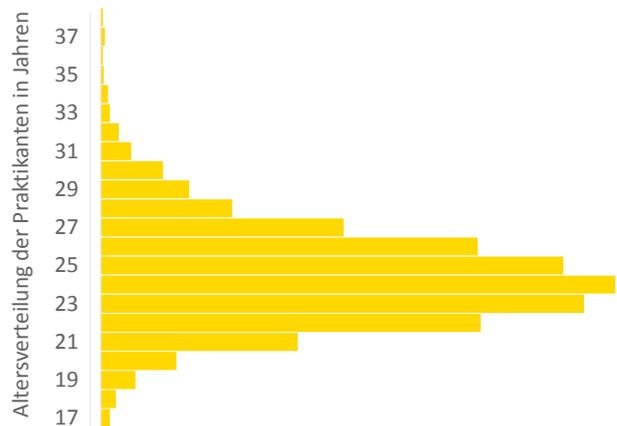


ABB. 7: ALTERSVERTEILUNG DER TEILNEHMER

BETRIEBSWIRTE ALS ALLROUND-TALENTE?

Eine deutliche Mehrheit von 85% der Future Talents strebt einen Bachelor- oder Masterabschluss an. Dabei sind die vertretenen Studiengänge weitgefächert. Den einzigen Ausreißer bietet der Studiengang Betriebswirtschaftslehre. Knapp 40% der befragten Praktikanten aus den teilnehmenden Unternehmen studieren dieses Studienfach. Ob besonders viele Studenten der Betriebswirtschaftslehre Praktika machen oder diese in den Unternehmen bevorzugt als Praktikanten eingestellt werden, ist offen. Fest steht jedoch, dass BWL bei Studierenden ein beliebtes Studienfach ist und es deshalb viele BWL-Absolventen auf dem Arbeitsmarkt gibt.

DIE ARBEITNEHMER VON MORGEN

Wer sind unsere Future Talents?

47% der absolvierten Praktika sind universitäre Pflichtpraktika. Dies können sich Unternehmen zu Nutze machen, indem sie die Stellenanzeigen so spezifizieren, dass deutlich wird, welche Inhalte während ihrer Zeit auf die Praktikanten zukommen und wie sie ihr gelerntes Wissen in der Praxis anwenden könnten. Auch wenn die Zuordnung zwischen Studiengängen und späteren Berufsfeldern nicht immer ganz eindeutig ist, ist es dennoch wichtig, dass die theoretisch gelernten Inhalte mit denen im Pflichtpraktikum behandelten Themen grob übereinstimmen. Durch die Anwendung der theoretisch erworbenen Inhalte, erleben die Studenten Selbstkompetenz und erhalten Orientierung im Berufsfeld. Die Verantwortung ist groß, da ein nicht zufriedenstellendes Praktikum gerade in diesem Alter das Interesse an einem gesamten Berufsfeld sinken lassen kann.



ABB. 8: AUSLANDSERFAHRUNG DER TEILNEHMER

In insgesamt 84 verschiedenen Ländern haben die Praktikanten der bewerteten Unternehmen ihren dauerhaften Wohnsitz. Darunter sind 83% in Deutschland beheimatet. Neben unseren europäischen Nachbarn wie Frankreich, Österreich, Italien und Spanien, sind einige der Praktikanten auch dauerhaft in Indien oder China beheimatet. Dass Grenzen für die junge Generation nur noch eine geringe Rolle spielen, zeigt sich deutlich, denn über die Hälfte hat bereits sechs Monate oder länger im Ausland gelebt.

JUNG UND MOTIVIERT.

Die jungen Erwachsenen zeigen sich motiviert und karriereorientiert. Für die meisten ist Arbeit ein wichtiger Teil ihres Lebens. Trotz Individualisierung, Selbstverwirklichung und gewünschter Work-Life-Balance zeichnet diese Generation dennoch hohe Zielstrebigkeit aus. Über 92% stimmen zu, dass es ihnen wichtig ist, später im Beruf Erfolg zu haben. Die Generationen Y und Z streben bereits danach, Führungskräfte von morgen zu werden und formulieren dies auch deutlich als späteres Lebensziel.

Führungskräfte von morgen?

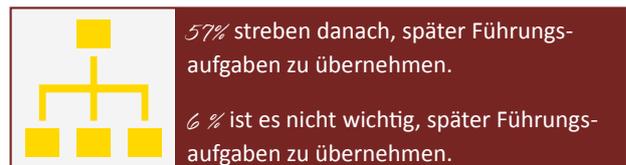


ABB. 9: KARRIEREAMBITIIONEN DER TEILNEHMER

Trotzdem konnte in der Befragung nur jeder zwanzigste Praktikant als sogenannter „High Potential“ identifiziert werden. Das zeigt auf, dass wünschenswerte Punkte im Lebenslauf wie Auslandsaufenthalte, sehr gute Studienleistungen und Stipendien in einer Kombination nur schwer zu finden sind. Es gibt dennoch genügend motivierte Absolventen auf dem Markt. 79% der Nachwuchskräfte würden sich selbst als karriereorientiert bezeichnen und mehr als Dreiviertel geben an, dass die Arbeit ein wichtiger Teil ihres Lebens ist.

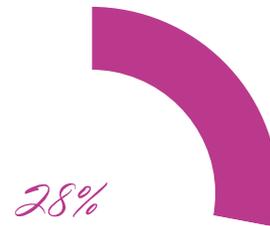


ABB. 10: HIGH POTENTIAL RATE

DIE ARBEITNEHMER VON MORGEN

Entscheidungsgründe für ein Praktikum

Um den Erwartungen von Praktikanten gerecht zu werden, ist ein wichtiger Schritt, die Hintergründe des Praktikumswunschs zu kennen. Was ist den Future Talents wichtig? Aus welchen Gründen entscheiden sie sich für ein Praktikum bei ihrem Arbeitgeber? Aus Unternehmenssicht kann es interessant sein, was Praktikanten dazu bewegt, ein Praktikum bei genau diesem Arbeitgeber zu absolvieren statt bei der Konkurrenz. Als häufigster Grund für die Wahl eines Arbeitgebers für ein Praktikum wird das erwartete Lernpotential genannt. Die wissbegierigen Akademiker wollen durch das Praktikum viel Neues lernen und wählen das Unternehmen aus, in der Annahme, dass sie dort spannende Erfahrungen sammeln können. Ebenfalls in der Wahl entscheidend ist die Möglichkeit, eine bestimmte Branche oder ein bestimmtes Berufsbild besser kennenzulernen. Besonders bei Praktikanten aus der Konsum- und Gebrauchsgüterbranche, in Unternehmensberatungen und in der Branche Fahrzeugbau und -zulieferer ist der Wunsch groß, einen Einblick in den Arbeitsalltag zu erhalten. Da viele Akademiker im Rahmen ihres Studiums ein universitäres Pflichtpraktikum absolvieren, ist Platz drei der häufigsten Gründe nicht verwunderlich: „Durch das Praktikum bei diesem Arbeitgeber erhoffe ich mir einen Einblick in die praktische Umsetzung der im Studium gelernten Inhalte.“ Besonders interessiert sind hier Studenten der Agrar- und Forstwissenschaften, Chemie,



28%
...der Praktikanten, hoffen ihre Chancen auf eine Festanstellung bei ihrem Praktikumsgeber zu erhöhen.

ABB. 12: DAS PRAKTIKUM ALS BERUFSEINSTIEG

Bauingenieurwesen, Design und Elektrotechnik. Gerade in Berufsfeldern, die in der Universität häufig sehr theoretisch sind oder wo das Berufsbild nicht klar definiert ist, sind Studenten neugierig auf den Arbeitsalltag.

Doch auch Reputation zahlt sich aus. Knapp 10% der befragten Teilnehmer wurde das Unternehmen von Kontakten weiterempfohlen. Rund 28% der Befragten sehen das Praktikum als eine erhöhte Chance für eine Festanstellung bei dem ausgewählten Arbeitgeber. Aber auch 4% der Praktikanten geben zu, dass sie das aktuelle Praktikum nur aufgrund von mangelnden Alternativangeboten angenommen haben.

Warum machst Du ein Praktikum bei deinem Arbeitgeber?



Ich bin überzeugt, dass ich in diesem Unternehmen viel lernen kann.



Ich möchte eine bestimmte Branche besser kennenlernen.



Durch das Praktikum erhoffe ich mir einen Einblick in die praktische Umsetzung der im Studium gelernten Inhalte.

ABB. 11: GRÜNDE FÜR DIE ENTSCHEIDUNG FÜR EINEN ARBEITGEBER

DIE ARBEITNEHMER VON MORGEN

Entscheidungsgründe für ein Praktikum

WO FRÜHER DAS PRAKTIKUM DEM LEBENSLAUF ENTSPRECHEND AUSGEWÄHLT WURDE, FOLGT DIE GENERATION HEUTE ZUNEHMEND IHREN PERSÖNLICHEN INTERESSEN.

Spannend ist, dass gute Lebenslaufreferenzen als Grund in den letzten Jahren immer seltener genannt werden. War dieser Grund letztes Jahr noch auf Platz zwei, so rutscht er in diesem Jahr auf Platz vier – abgelöst von gewünschten Brancheneinblicken und der Umsetzung von Studiumsinhalten. Wo früher das Praktikum dem Lebenslauf entsprechend ausgewählt wurde, folgt die Generation heute zunehmend ihren persönlichen Interessen und wählt den Arbeitgeber entsprechend. Wirkliche Learnings, persönliche Entfaltung und das Erschließen von Berufsfeldern scheinen der jungen Generation am Herzen zu liegen. Eine zunehmende Individualisierung zeigt sich auch hier. Auf die Frage, warum die Future Talents im Allgemeinen ein Praktikum absolvieren, antworten 92% damit, dass sie Berufserfahrung sammeln möchten und etwas lernen wollen. Im Vergleich dazu war für 56% ein Entscheidungsgrund, dass sie sich eine Aufwertung des Lebenslaufs erhoffen. Verhältnismäßig weniger wichtig sind das Geldverdienen durch Praktika und die Tatsache, dass es häufig im Studium verpflichtend vorgesehen ist. Die junge Generation ist sich vorwiegend einig, dass die eigenen Interessen und ein persönlicher Mehrwert im Fokus des Praktikums stehen.

GENERATION SELFIE

Neben der Digitalisierung ist die stark ausgeprägte Individualisierung der Future Talents demnach ein relevanter Trend für Personaler. Dieser kann durchaus zum Vorteil genutzt werden – aber auch zu steigenden Anforderungen seitens der Arbeitgeber führen. Auch die aktuelle Bildungsforschung betont zunehmend, dass Individualisierung in der Organisation die Lernerfolge der Mitarbeiter steigert. Die Organisationskultur sollte demnach nicht nur für Praktikanten angepasst werden. Future Talents



INDIVIDUALISIERUNG

können durch Flexibilität und Entscheidungsfreiheit ihren individuellen Weg im Unternehmen gehen und damit zum bestmöglichen Erfolg beitragen. Neue Führungsstile, flexible Arbeitsgestaltung und Entgrenzung der Arbeit müssen dennoch bewusst und verantwortungsvoll eingesetzt werden, sodass diese effektiv und sinnvoll sind. Trotz Individualisierung sind Team und Unternehmenserfolge nicht aus den Augen zu verlieren. Individuelle Wünsche und Ziele der Mitarbeiter müssen langfristig in Einklang mit den Organisationszielen gebracht werden.

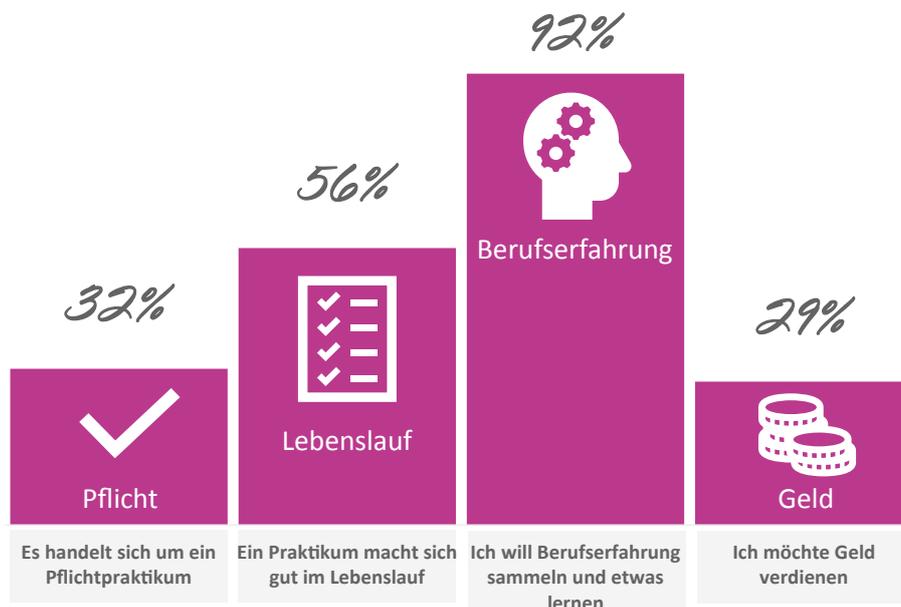


ABB. 13: GRÜNDE FÜR DIE ENTSCHEIDUNG FÜR EIN PRAKTIKUM IM ALLGEMEINEN

CLEVIS PRAKTIKANTENSPIEGEL 2018

DAS (ÜBER)DURCHSCHNITTLICHE PRAKTIKUM

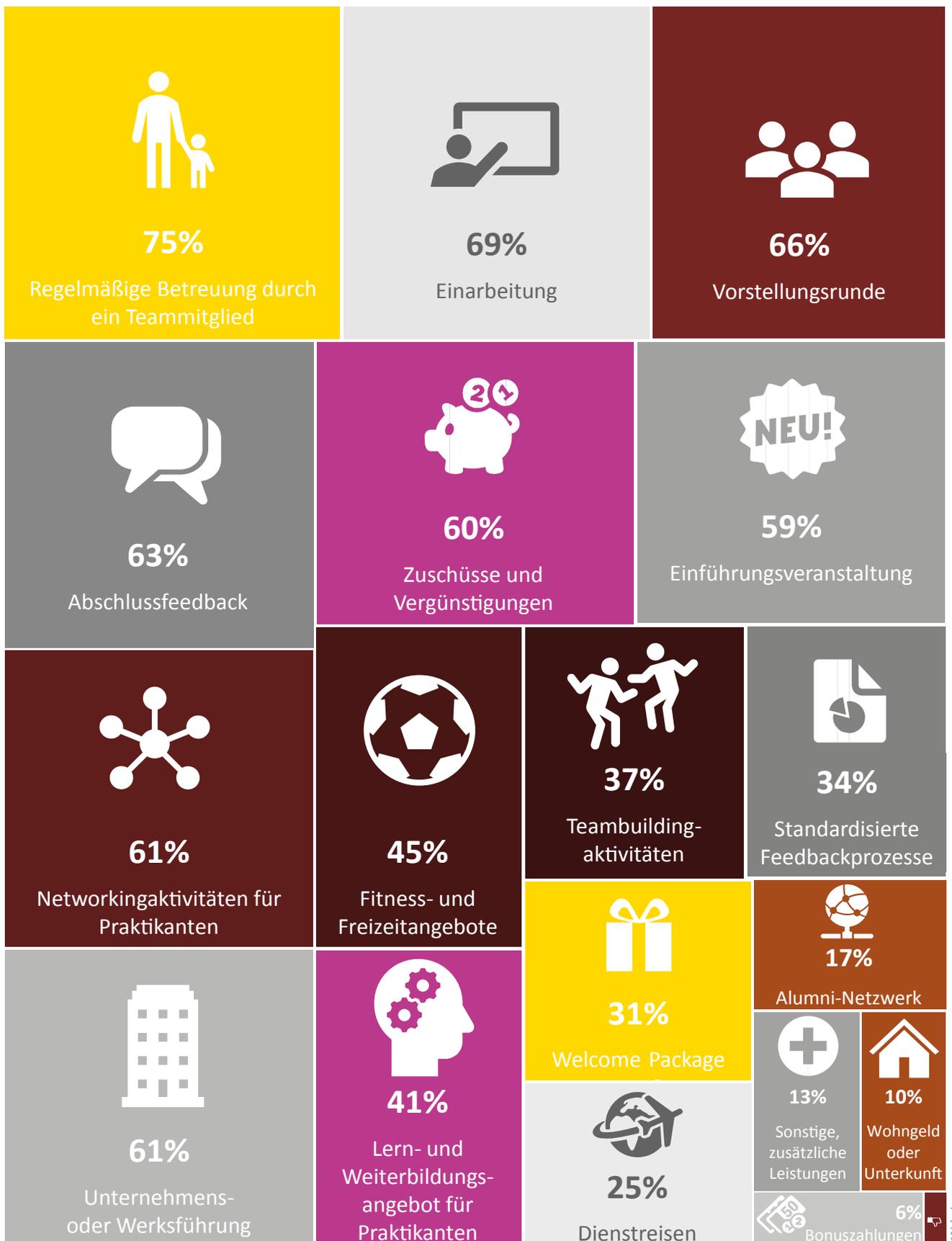


ABB. 14: ANGEBOTENE LEISTUNGEN FÜR PRAKTIKANTEN

DAS (ÜBER)DURCHSCHNITTLICHE PRAKTIKUM

Praktika im Wandel

Eine der wichtigsten Veränderungen für das Praktikum war die Einführung des gesetzlichen Mindestlohnes auch für Praktikanten im Jahr 2015. Seitdem ist das durchschnittliche Gehalt deutlich gestiegen. Es zeigt sich, dass die allgemeine Zufriedenheit mit dem Praktikumsarbeitgeber seit Jahren hoch ist. Dieser Trend scheint jedoch nicht im Zusammenhang mit der Einführung des Mindestlohns zu stehen, denn die Vergütung ist kein ausschlaggebender Faktor für die Zufriedenheit mit dem Praktikum. Faktoren wie Lernmöglichkeiten, Aufgabengestaltung und die Qualität der Führung sind eher relevant für die Praktikumsqualität.

Allgemein lässt sich sagen, dass nicht nur für die Generation Y und Z die Berufserfahrung durch Praktika immer mehr an Bedeutung gewinnt, sondern auch Unternehmen erkennen zunehmend das Potential von Praktikanten und bemühen sich immer mehr um attraktive Praktikantenprozesse. Es zählt bereits bei vielen Firmen zum Standard, Praktikanten ein vielfältiges Leistungsspektrum anzubieten.

Für eine zufriedenstellende Zeit ist es wichtig, dass die Erwartungen an das Praktikum sowohl auf Seiten des Arbeitgebers als auch auf Bewerberseite bereits im Bewerbungsgespräch abgeklärt werden. Diese müssen offen und klar kommuniziert werden. Dadurch kann ein optimaler Fit zwischen Kandidaten und Unternehmen gewährleistet werden und falsche Erwartungen werden vermieden. Wenn in der Stellenanzeige mit Leistungen geworben wird, sollten diese auch eingehalten werden. Noch wichtiger ist jedoch die inhaltliche Gestaltung der Praktika. Da trotz der allgemeinen hohen Zufriedenheit dennoch knapp 30% aller Praktikanten mit ihren erzielten Lerneffekten unzufrieden sind, besteht hier noch Verbesserungsbedarf.

Bewertung von Arbeitszeit

Eine 40-Stunden-Woche ist bei Praktikanten üblich. Dabei kommt es zu branchenspezifischen Unterschieden. Die Nachwuchskräfte in Unternehmensberatungen arbeiten durchschnittlich sechs Stunden pro Woche mehr als der Gesamtdurchschnitt. In Branchen wie Maschinen- & Anlagenbau, Vereine, NGOs & soziale Dienste sowie Elektrotechnik, Feinmechanik & Optik wird mit 38 Stunden pro Woche etwas weniger gearbeitet als in anderen Praktika. Das durchschnittliche Praktikum dauert in etwa fünf Monate. Länger als sechs Monate machen die Wenigsten ein Praktikum.

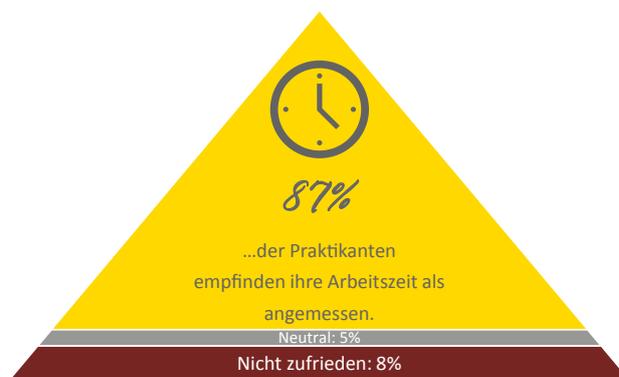


ABB. 15: EMPFUNDENE ANGEMESSENHEIT DER ARBEITSZEIT

Alles in allem sind die Befragten sehr zufrieden mit ihrer Arbeitszeit und bewerten diese auf einer siebenstufigen Skala im Schnitt mit 5,98 (1 = nicht angemessen, 7 = angemessen). Tendenziell arbeiten High Potentials signifikant mehr Wochenstunden, dennoch sind sie genauso zufrieden wie ihre Kollegen. Besonders positiv wird das Verhältnis zwischen Arbeitszeit und Freizeit in den Branchen Vereine, NGOs & soziale Dienste empfunden (6,42). Erheblich unter dem Durchschnitt wird diese private und berufliche Balance in der Branche Unternehmensberatungen, Wirtschaftsprüfungen & Recht bewertet (4,91). Die Bewertung der Arbeitsbelastung – Termindruck, Stress, Workload – zeichnet ein ähnliches Bild ab.

DAS (ÜBER)DURCHSCHNITTLLICHE PRAKTIKUM

Überstunden und Work-Life-Balance

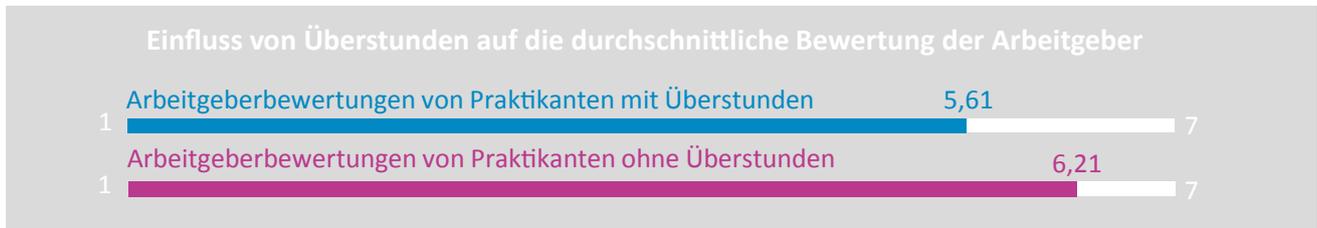


ABB. 16: AUSWIRKUNG VON ÜBERSTUNDEN AUF DIE ZUFRIEDENHEIT MIT DEM ARBEITGEBER

Beinahe die Hälfte (45%) der Future Talents leisten bereits regelmäßig Überstunden. Dies hat Auswirkung auf die Zufriedenheit der Praktikanten. Wer abends länger im Büro sitzt, bewertet die Angemessenheit der Arbeitszeit deutlich schlechter als diejenigen, welche pünktlich Feierabend machen können.

Interessant ist, dass die Bewertung der Angemessenheit der Arbeitszeit dennoch nur sehr gering mit den durchschnittlichen Wochenstunden zusammenhängt. Was vertraglich vorab festgelegt worden ist, scheint unabhängig vom Umfang Akzeptanz zu erhalten. Deshalb ist hier wieder wichtig, die Arbeitszeitbedingungen bereits vor der Einstellung abzuklären und offen zu kommunizieren. Der Zusammenhang zwischen der subjektiven Bewertung der Arbeitszeit und der der Vergütung ist nur gering stärker. Dahingegen haben das Teamklima und der Spaß bei der Arbeit eine stärkere Korrelation mit der gefühlten Angemessenheit der Arbeitszeit. In der Praxis bedeutet das, dass es für die Future Talents wichtiger ist, sich wohl zu

fühlen und gerne zur Arbeit zu gehen – dann wird auch die verbrachte Zeit in der Arbeit als deutlich angemessener empfunden. Mehr Arbeit durch mehr Gehalt auszugleichen und somit die junge Generation zufrieden zu halten, scheint jedoch keine erfolgversprechende Strategie zu sein.



ABB. 18: ANTEIL AN PRAKTIKANTEN MIT ÜBERSTUNDEN

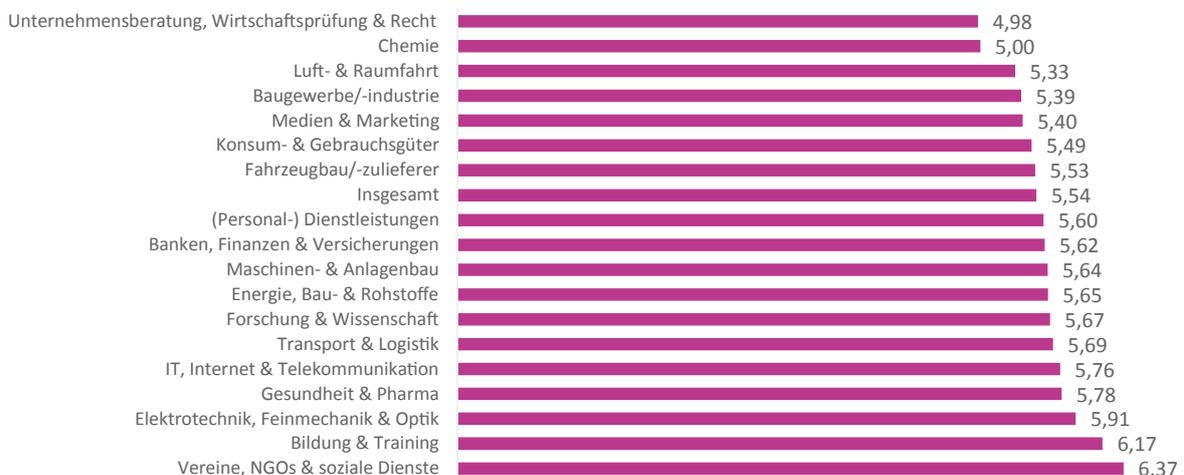


ABB. 17: ANGEMESSENHEIT DER ARBEITSBELASTUNG NACH BRANCHE (AUF EINER 7-PUNKT-LIKERT SKALA BEWERTET)

DAS (ÜBER)DURCHSCHNITTLICHE PRAKTIKUM

Global Player – die Bedeutung von Internationalität und Mobilität

Durch die Digitalisierung ist die Internationalisierung noch einfacher geworden. Auch in der Arbeitswelt war dieser Wandel von Beginn an zu spüren. Die Teams werden kulturell verschiedener und die alltägliche Arbeit geht über Grenzen hinaus. In Stellenanzeigen werden immer häufiger internationale Erfahrungen und Fremdsprachenkenntnisse gefordert. Es werden systematisch Bewerber gesucht, welche Qualifikationen wie Mobilität und Flexibilität aufweisen können. Diesen Anforderungen werden die Nachwuchskräfte gerecht. Viele sind bereit einen Wohnortswechsel für ihr Praktikum vorzunehmen. Knapp die Hälfte der Praktikanten verließ während ihrer Zeit den Heimatort. Über ein Drittel der Praktikanten zog dabei 200 Kilometer oder weiter um. Rund 16% der Befragten absolvieren ihr Praktikum im Ausland.



... absolvieren ihr Praktikum im Ausland.

ABB. 19: ANTEIL AN AUSLANDSPRAKTIKA

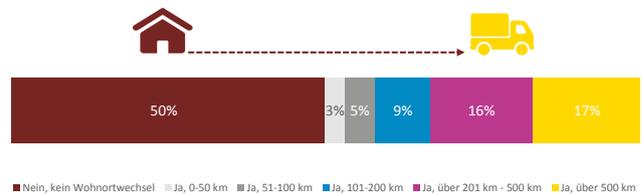


ABB. 21: WOHNORTWECHSEL FÜR DIE PRAKTIKUMSSTELLE

Besonders international aufgestellt ist die Branche IT, Internet & Telekommunikation. Unter den Befragten dieser Branche absolvieren 40% ein Auslandspraktikum. Eher sesshaft zeigen sich die Teilnehmenden der Branche Baugewerbe/-industrie mit nur fünfprozentigem Anteil. Viele Unternehmen werben bereits um junge Talente mit der Möglichkeit, während der Zeit der Anstellung internationale Erfahrung sammeln zu können. Auf Bewerberseite können besonders viele Studenten (43%) der Kunstwissenschaften internationale Erfahrungen aufweisen. Auch Natur- (23%) und Ingenieurwissenschaftler (21%) zeigen sich interessiert an interkultureller Erfahrung. Geisteswissenschaftler (13%) und Humanwissenschaftler (9%) sind dagegen eher wenig für Auslandspraktika zu begeistern. Bevorzugter Kontinent für Auslandspraktika unter Nachwuchskräften deutscher Unternehmen ist Europa. Innerhalb dessen werden vorwiegend unsere Nachbarländer Frankreich und Österreich von deutschen Praktikanten angesteuert. Geht es doch einmal über die Grenzen des Kontinents hinaus, sind Indien, China und Pakistan die erste Wahl.

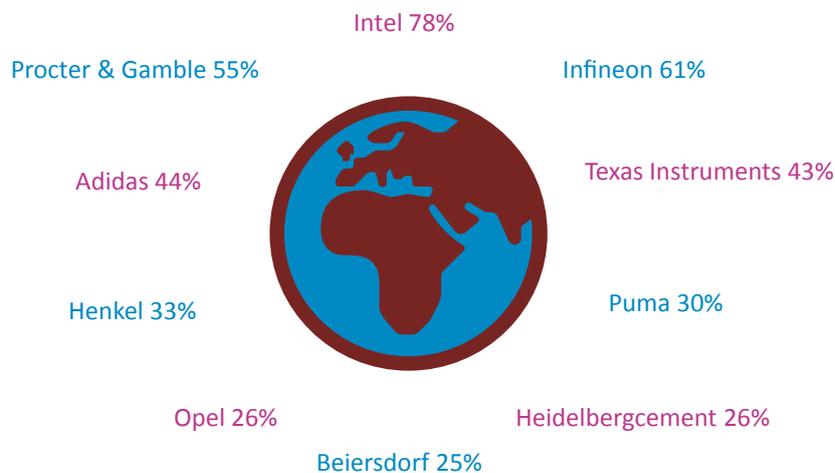


ABB. 20: TOP 10 DER UNTERNEHMEN FÜR INTERNATIONALE ERFAHRUNG BEURTEILT AM PROZENTUALEN ANTEIL AN AUSLANDSPRAKTIKANTEN IM UNTERNEHMEN

DAS (ÜBER)DURCHSCHNITTLLICHE PRAKTIKUM

Global Player – die Bedeutung von Internationalität und Mobilität

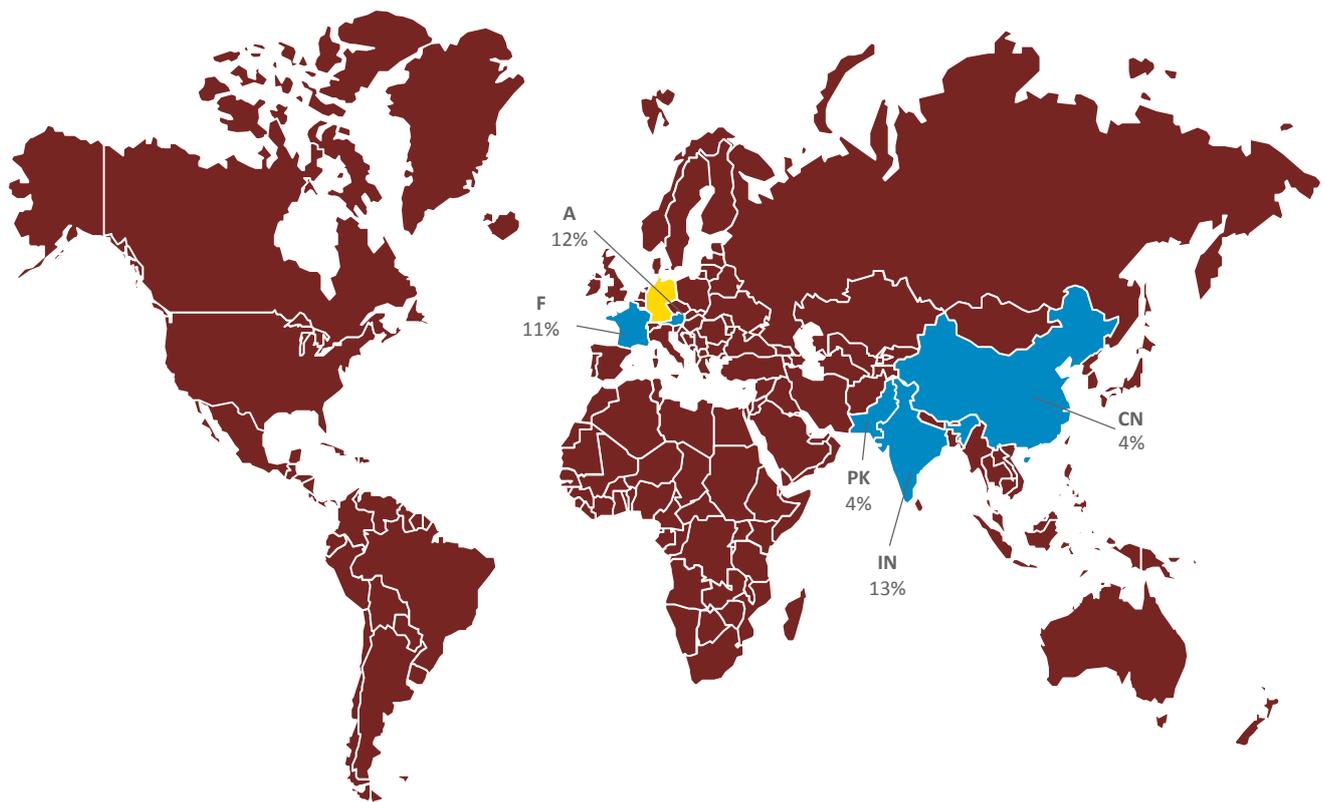


ABB. 22: TOP 5 HERKUNFTSLÄNDER AUSLÄNDISCHER PRAKTIKANTEN IN DEUTSCHLAND



CLEVIS PRAKTIKANTENSPIEGEL 2018

DAS (ÜBER)DURCHSCHNITTLICHE PRAKTIKUM

Global Player – die Bedeutung von Internationalität und Mobilität

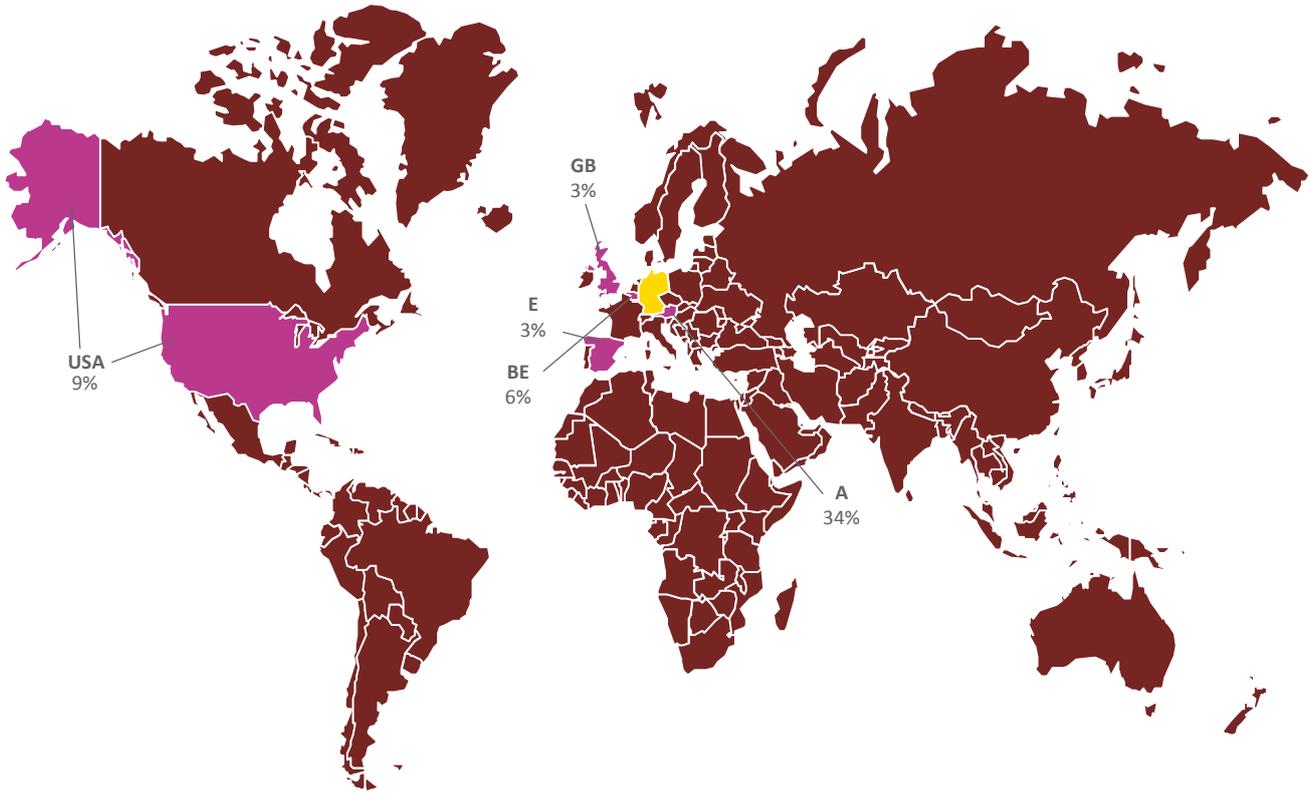


ABB. 23: TOP 5 ZIELE FÜR AUSLANDSPRAKTIKA DEUTSCHER PRAKTIKANTEN



DAS (ÜBER)DURCHSCHNITTLLICHE PRAKTIKUM

Passende Führung und Aufgabengestaltung

Gerade in der Unsicherheit der ersten Berufserfahrung ist Führung entscheidend, um den Einstieg für die jungen Anfänger bestmöglich zu gestalten. Regelmäßiges Feedback und aktives Coaching sollten als Grundvoraussetzung innerhalb der Praktikantenprozesse gelten. Immerhin kommen die Future Talents in das Unternehmen, um möglichst viel zu lernen. Gerade der direkte Vorgesetzte kann starken Einfluss hierauf nehmen. Es sollte sichergestellt werden, dass genügend Zeit für die Betreuung vorhanden ist. Auch ein sorgfältiges Onboarding gehört zu den Aufgaben des Verantwortlichen. Im späteren Verlauf des Praktikums ist von Bedeutung, Verantwortung abzugeben. Die nötigen Freiheiten und eine passende Fehlerkultur sind Voraussetzungen für innovatives, eigenverantwortliches Handeln und konstruktive Ideen. Ein Zusammenhang zwischen der Arbeitszufriedenheit und erhaltener Autonomie ist auch im CLEVIS Praktikantenspiegel klar erkennbar. Wenn diese Kernpunkte von den Führungspersonen berücksichtigt werden, ist ein gelungener Start und eine erfahrungsreiche Zeit im Unternehmen wahrscheinlicher.

ZUFRIEDENHEIT MIT DEM ARBEITGEBER HÄNGT MASSGEBLICH MIT DER ZUFRIEDENHEIT DER FÜHRUNG ZUSAMMEN.

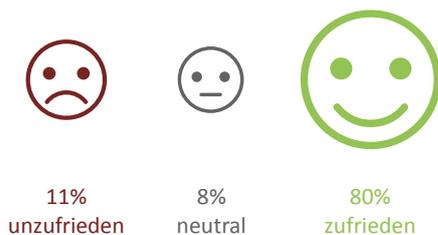


ABB. 24: ALLGEMEINE ZUFRIEDENHEIT MIT DER FÜHRUNG

Wie auch bei der allgemeinen Zufriedenheit zeichnen die Bewertungen der Führungspersonen ein positives Bild. Mit dem Faktor Führung sind 80% der Befragten zufrieden. Auch die direkten Vorgesetzten schneiden gut ab, da sie von 86% gute bis sehr gute Noten erhalten. Weniger gut, aber dennoch vorwiegend positiv, werden Coaching (77%) und angemessene Anerkennung (81%) beurteilt. 24% der Future Talents sind der Meinung, dass ihr direkter Vorgesetzter ihre Bedürfnisse, Fähigkeiten und Ziele nur mittelmäßig bis gar nicht erkennt.

Die Trends von heute gestalten die Führung von morgen. Es ist wichtig, dass sich Führungsstil und Aufgabengestaltung den gesellschaftlichen Änderungen anpassen, diese begleiten und mitgestalten. Hierarchische Strukturen werden heutzutage als wenig erfolgsversprechend angesehen. Besonders die jüngeren Arbeitnehmer schätzen und fordern Freiheit, Entscheidungsfreiräume und Verantwortung. Die unterschiedlichen Forderungen der Future Talents, ihre individuellen Bedürfnisse und generationsübergreifende Unterschiede hinsichtlich mitgebrachter Voraussetzungen der einzelnen Mitarbeiter kann man nur mit einem adaptiven Führungsstil bewältigen. Motivationsförderung und Partizipation seitens der Führungskräfte schaffen langfristige Bindung und helfen damit einem zukünftigen Fachkräftengpass zu bewältigen. Führung der Future Talents bedeutet also mehr Kooperation, Kommunikation, Dynamik und Innovation.



ABB. 25: ZUSAMMENHANG VON AUTONOMIE UND ZUFRIEDENHEIT IM PRAKTIKUM

DAS (ÜBER)DURCHSCHNITTLICHE PRAKTIKUM

Passende Führung und Aufgabengestaltung

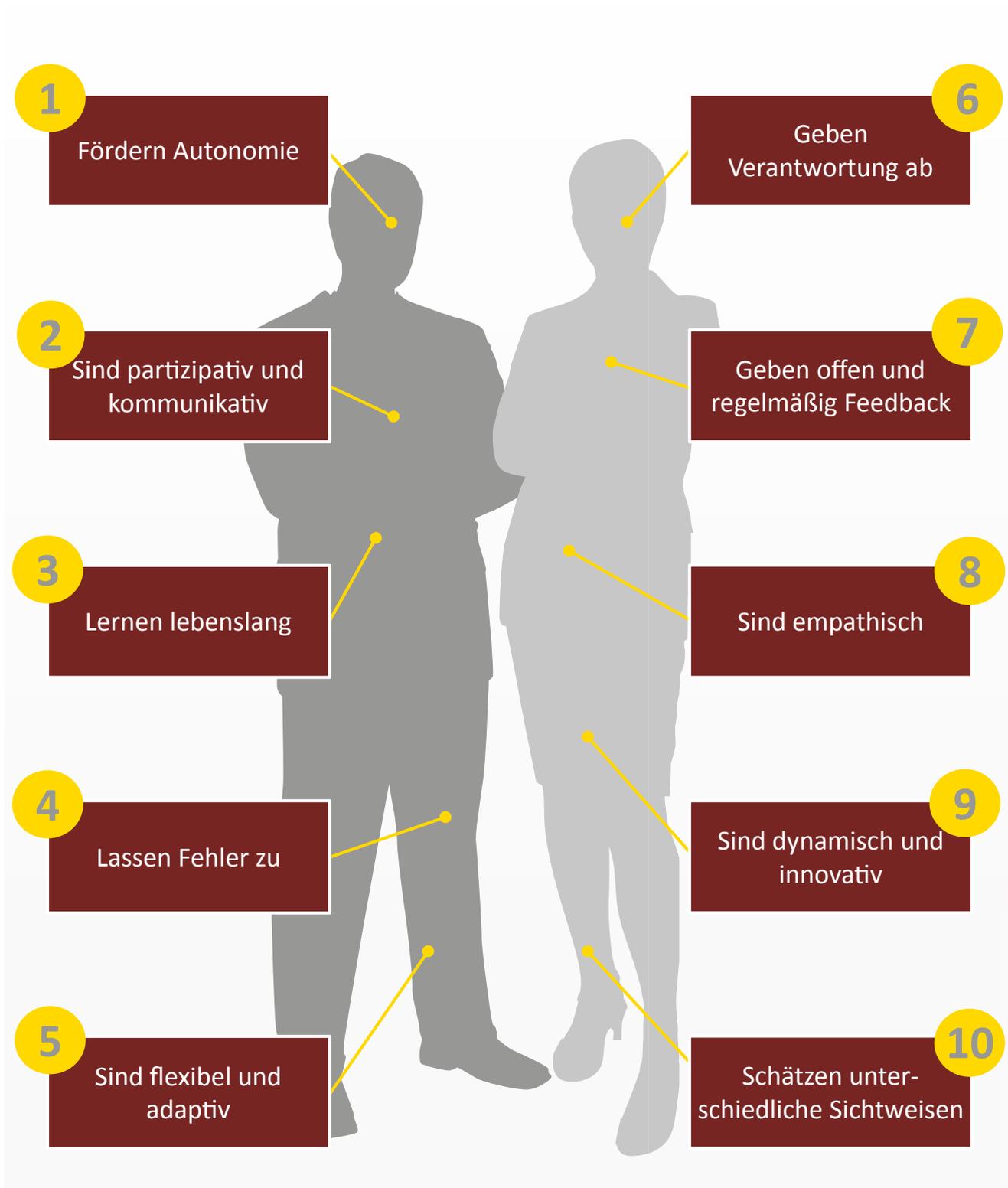


ABB. 26: FÜHRUNG VON MORGEN - 10 EIGENSCHAFTEN DIE SICH FUTURE TALENTS VON IHRER FÜHRUNGSKRAFT WÜNSCHEN

CLEVIS PRAKTIKANTENSPIEGEL 2018

DAS (ÜBER)DURCHSCHNITTLICHE PRAKTIKUM

Geld ist nicht alles, aber viel

Bereits 96% der Praktika sind vergütet. Bei Werkstudenten sind es sogar 99%. In der Aufwertung des Praktikums war die Einführung des Mindestlohnes ein großer Schritt. Seitdem gilt der gesetzlich vorgeschriebene Mindestlohn von mittlerweile 8,84€ pro Stunde auch für Praktikanten. Zum Zeitpunkt der Einführung kam es zu einem deutlichen Anstieg im Lohn der Praktikanten, der weiterhin anhält. Seit Beginn des CLEVIS Praktikantenspiegels im Jahre 2010 ist das durchschnittliche Gehalt bis heute mit einem Anstieg von über 57% um beinahe 400€ gestiegen. Momentan liegt das Durchschnittsgehalt bei 1.098,67€ und ist im Vergleich zum letzten Jahr um 66€ erneut gestiegen. Dies kann für einen Studenten viel Geld sein und macht das Praktikum noch attraktiver.

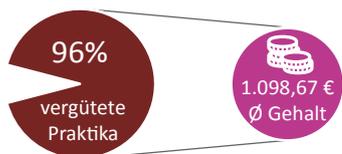


ABB. 27: VERGÜTETE PRAKTIKA UND DURCHSCHNITTSLOHN

Unabhängig davon sollte sichergestellt werden, dass die Vergütung der tatsächlichen Arbeitsleistung entspricht. Denn fast 20% der Praktikanten empfinden dieses Verhältnis als unangemessen. An welchen Stellschrauben gedreht werden muss, ist offen. Viele Praktikanten leisten wie bereits erwähnt regelmäßig Überstunden. Da Pflichtpraktika gesetzlich nicht unter das Mindestlohngesetz fallen, werden diese deutlich geringer vergütet. Außerdem greift das Gesetz erst ab über drei Monaten Praktikumszeit, davon sind knapp 28% der Befragten betroffen. Als positive Anerkennung können neben dem Gehalt auch Extraleistungen dienen. Nur etwas über die Hälfte (52%) empfindet die zusätzlichen Extraleistungen als ausreichend.

Talente sind teuer. Zumindest zeigt sich dieser Trend bei Praktikanten. Sogenannte High Potentials verdienen im Schnitt mit 1.215,73€ brutto fast 125€ mehr im Monat als Nicht-High Potentials mit 1.091,30€. Auch die Branche macht einen Unterschied innerhalb der Vergütung aus. Besonders gut bezahlt werden Praktikanten in Unternehmensberatungen & Wirtschaftsprüfungen. Auch bei Unternehmen aus den Branchen IT, Internet & Telekommunikation sowie Banken, Finanzen & Versicherungen ist ein überdurchschnittliches Gehalt zu erwarten. Die Entlohnung fällt bei (Personal-)Dienstleister sowie bei Firmen im Energie, Bau- & Rohstoffgewerbe eher geringer aus. In Vereinen, NGOs & sozialen Diensten ist selten überhaupt eine Vergütung vorgesehen.

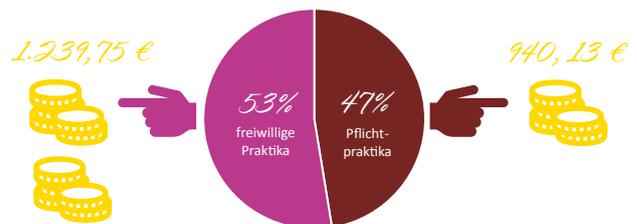


ABB. 29: PFLICHTPRAKTIKANTEN PROFITIEREN NICHT VOM MINDESTLOHNGESETZ

Dass eine höhere Vergütung nicht zwangsläufig zu mehr Zufriedenheit führt, wurde bereits in der Diskussion um die Work-Life-Balance festgestellt. Auch der Sieger der CLEVIS Praktikantenspiegel aus den vergangenen Jahren zeigte deutlich, dass Geld nicht alles ist. Obwohl Praktika bei der Kindernothilfe e.V. unvergütet sind, schnitt diese als Arbeitgeber auffallend gut ab. Nur selten wählen die Future Talents das Praktikum des Geldes wegen und die Zufriedenheit mit dem Arbeitgeber ist nur marginal von der Höhe des Gehaltes abhängig. Ein positiver Nebeneffekt ist der gestiegene Lohn für die Praktikanten dennoch.



ABB. 28: VERGÜTUNG INNERHALB VERSCHIEDENER BRANCHEN

DAS (ÜBER)DURCHSCHNITTLICHE PRAKTIKUM

Das geht noch besser!



ABB. 30: VOLLKOMMENE ZUFRIEDENHEIT BEI PRAKTIKANTEN

Nicht mal ein Viertel (24%) der Praktikanten ist während ihrer Zeit mit allem rundum zufrieden. Welchen Verbesserungsbedarf die übrigen 76% sehen, hat der CLEVIS Praktikantenspiegel ebenfalls erfragt. Diese Verbesserungsvorschläge sind in Anbetracht der hohen, allgemeinen Zufriedenheit eher konstruktiv als kritisch zu sehen. Verbesserungsvorschläge sollten in einer offenen und agilen Unternehmenskultur immer willkommen sein. Eine besonders hohe Zufriedenheit zeichnet sich in der Branche Vereine, NGOs & soziale Dienste ab. Hier sind 37% der Praktikanten mit allen Bereichen zufrieden. Schlechter schneiden dahingegen die Branchen Banken, Finanzen & Versicherungen (17%) sowie Dienstleister und Fahrzeugbauer/-zulieferer (jeweils 19%) ab.

Ansatzpunkte für Änderungsmöglichkeiten sehen die Praktikanten vorwiegend in der inhaltlichen Gestaltung ihres Praktikums. 28% der Befragten gaben an, es bestehe in ihrem Praktikum Verbesserungsbedarf hinsichtlich der Aufgabengestaltung. Damit eng verbunden auf Platz zwei ist das Lernpotential, welches von 27% kritisiert wurde. Ergänzend dazu wünschen sich 21% der Praktikanten eine verbesserte Feedbackkultur. Die junge Generation möchte während ihrer Zeit etwas lernen und nicht unterfor-

dert werden. Besonders in der Branche Banken, Finanzen & Versicherungen (40%) und Energie, Bau- & Rohstoffe (37%) sind viele Praktikanten nicht zufrieden mit der Gestaltung ihrer Aufgaben. Am zufriedensten sind in diesem Punkt Nachwuchskräfte im Bereich IT, Internet & Telekommunikation (21%). Als Führungskraft ist es wichtig, darauf zu achten, dass die Aufgabengestaltung angemessen ist und die Lernfortschritte gesichert werden. Ein beliebtes Instrument hierfür sind wöchentliche Lerntagebücher, in denen die Learnings verschriftlicht werden und damit veranschaulicht werden. Dadurch kann sichergestellt werden, dass die Erfahrungen rückblickend stärker reflektiert und bewusstgemacht werden. Kleinigkeiten, welche anfangs zu den Learnings zählten, werden im Verlauf der Zeit häufig zu selbstverständlichen Routinen. So kann die erste Telefonkonferenz für einen Praktikanten noch aufregend sein, später zählt sie zu einer alltäglichen Selbstverständlichkeit, über welche sich der Praktikant kaum mehr bewusst ist.

Positiv zu vermerken ist, dass das Arbeitsumfeld scheinbar für die meisten sehr angenehm ist. Nur 11% sehen Verbesserungsbedarf innerhalb des Teamklimas und nur 7% würden etwas an den Arbeitsbedingungen ändern. Auch Arbeitszeit und Workload sowie Führung und Vorgesetzte werden vorwiegend positiv beurteilt. Durchschnittlich 20% der Praktikanten wünschen sich während ihrer Zeit einen verbesserten Einblick in das Berufsleben. Davon sind besonders Praktikanten aus der Branche Energie, Bau- & Rohstoffe betroffen. Gut informiert fühlen sich dahingegen Praktikanten aus der Branche Baugewerbe/-industrie und aus der Branche Unternehmensberatungen, Wirtschaftsprüfungen & Recht.

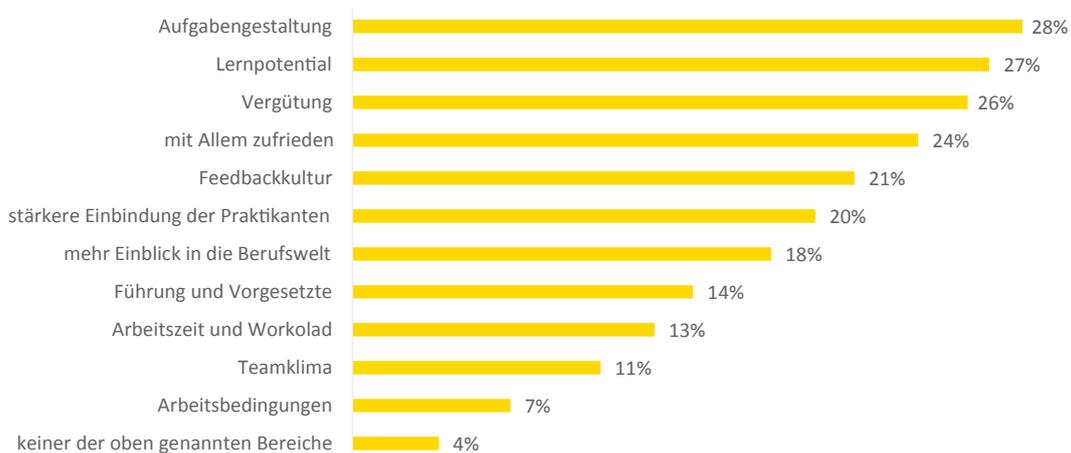


ABB. 31: VERBESSERUNGSBEDARF DEN DIE PRAKTIKANTEN SEHEN (PROZENT DER ZUSTIMMUNG)

DIE CLEVIS EMPLOYER MATRIX: WO STEHT IHR UNTERNEHMEN?

Unternehmensprofile

Im diesjährigen CLEVIS Praktikantenspiegel wurden insgesamt 308 deutsche Unternehmen von ihren Praktikanten bezüglich ihrer Arbeitgeberqualitäten bewertet. Davon waren 49 bewertete Firmen in der Branche Konsum- & Gebrauchsgüter einzuordnen. Jeweils 29 Arbeitgeber kamen aus den Branchen Fahrzeugbau/-zulieferer und IT, Internet & Telekommunikation. Verhältnismäßig wenig wurden Unternehmen im Bereich Luft- & Raumfahrt sowie Kultur, Sport & Touristik bewertet. Vor allem mittelständische Unternehmen bis hin zu großen Firmen und Konzerne haben aktiv am CLEVIS Praktikantenspiegel 2018 teilgenommen. Die durchschnittliche Unternehmensgröße lag bei 10.001 bis 50.000 Mitarbeitern. Bei der Interpretation der Ergebnisse sei deshalb zu beachten, dass kleine Unternehmen in der Stichprobe nicht repräsentativ vertreten waren. Die Unternehmen wurden im CLEVIS Unternehmensbarometer befragt (siehe Kapitel 5).

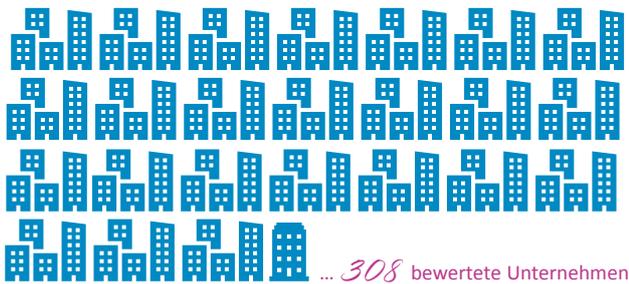


ABB. 32: ANZAHL DER BEWERTETEN UNTERNEHMEN

Die CLEVIS Employer Matrix bildet auch dieses Jahr wieder den Kern der Studie CLEVIS Praktikantenspiegel. In dieser Vier-Felder-Matrix sehen Praktikanten und Unternehmen beiderseits, wie Unternehmen sowohl in Arbeitgeberqualität als auch im Markenimage abschneiden. Für Praktikanten ist es häufig schwer einzuschätzen, welche Firmen als Arbeitgeber attraktiv sind. Häufig wird anhand des Markenimages ein Urteil gefällt. Bekannte, große Unternehmen werden dann bevorzugt, sei es auf Grund eines guten Images oder damit der Name der Firma im

eigenen Lebenslauf steht. Es ist allerdings oftmals eine Diskrepanz zwischen extern bewertetem Markenimage und intern bewerteter Arbeitgeberqualität zu verzeichnen. Auch für Arbeitgeber ist es spannend zu sehen, wo in diesen Bereichen die Stärken und Schwächen aus Sicht der Future Talents liegen. Gerade mittelständische Unternehmen kämpfen häufig mit fehlender Bekanntheit und dadurch bedingt mit zu wenigen Bewerbern, obwohl sie durchaus attraktive Praktikantenplätze bieten können. Die CLEVIS Employer Matrix stellt die beiden Faktoren Arbeitgeberqualität und Markenimage gegenüber. Dies ermöglicht einen Vergleich mit brancheninternen Konkurrenten, aber auch branchenfernen Arbeitgebern in beiden Dimensionen. Unternehmen in den beiden rechten Feldern der Matrix zeichnen sich durch besonders gute Arbeitgeberqualität aus. Je nach Markenimagebewertung werden sie der Kategorie „Stars“ oder „Hidden Champions“ zugeordnet. Die beiden linken Felder der Matrix umfassen Firmen mit unterdurchschnittlichen Bewertungen in der Arbeitgeberqualität. Diese beiden Felder werden zwischen „Challenger“ und „Pretender“ differenziert.

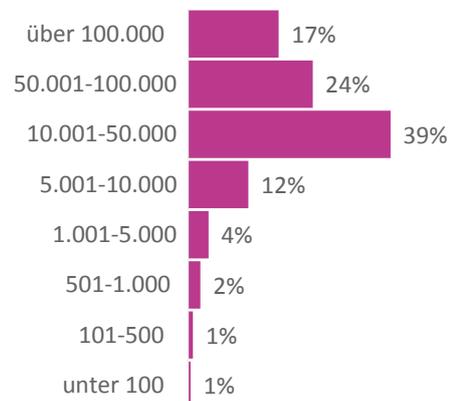


ABB. 33: VERTEILUNG DER UNTERNEHMENSGRÖSSEN NACH MITARBEITERANZAHL

DIE CLEVIS EMPLOYER MATRIX: WO STEHT IHR UNTERNEHMEN?

Positionierung von Unternehmen in der CLEVIS Employer Matrix

In der CLEVIS Employer Matrix werden die Bewertungen der einzelnen Unternehmen veranschaulicht. Aufgespannt durch die beiden Dimensionen Arbeitgeberqualität und Markenimage zeigt die Matrix eine differenzierte Darstellung der Unternehmen in Relation zueinander. Um die Aussage der Darstellung noch greifbarer zu machen, teilen die Mittelwerte über die Gesamtstichprobe die Matrix zudem in vier Felder. Die jeweiligen Arbeitbertypen weisen die folgenden Merkmale auf:

Stars

Stars zeichnen sich durch überdurchschnittliche Werte, sowohl in der Arbeitgeberqualität als auch im Markenimage aus. Sie haben einen großen Wettbewerbsvorteil im Vergleich zu anderen Unternehmen beim Kampf um junge Talente, denn ihnen steht ein größerer Bewerberpool zur Verfügung und sie können somit Top-Bewerber auswählen. Die Praktikanten in diesen Unternehmen sind mit ihrem Arbeitgeber und dem Praktikum sehr zufrieden.

Hidden Champions

Hidden Champions weisen ebenfalls überdurchschnittliche Werte auf der Dimension der Arbeitgeberqualität auf, wurden im Vergleich zu anderen Unternehmen jedoch unterdurchschnittlich hinsichtlich der Markenwahrnehmung bewertet. Auch hier sind die internen Mitarbeiter zufrieden. Dem Unternehmen gelingt es jedoch noch nicht, durch sein Markenimage auch auf Externe attraktiv zu wirken. Durch eine zielgerichtete Darstellung der Stärken als Arbeitgeber könnten mögliche Bewerber mehr vom Unternehmen überzeugt werden.

Pretender

Den Gegenpart zu Hidden Champions stellen Pretender dar. Die Wahrnehmung der Marke wurde überdurchschnittlich bewertet, wohingegen die Bewertung der Arbeitgeberqualität unter dem Durchschnitt liegt. Unternehmen dieser Gruppe sollten beachten, dass möglicherweise die Erwartungen der Praktikanten nicht erfüllt werden. Unzufriedene Praktikanten können außerdem über ihre Enttäuschung berichten und somit potentiellen Bewerbern einen negativen Einblick in das Unternehmen ermöglichen. Unternehmen, die als Pretender klassifiziert wurden, können dieser Herausforderung durch eine kritische Überarbeitung ihrer Praktikantenprozesse entgegenreten und infolgedessen zum Star aufsteigen.

Challenger

Im Vergleich mit den anderen Unternehmen schneiden die Challenger auf beiden Dimensionen unterdurchschnittlich ab. Auch in dieser Kategorie könnten Unternehmen durch gezielte Maßnahmen ihre Arbeitgeberqualität verbessern und so Praktikanten zufriedener stellen. Zudem sollten sie diese auch nach Ablauf des Praktikums an das Unternehmen binden, um zu verhindern, dass diese zur Konkurrenz abwandern. Zusätzlich sollte an einer Aufwertung des Markenimages gearbeitet werden.

Durch diese Kategorisierung wird den Unternehmen ermöglicht ihre Stellung im Kampf um die Future Talents besser einzuschätzen, Chancen und Risiken zu erkennen, sowie entsprechende Handlungsmaßnahmen zu erarbeiten. Darüber hinaus können konkurrierende Unternehmen identifiziert werden. CLEVIS Consult ist es möglich, aufgrund dieser Einordnung sowie der differenzierten Betrachtung der Ergebnisse auf Item-Basis, einen unternehmensspezifischen Maßnahmenplan zu erarbeiten.

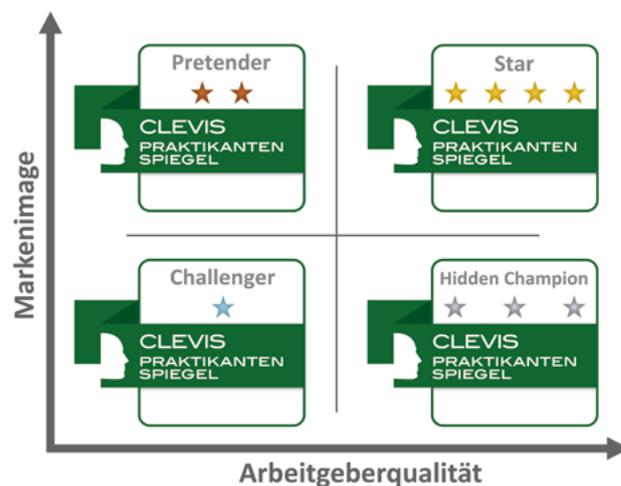


ABB. 34: SCHEMA DER CLEVIS EMPLOYER MATRIX

DIE CLEVIS EMPLOYER MATRIX: WO STEHT IHR UNTERNEHMEN?

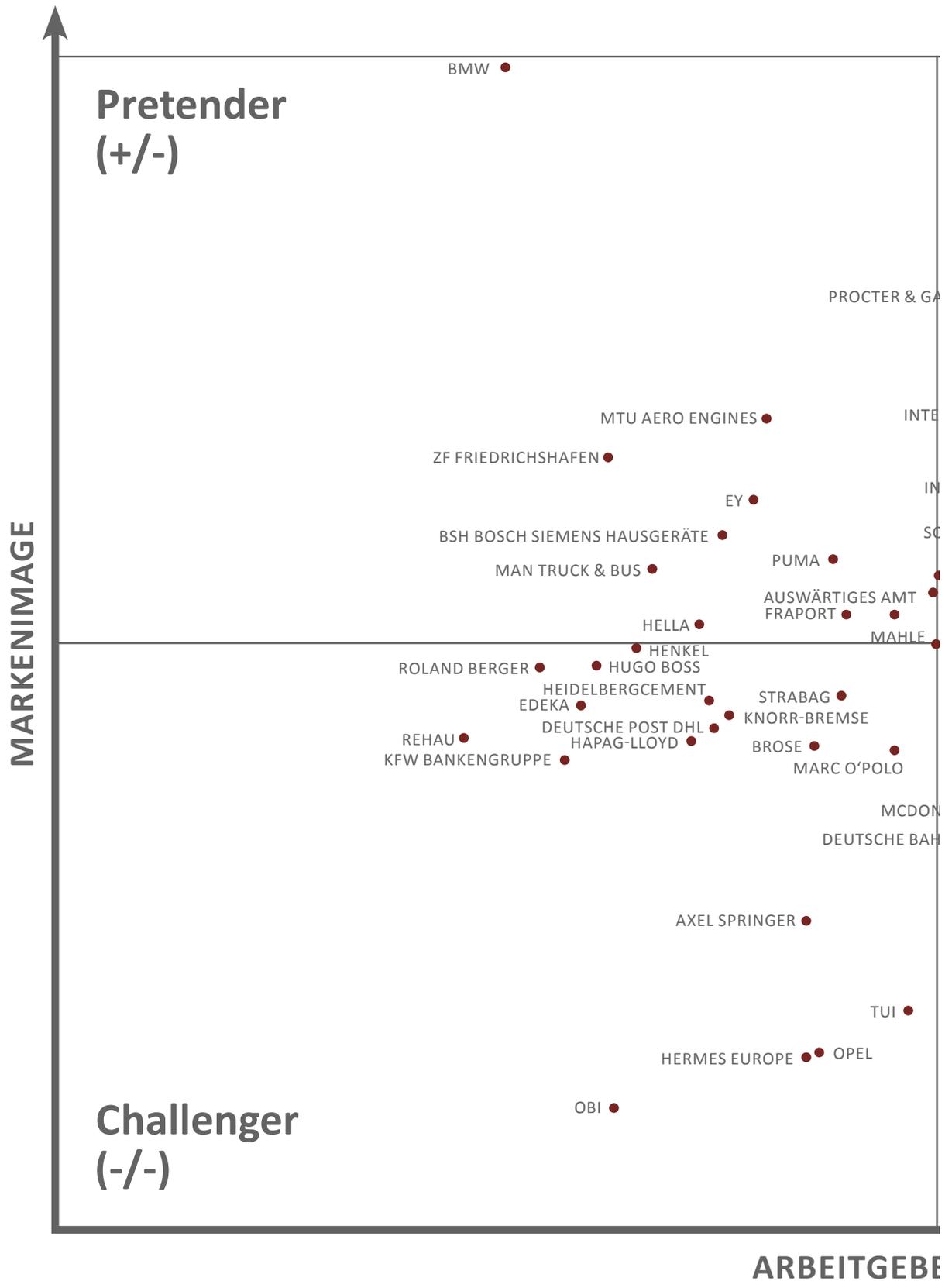
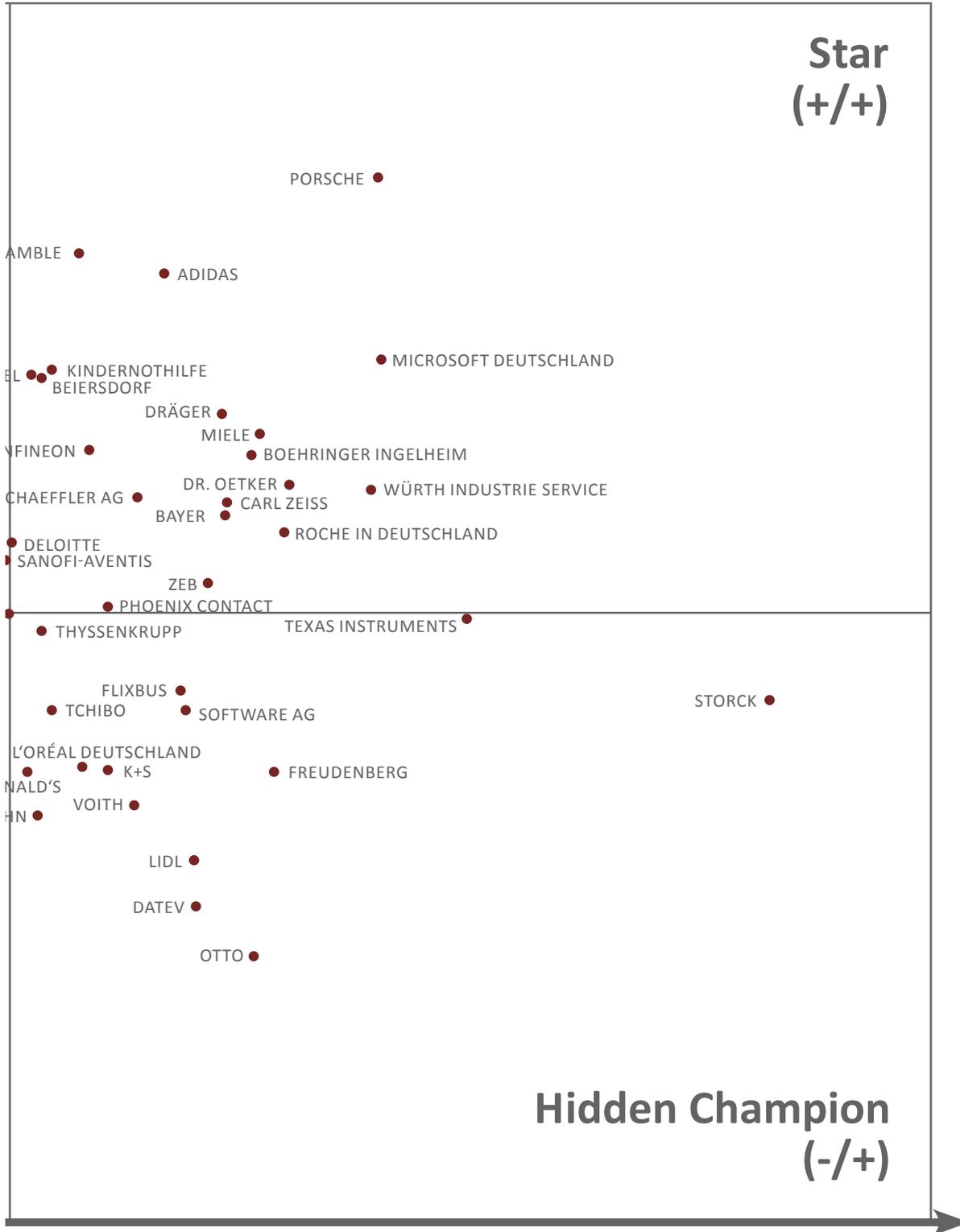


ABB. 35: CLEVIS EMPLOYER MATRIX 2018

**Star
(+ / +)**



ERQUALITÄT

DIE CLEVIS EMPLOYER MATRIX: WO STEHT IHR UNTERNEHMEN?

Arbeitgeberqualität

Die Arbeitgeberqualität liefert detaillierte Einblicke in interne Strukturen des Unternehmens. Praktikanten erleben das eigene Unternehmen in ihrer kurzen, aber intensiven Zeit häufig aus einer ganz anderen Sicht als Festangestellte. Die Bewertung des Arbeitgebers bezüglich verschiedenster Aspekte der Arbeit, gibt aufschlussreiches Feedback für Personal- und Führungsverantwortliche. Im CLEVIS Praktikantenspiegel wird diese Dimension durch mehr als 34 Fragen erfasst.

Dieses Jahr ist die durchschnittliche Zufriedenheit mit dem Arbeitgeber erstmals nach drei Jahren gesunken. Letztes Jahr waren es 88% und im Vergleich dazu dieses Jahr 82% zufriedene Praktikanten, dennoch bleibt die allgemeine Stimmung unter den Nachwuchstalente immer noch sehr positiv. Im Schnitt wurden die Arbeitgeber mit 5,71 (1= sehr unzufrieden; 7= sehr zufrieden) bewertet. Die TOP 3 der am besten bewerteten Unternehmen bilden Storck, Texas Instruments und Microsoft Deutschland. Innerhalb der verschiedenen vertretenen Branchen sind die Nachwuchstalente in der Branche Elektrotechnik und Feinmechanik am zufriedensten. Die Branche Luft & Raumfahrt landet auf dem letzten Platz.



TOP 10 - Arbeitgeber

Platz	Unternehmen	Ø
1	STORCK	6,65
2	TEXAS INSTRUMENTS	6,28
3	MICROSOFT DEUTSCHLAND	6,17
4	PORSCHE	6,17
5	WÜRTH INDUSTRIE SERVICE	6,16
6	DR. OETKER	6,06
7	ROCHE IN DEUTSCHLAND	6,06
8	FREUDENBERG	6,04
9	MIELE	6,03
10	OTTO	6,02
Durchschnitt		5,71

ABB. 37: TOP 10 ARBEITGEBERQUALITÄT INKLUSIVE ÄNDERUNG DER MITTELWERTE IM VERGLEICH ZUM LETZTEN JAHR

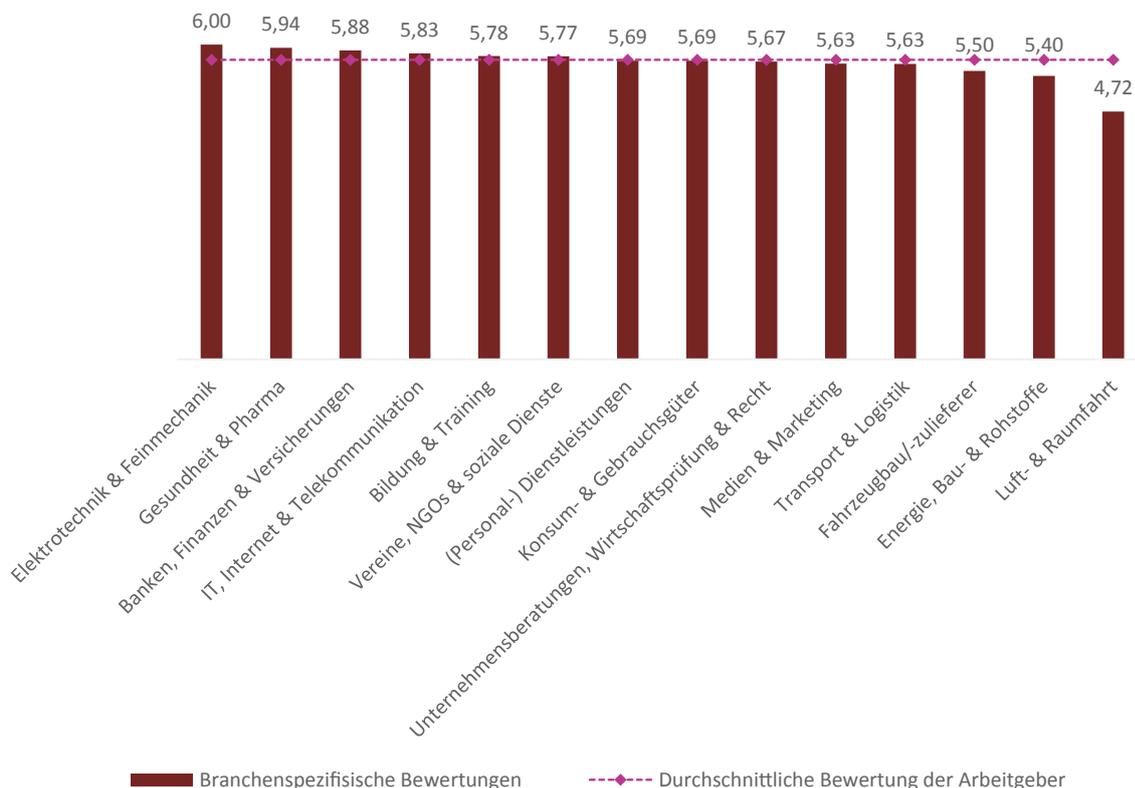


ABB. 36: ARBEITGEBERQUALITÄT IM BRANCHENVERGLEICH (BEWERTUNG AUF 7-PUNKT-LIKERT-SKALA)

DIE CLEVIS EMPLOYER MATRIX: WO STEHT IHR UNTERNEHMEN?

Arbeitgeberqualität

Die allgemeine Zufriedenheit während des Praktikums ist durch verschiedene Aspekte der Arbeit beeinflusst. Verschiedene Faktoren haben in unterschiedlicher Relevanz Einfluss auf die Arbeitszufriedenheit. Die Arbeitszeit hat kaum einen Einfluss auf die Bewertung. Vergütung, Arbeitsbedingungen und Teamklima wirken sich gering auf die Einschätzung aus. Aufgabengestaltung und Führung zeichnen sich dagegen durch einen deutlich stärkeren Einfluss aus. Ausschlaggebendster Faktor für die Arbeitszufriedenheit der Future Talents ist das Lernen. Da dies auch der am häufigsten genannte Grund für die Wahl des Arbeitgebers ist, ist es nicht überraschend, dass Praktikanten mit einer hohen Lernkurve, mit ihrem Arbeitgeber besonders zufrieden sind. Für Unternehmen lässt sich daraus die Handlungsimplication ableiten, in der inhaltlichen Gestaltung der Praktika besonders viel Wert auf das Lernpotential, die Führung und die Aufgabengestaltung innerhalb der Stelle zu legen, denn bei zufriedenen Praktikanten steigen die Chancen einer weiteren gemeinsamen Zusammenarbeit auch nach dem Praktikum und einer guten Reputation durch Ehemalige.



ABB. 38: EINFLUSSFAKTOREN AUF DIE ARBEITSZUFRIEDENHEIT

Für die junge Generation sind oftmals andere Aspekte eines Arbeitgebers attraktiv als für erfahrenere Arbeitnehmer. Über 25-Jährige Praktikanten schätzen die Arbeitsbelastung signifikant positiver ein als 25-Jährige und Jüngere. Die Aufgabengestaltung schätzen dagegen die jüngeren Studienteilnehmer positiver ein. Für Unterneh-

men gilt es demzufolge, darauf zu achten die Praktikanten durch Termindruck und Workload nicht zu überfordern. Die Aufgabengestaltung für ältere Praktikanten sollte an die bereits gesammelte Erfahrung angepasst werden.



ABB. 39: ERNEUTE BEWERBUNGSINTENTION

Eine deutliche Mehrheit der Future Talents würde sich erneut bei ihrem aktuellen Arbeitgeber bewerben. Unternehmen können sich diese Tatsache zu Nutze machen, indem sie ehemalige Praktikanten in den Bewerberpool für zukünftige Stellen mitaufnehmen. Die Intention zurückzukehren hängt nur sehr gering mit der Angemessenheit der Vergütung zusammen. Dahingegen zeigen sich Korrelationen zwischen der erneuten Bewerbungsintention und der Bewertung der Arbeitgeberqualität, sowie der Bewertung der Lerneffekte und der Aufgabengestaltung. Es wird deutlich, dass die oben angesprochenen Faktoren nicht nur essentiell für die temporäre Zufriedenheit sind, sondern damit auch der Grundstein für eine langfristige Talentbindung gelegt werden kann. Praktikanten, welche in ihrem Praktikum ausreichend Erfahrung sammeln konnten und viel gelernt haben, bewerben sich eher wieder auf eine Stelle bei ihrem ehemaligen Arbeitgeber.

CLEVIS PRAKTIKANTENSPIEGEL 2018

DIE CLEVIS EMPLOYER MATRIX: WO STEHT IHR UNTERNEHMEN?

Unternehmen mit besonderen Arbeitgeberqualitäten



Kategorie: Allgemeine Arbeitgeberqualität
Sieger: Storck

Kategorie: Coaching
Sieger: Texas Instruments



Kategorie: Aufsteiger des Jahres
Sieger: Auswärtiges Amt

Kategorie: Arbeitsatmosphäre
Sieger: Texas Instruments



Kategorie: Work-Life-Balance
Sieger: Dräger

Kategorie: Diversity Management
Sieger: Hapag-Lloyd



Kategorie: Lernen
Sieger: Texas Instruments

ABB. 40: KATEGORIESIEGER-UNTERNEHMEN

CLEVIS PRAKTIKANTENSPIEGEL 2018

DIE CLEVIS EMPLOYER MATRIX: WO STEHT IHR UNTERNEHMEN?

Markenimage

Das Markenimage beschreibt die Außenwahrnehmung von Unternehmen und bildet die zweite Achse der CLEVIS Employer Matrix ab. Mit einem Schnitt von 4,34 wird das Image der Unternehmen von externen Praktikanten deutlich schlechter bewertet als die interne Arbeitgeberqualität mit einem Schnitt von 5,71. Das Markenimage kann sich entscheidend auf die Wahl eines Arbeitgebers auswirken, denn je besser das Markenimage eingeschätzt wird, desto eher erscheint auch der Arbeitgeber als attraktiv.

Unternehmen der Branche Fahrzeugbau können sich – trotz negativen medialer Berichten über die Abgasaffäre etc. – großer Beliebtheit erfreuen. Die TOP 3 des Markenimages belegen BMW, Porsche und Audi. Daimler landet auf Platz 7 und Volkswagen auf Platz 10. Die restlichen

Ränge der TOP 10 werden von bekannten, großen Firmen belegt. Ein eher schlechtes Markenimage haben Banken. Drei große, deutsche Banken finden sich in den hintersten Rängen der Markenimagebewertung. Auf den letzten Plätzen lassen sich vorwiegend Firmen mit Produkten aus den Low-Interest-Bereichen finden. Dass ein schlechtes Markenimage jedoch kein guter Indikator für die tatsächliche Arbeitgeberqualität ist, zeigt die CLEVIS Employer Matrix. Insgesamt 15 Unternehmen, welche unterdurchschnittlich in ihrem Markenimage bewertet wurden, erhielten von ihren internen Praktikanten überdurchschnittliche Bewertungen bezüglich der Arbeitgeberqualität. Vier von zehn der TOP Arbeitgeber des CLEVIS Praktikantenspiegels 2018 schneiden in ihrer Außenbewertung unterdurchschnittlich ab: Storck, Texas Instruments, Freudenberg und OTTO.

 TOP 10 - Markenimage		
Platz	Unternehmen	Ø
1	BMW	5,62 
2	PORSCHE	5,27 
3	AUDI	5,22 
4	PROCTER & GAMBLE	5,10 
5	ADIDAS	5,06 
6	SAP	5,05 
7	DAIMLER	5,03 
8	SIEMENS	5,02 
9	BOSCH	4,99 
10	VOLKSWAGEN	4,93 
	Durchschnitt	4,34

 BOTTOM 10 - Markenimage		
Platz	Unternehmen	Ø*
1	COMDIRECT BANK	3,01 
2	E.ON	3,22 
3	OBI	3,27 
4	COMMERZBANK	3,27 
5	HERMES EUROPE	3,38 
6	OPEL	3,39 
7	TUI	3,48 
8	OTTO	3,57 
9	PEEK & CLOPPENBURG (DUESSELDORF)	3,60 
10	DEUTSCHE BANK	3,60 
	Durchschnitt	4,34

ABB. 41: BOTTOM 10 UND TOP 10 MARKENIMAGE INKLUSIVE ÄNDERUNG DER MITTELWERTE IM VERGLEICH ZUM LETZTEN JAHR

DIE CLEVIS EMPLOYER MATRIX: WO STEHT IHR UNTERNEHMEN?

Employer Branding

Die Arbeitgebermarke beschreibt, wie ein Unternehmen im Arbeitsmarkt als Arbeitgeber wahrgenommen wird. Employer Branding steht für die Anwendung des Konzeptes der Markenbildung auf die Außenwirkung als Arbeitgeber. Das bedeutet im CLEVIS Praktikantenspiegel haben Future Talents bewertet, wie sie Unternehmen aus externer Sicht als Arbeitgeber einschätzen würden. Auch hier liegen die großen Autohersteller an der Spitze. Anhand der Employer Branding TOP 10 sieht man, welchen Unternehmen es gelingt ihre Außenwahrnehmung zu nutzen, um die Attraktivität als Arbeitgeber zu steigern. Dies kann ein entscheidender Faktor bei der Generierung von Nachwuchstalenten sein. Je attraktiver ein Arbeitgeber im Vorhinein bewertet wird, desto mehr Bewerber werden sich dort bewerben wollen. Ähnlich wie die Arbeitgeberzufriedenheit, wird auch das Employer Branding von verschiedenen Faktoren beeinflusst. Neben dem Markenimage spielen Einschätzungen bezüglich der Entwicklungschancen und der Authentizität eine tragende Rolle für ein gelungenes Employer Branding. Auch das vermutete Arbeitsumfeld, welches Firmen durch ihren Außenauftritt vermitteln, wirkt sich auf das Employer Branding aus. Die geschätzte Vergütung und die übernommene soziale Verantwortung im Unternehmen sind weniger einflussreich auf die Arbeitgebermarke. Die Beurteilung der potentiellen Jobsicherheit hat keinen signifikanten Einfluss.

TOP 10 – Employer Branding		
Platz	Unternehmen	Anzahl Nennungen
1	PORSCHE	5,39
2	BMW	5,35
3	DAIMLER	5,20
4	AUDI	5,07
5	BOSCH	4,98
6	SIEMENS	4,95
7	SAP	4,93
8	BOEHRINGER INGELHEIM	4,85
9	JUNGHEINRICH	4,84
10	MTU AERO ENGINES	4,78
Durchschnitt		4,10

ABB. 43: TOP 10 EMPLOYER BRANDING INKLUSIVE ÄNDERUNG DER MITTELWERTE IM VERGLEICH ZUM LETZTEN JAHR



ABB. 42: EINFLUSSFAKTOREN AUF EMPLOYER BRANDING NACH RELEVANZ



DAS CLEVIS UNTERNEHMENSBAROMETER

Praktikantenmangel in Deutschland?

Obwohl die Anzahl der Hochschulabsolventen und die Nachfrage nach Praktika stetig zunehmen, klagen viele Unternehmen über einen nicht ausreichend gefüllten Bewerberpool. Nachdem der CLEVIS Praktikantenspiegel die Stimmung unter den Future Talents aufgezeigt hat, liefert das CLEVIS Unternehmensbarometer einen Einblick in die Sicht der Arbeitgeber. Das CLEVIS Unternehmensbarometer erhebt aktuelle Meinungen der Arbeitgeber bezüglich Praktikantenmangel, Recruiting und internen Praktikantenprozessen. Unternehmen wurden gefragt, wie die Auswahl von Praktikanten im Bewerbungsprozess aussieht, welche Anforderungen an die Bewerber gestellt werden, warum Praktika angeboten werden und wo Verbesserungsbedarf besteht. Somit werden die Hintergründe und vorgeschalteten Prozesse eines Praktikums beleuchtet. Unternehmen aus unterschiedlichen Branchen und mit unterschiedlicher Größe wurden befragt. Vorwiegend kamen die Personalverantwortlichen der Firmen aus den Branchen Konsum- & Gebrauchsgüter, Baugewerbe, Elektrotechnik/Feinmechanik, Energie, Bau- & Rohstoffe sowie Gesundheit & Pharma. Die Unternehmen beschäftigen von 100 bis hin zu 10.000 Mitarbeiter.

PRAKTIKANTENMANGEL? NEIN, ABER...

Erfreulicherweise bestätigt sich die Sorge um ausbleibende Praktikantenbewerber laut Umfrage kaum. Nur 31,6% der befragten Unternehmen stimmen einem tatsächlichen Praktikantenmangel zu. Die Befürworter eines Mangels sehen die Gründe für das Fehlen geeigneter Kandidaten in verschiedenen Ursachen. Zum einen sorgt ein steigender Bedarf an Nachwuchstalenten dafür, dass Stellen nicht schnell genug besetzt werden. Dazu sorgt die Konkurrenz mit anderen Arbeitgebern auch für einen härteren Kampf um Talente. Als ausschlaggebende Gründe werden außerdem mangelnde Qualität der Bewerbungen und das nicht ausreichende Erfüllen der Anforderungen genannt. So liegen die Gründe für mögliche Vakanzen sowohl auf Seiten des Arbeitgebers, als auch auf der der Praktikanten.

Wie auch das CLEVIS Unternehmensbarometer im vergangenen Jahr bereits zeigte, liegt das Problem nicht ausreichender Bewerberzahlen unter anderem an gestiegenen Ansprüchen an die Bewerber. Die übertragene Verantwortung an Praktikanten ist gewachsen und es wird in Firmen zunehmend auf die Unterstützung von Studierenden vertraut. Doch mit wachsender Verantwortung während des Praktikums, steigen auch die Anforderungen an die Bewerber. Dabei wird im Bewerbungsprozess oft vergessen, dass die zukünftigen Praktikanten erst am Anfang ihres Berufslebens stehen und sich noch fachlich und persönlich weiterentwickeln müssen. Auf der anderen Seite weisen die Bewerbungen der Studierenden oft gravierende Mängel auf, obwohl Tipps zur Gestaltung von Lebensläufen und Bewerbungen leicht verfügbar sind. Um dem Praktikantenmangel in Zukunft zu begegnen ist es wichtig, den Bewerbungsprozess auf beiden Seiten zu optimieren. Unternehmen sollten nicht kompromisslos nach dem perfekten Kandidaten suchen. Beispielsweise bieten Bewerbertrainings Firmen die Möglichkeit, Kandidaten fernab des Bewerbungsverfahrens kennenzulernen. Außerdem sollten Bildungsinstitute mehr auf Bewerbungsprozesse vorbereiten und begleitendes Coaching für Berufsanfänger fördern.

68% DER ARBEITGEBER SIND ZUFRIEDEN MIT DER ANZAHL DER BEWERBUNGEN.

Es zeichnet sich dennoch ein sehr positives Bild ab. Die allgemeine Zufriedenheit mit der Anzahl der Bewerbungen auf Praktikumsstellen dieses Jahr ist leicht gestiegen. Lag die durchschnittliche Bewertung letztes Jahr noch bei 4,7 so zeigte sich dieses Jahr ein Schnitt von 4,9 (1=gar nicht zufrieden, 7=sehr zufrieden). Außerdem ist die Zufriedenheit mit der Qualität der Bewerbungen von 4,2 auf 4,4 gestiegen. Schwierigkeiten eine Stelle zu besetzen haben sich mit 37% im Vergleich zum vergangenen Jahr im Schnitt kaum verändert. Dennoch ist es fraglich warum mehr als ein Drittel der Unternehmen Schwierigkeiten haben die Vakanzen in ihren Praktikumsstellen zu füllen.



ABB. 44: ZUFRIEDENHEIT MIT DER QUALITÄT DER BEWERBUNGEN

DAS CLEVIS UNTERNEHMENSBAROMETER

Praktikantenmangel in Deutschland?

DOCH RUND 37% HABEN MITTLERE BIS GROSSE SCHWIERIGKEITEN IHRE STELLEN ZU BESETZEN.

Woran liegt das? Ist die Anzahl an Bewerbungen zufriedenstellend und bleiben die Stellen dennoch unbesetzt, so müssen sich die Verantwortlichen fragen, was schief läuft. Unternehmen animieren wohl nicht die richtigen Leute zu einer Bewerbung und die Bewerber scheinen nicht passend für die ausgeschriebene Stelle zu sein. Dies kann beispielsweise an einer irreführenden Stellenanzeige liegen. Andererseits sollten die HR-Verantwortlichen und Recruiter gleichzeitig ihre Anforderungen an die Kandidaten überdenken. Möglicherweise sind diese zu streng gefasst, sodass es trotz ausreichender Bewerbungen zu keiner Einstellung kommt.

„DIE EINFÜHRUNG DES MINDESTLOHNGESETZES HAT ZU EINSCHNEIDENDEN VERÄNDERUNGEN IM PRAKTIKANTENBEREICH GEFÜHRT.“

In der Diskussion über Praktikanten kommt seit einigen Jahren auch bei Unternehmen immer wieder ein Thema auf: Die Einführung des Mindestlohngesetzes für Praktikanten. Dieser Umstand bringt nicht nur Positives son-

dern scheinbar hat dies das Anbieten von Praktikumsplätzen erheblich beeinflusst. Zwar führte der Mindestlohn zu einem deutlichen Anstieg des Durchschnittsgehaltes für Praktikanten doch sind dadurch auch steigende Kosten auf Seiten der Arbeitgeber zu verbuchen. Es kommt zu monetären Umstrukturierungen innerhalb der Betriebe, wobei nicht nur Praktikumsplätze, sondern auch Zusatzleistungen für Praktikanten eingebüßt werden müssen. Zudem ist aufgrund des Mindestlohnes ein bezahltes Praktikum für Bewerber kein Alleinstellungsmerkmal mehr, sodass es für Unternehmen immer schwieriger wird, sich im War for Talents von Mitstreitern abzuheben. Meist wird nicht eine Bezahlung der Praktikanten in Frage gestellt, sondern ein separater Mindestlohn für Praktikanten inklusive Untergrenze wird vorgeschlagen.

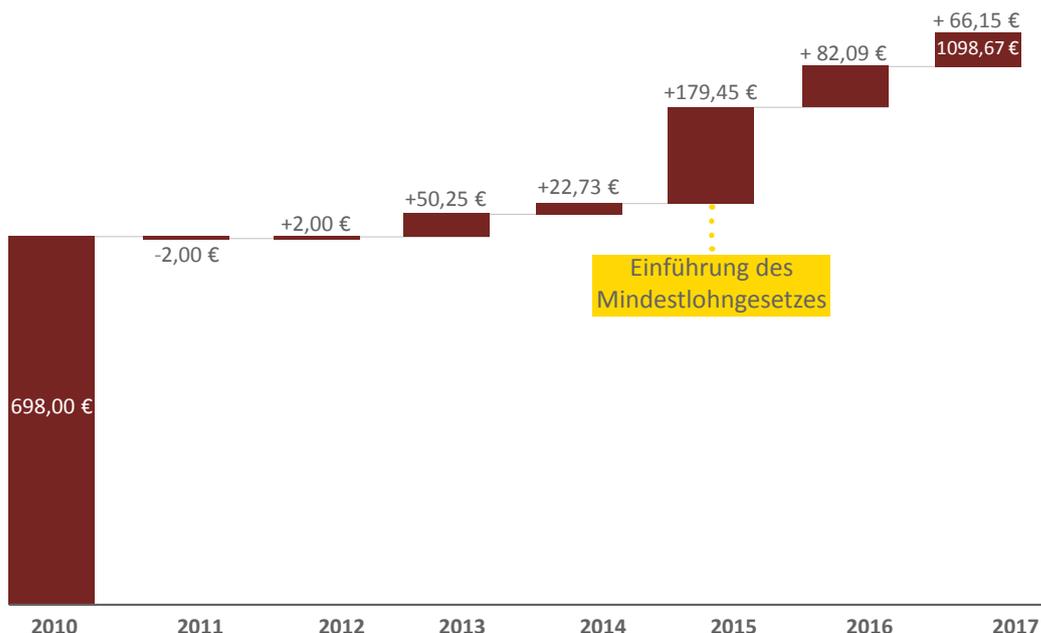


ABB. 45: DIE EINFÜHRUNG DES MINDESTLOHNES FÜHRTE ZU EINEM STARKEN ANSTIEG DES DURCHSCHNITTSGEHALTES FÜR PRAKTIKANTEN

Die Wunsch-Praktikanten: Wie sie aussehen und wo man sie finden kann

Ob der Fachkräftemangel tatsächlich existiert oder doch nur ein Mythos ist, wird sich in den nächsten Jahren zeigen. Doch auf die Gefahr hin, dass es zu einem deutlichen Rückgang an Fachkräften kommt und um in Zeiten der Digitalisierung ausreichend *Digital Natives* und *Digital Innates* zu rekrutieren, muss die Suche nach dem Wunsch-Kandidaten überdacht werden.

Die Anforderungen an Praktikanten sind nicht gering. Da sie trotz befristeten Aufenthalts im Unternehmen häufig viel Verantwortung tragen dürfen, wird hier stark selektiert. Rund 74% der Befragten gaben als eine der TOP 3 Anforderungen an Praktikanten die Motivation der Kandidaten an. Mit knapp 58% liegen die sozialen Kompetenzen auf Platz zwei. Einen für die Stelle passenden Studiengang zu haben ist für 37% der Personaler eine entscheidende Anforderung und liegt somit auf Platz drei. Interesse an relevanten Themen, Teamfähigkeit, gute Studienleistungen und einschlägige Praxiserfahrung werden ebenfalls genannt.

per tag kann hier als nützliches Instrument dienen, um zu klären, ob es auf beiden Seiten passen könnte. Recruiter sollten nicht nach dem perfekten Lebenslauf suchen sondern vielmehr auch nicht 100% passenden Kandidaten eine Chance zum persönlichen Kennenlernen geben.

Der Auswahlprozess zeigt jedoch Gegenteiliges. 79% der befragten Recruiter achten bei der Bewerbung besonders auf den Lebenslauf. Auch Motivationsschreiben und praktische Erfahrung sind besonders wichtig bei potentiellen Kandidaten. Nur 16% schätzen Arbeitsproben als Auswahlhilfe. Nach der Vorselektion, wird das klassische Vorstellungsgespräch als Auswahlverfahren von potentiellen Kandidaten am häufigsten genutzt. Gefolgt vom Telefon- und/oder Video-Interview.

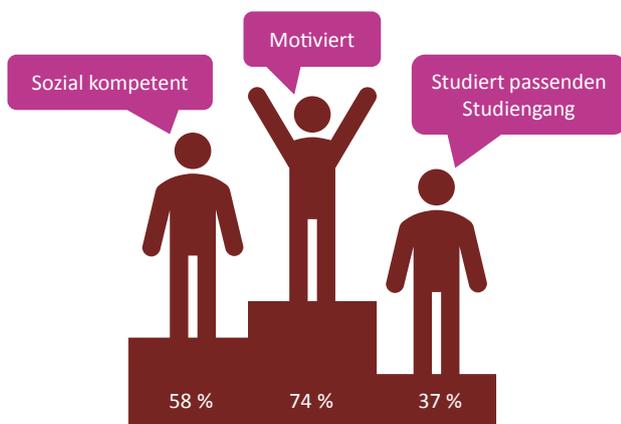


ABB. 46: TOP 3 WUNSCHANFORDERUNG AN BEWERBER

Ausreichende Motivation und soziale Kompetenz können die jungen, meist unerfahrenen Talente im Bewerbungsgespräch nicht immer beweisen. Auch dass ein 22-Jähriger Student noch keine Berufserfahrung vorweisen kann, scheint in akademischen Berufen Regelfall zu sein. Im Auswahlprozess sollte dabei nicht vergessen werden, dass der Praktikant in das Unternehmen kommt, um in diesem zu wachsen und zu lernen. Es ist wichtig, den Future Talents auch bei einem nicht 100% optimalen Lebenslauf oder Bewerbungsgespräch eine Chance zu geben. Ein Schnup-

DAS CLEVIS UNTERNEHMENSBAROMETER

Die Wunsch-Praktikanten: Wie sie aussehen und wo man sie finden kann

BEREITS ÜBER 37% DER UNTERNEHMEN NUTZEN SOZIALE MEDIEN ALS RECRUITINGKANAL.

Die Digitalisierung ist längst auch im Bereich des Recruitings angekommen. Die Mehrheit der Unternehmen hat ihre Auswahlprozesse bereits digitalisiert. 63% der befragten Unternehmen nutzen eine Bewerbermanagement-Software. Neben den üblichen Recruitingmaßnahmen, greift der Großteil der Befragten zusätzlich auf Kooperationen mit Universitäten zurück. Auf Jobmessen und Karriereevents ist es einfach mit Studierenden ins Gespräch zu kommen, sich als attraktiver Arbeitgeber darzustellen und seine Praktika zu bewerben. Stellenportale (63%) und berufliche Plattformen (53%) werden ebenfalls gerne für die Rekrutierung genutzt. HR hat den digitalen Wandel verstanden hat. Nur knapp 11% nutzen noch Zeitungsannoncen für Stellenanzeigen. Bereits 37% der befragten Unternehmen greifen im Recruiting bereits auf soziale Medien wie Facebook und Instagram zurück. Es ist erfolgversprechend, die Future Talents dort abzuholen wo sie viel Zeit verbringen. Nicht nur die Selbstdarstellung ist auf derartigen Plattformen leicht. Auch Arbeitgeber kön-



ABB. 48: NUTZUNG BEWERBERMANAGEMENTSOFTWARE

nen sich mit einfachen Mitteln gut präsentieren, direkten Kontakt mit Interessenten halten und mit wenig finanziellem Aufwand größere Reichweite erlangen. Auch die eigene Marke lässt sich durch Social Media Kampagnen bei den Generationen Y und Z besonders gut stärken.



CLEVIS Praktikantenspiegel hat Personaler gefragt:
Was ist für Sie bei der Bewerbung eines potentiellen Praktikanten besonders wichtig?

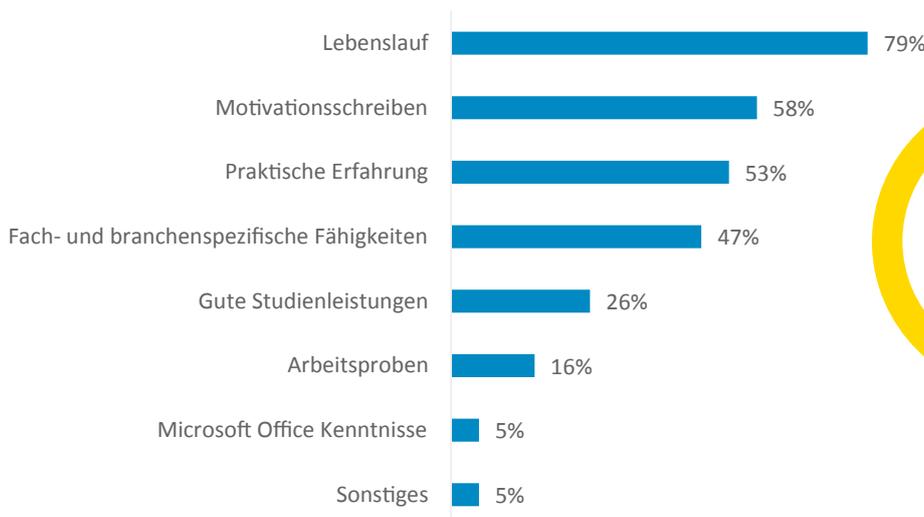


ABB. 47: AUSWAHLVERFAHREN BEI PRAKTIKANTEN

DAS CLEVIS UNTERNEHMENSBAROMETER

Unternehmen im War for Talents

Viele Unternehmen wollen den Studierenden mittels Praktika die Möglichkeit geben, einen Einblick in das Berufsleben zu erhalten. Praktikanten sind außerdem eine gewinnbringende Arbeitskraft und hilfreiche Unterstützung für das Team. Knapp 63% der Befragten wünschen sich durch die Future Talents neue Sichtweisen und Innovation im Unternehmen. Praktika werden ebenfalls häufig als Marketinginstrument genutzt und können dem Employer Branding dienlich sein.

Warum bieten Unternehmen Praktika an?		
1	Mitarbeitergewinnung & Nachwuchssicherung	94%
2	Berufseinblick für Studierende bieten	90%
3	Unterstützung für bestehende Mitarbeiter	74%
4	Neue Sichtweisen & Innovation durch die junge Generation	63%
5	Steigerung von Reputation der Unternehmensmarke	42%
6	Employer Branding	32%
7	Gewinnbringende Arbeitskraft	32%

ABB. 49: NUTZEN VON PRAKTIKA AUS UNTERNEHMENSICHT

94% der befragten Unternehmen sehen das Anbieten von Praktika als Mitarbeitergewinnung und Nachwuchssicherung an. Die Rekrutierung von Alumni ist nicht nur ressourcensparend, sondern ist auch das Onboarding auf diese Weise schneller und der Fit ins Unternehmen bereits gegeben. Auch bei akutem Personalbedarf kann man auf Alumni zurückgreifen und um Unterstützung als Werkstudenten oder Aushilfen bitten, ohne Qualitätseinbußen zu Lasten des Unternehmens. Durch das Praktikum kennen Personaler die Future Talents bereits, wissen worin sie gut sind und können diese dann optimal einsetzen.

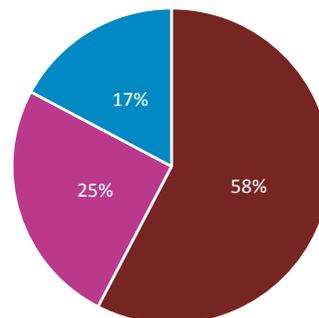


... der Befragten sehen Praktika als Mittel der Mitarbeitergewinnung und Nachwuchssicherung an.

ABB. 50: PRAKTIKA ALS NACHWUCHSGEWINNUNG

VERBESSERUNGSBEDARF BESTEHT VOR ALLEM IM NACHGANG ZUM PRAKTIKUM.

Im CLEVIS Unternehmensbarometer, in welchem Personaler auch nach Verbesserungsbedarfen in Praktikaprozessen gefragt worden sind, waren Meinungen wie „besseres Bindungsprogramm“, „Praktikantenbindung“, „keine festen Ansprechpartner für nachträgliche Betreuung“ häufig zu hören. Knapp 18% der Befragten gaben an, durchschnittlich nur bis zu 10% der Praktikanten zu übernehmen. Nur 23% übernehmen tatsächlich über 50% der ehemaligen Praktikanten. Sicherlich ist nicht jeder Praktikant für eine weitere Anstellung geeignet, dennoch wachsen Praktikant und Unternehmen in der gemeinsamen Zeit häufig zusammen und lernen voneinander. Die Wahrscheinlichkeit eines Fits steigt.



- Ja, ich habe noch beruflichen (und privaten) Kontakt zum Unternehmen
- Ja, ich habe nur noch privaten Kontakt zum Unternehmen
- Nein, ich habe gar keinen Kontakt mehr zum Unternehmen

ABB. 51: KONTAKTHALTUNG

Der Wille zur Kontakthaltung ist auf beiden Seiten gegeben. 58% der im CLEVIS Praktikantenspiegel befragten Teilnehmer gaben an, beruflichen und privaten Kontakt im Nachgang zu haben. 25% halten rein privaten Kontakt zu einzelnen Mitarbeitern. Bei 17% bricht der Kontakt nach dem Praktikum komplett ab. Betrachtet man nun innerhalb derer, die sowohl beruflichen als auch privaten Kontakt halten, die spezifischen Bindungsarten, sieht man Folgendes: Die Kontakthaltung fällt vorwiegend informell aus. Über soziale Netzwerke verliert man sich privat nicht aus den Augen. Doch nur 17% der Praktikanten sind im Nachgang über ein Alumni-Netzwerk mit ihrem ehemaligen Arbeitgeber verbunden.

DAS CLEVIS UNTERNEHMENSBAROMETER

Unternehmen im War for Talents

KOSTENERSPARNIS DURCH NACHWUCHSGEWINNUNG ÜBER ALUMNI-NETZWERK

Es zeichnet sich das Bild ab, dass wenige Ressourcen investiert werden, um die gewünschte Nachwuchsgewinnung mittels Alumni-Programmen dauerhaft zu sichern. Dabei können durch diese Art von Netzwerknutzung, sowohl im Recruiting selbst als auch im Onboarding des Mitarbeiters, Zeit und Geld gespart werden. Infos über offene Stellen, Einladungen zu Firmenevents und Neuigkeiten aus den Unternehmen halten die Ehemaligen auf dem Laufenden und schaffen eine langfristige Bindung – ohne großen Kosteneinsatz.

Die Generierung von Alumni ist nicht nur für große Konzerne und Marktführer effizient. Auch für mittelständische Arbeitgeber kann das Recruiting über das Netzwerk kostensparend sein, wenn es sich leicht umsetzen lässt und nicht von großen Prozessen abhängig ist. Es muss nicht zwangsläufig ein aufwendiges Bindungsprogramm mit zahlreichen Maßnahmen der Karriereförderung aufgeföhren werden. Oft reicht es schon aus, wenn die Kon-

takthaltung systematisch geführt und das Netzwerk regelmäßig gepflegt wird. Die Praktikantenbindung hat einen hohen Return-on-Invest. Schon bereits vor dem ersten Arbeitstag kann ein Einsparungspotential von bis zu 70% bestehen. Externe Personalbeschaffungskosten für Stellenanzeigen oder Reisekostenerstattungen für die Bewerber fallen weg. Zwar kann auf das Vorstellungsgespräch nicht gänzlich verzichtet werden, doch auch interne Kosten für das Bewerberscreening, das Vorstellungsgespräch und die Auswahl des geeigneten Kandidaten können sich minimieren, indem die Prozesse verschlankt und vereinfacht werden.

Ziel von Praktikantenbindungsprogrammen ist die Aufnahme von Kontaktdaten, Daten zum Studienverlauf und voraussichtlichem Studienende, sowie Merkmale, die für das Matching mit unbesetzten Stellen notwendig sind, im Talentpool. Die Future Talents sollen aber nicht nur in einer Datenbank getrackt, sondern darüber hinaus auch emotional an das Unternehmen gebunden werden. Dies geschieht in der Regel durch den Versand von Newslettern, die Einladung zu Soft Skill-Seminaren mit Bezug zum Arbeitsumfeld oder die Bereitstellung finanzieller Fördermittel.

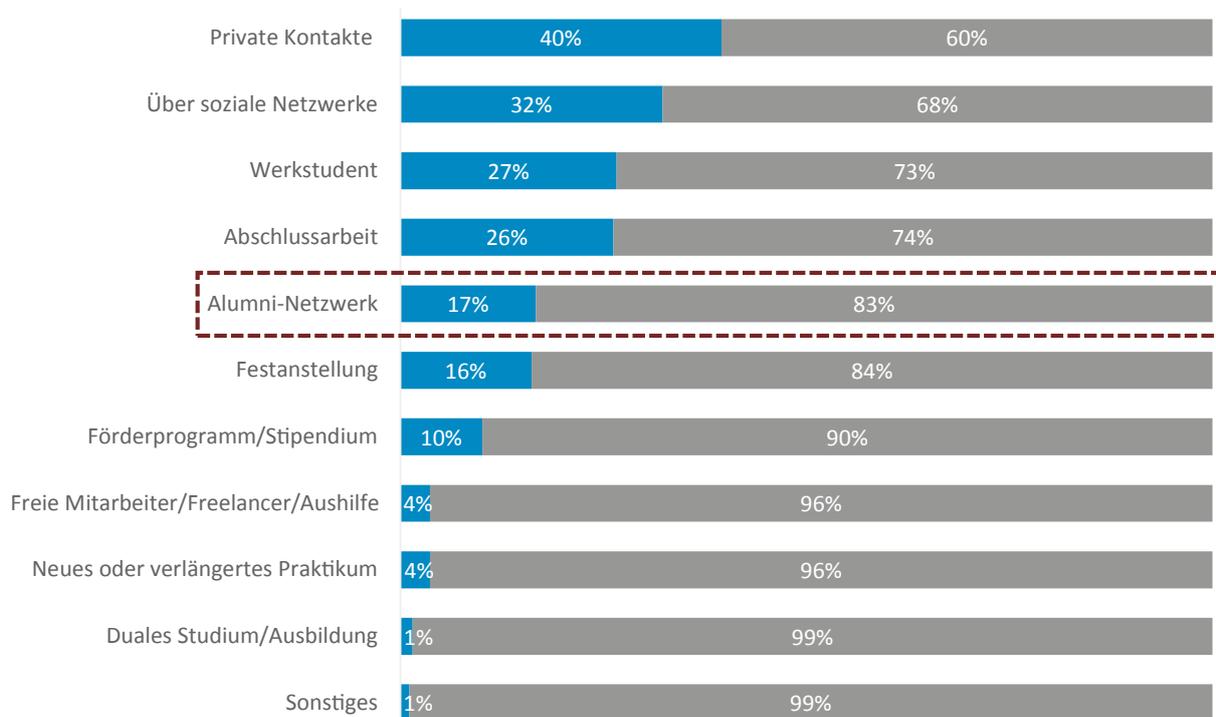


ABB. 52: ART DER KONTAKTHALTUNG NACH DEM PRAKTIKUM

Unternehmen im War for Talents

CFO asks CEO:

„What happens if we invest in developing our people and then they leave us?“

CEO:

„What happens if we don't, and they stay?“



DAS CLEVIS UNTERNEHMENSBAROMETER

Unternehmen im War for Talents

WENN ES EINMAL GEPASST HAT, WARUM NICHT AUCH EIN ZWEITES MAL?

Neben den Einsparungen im Recruiting-Prozess können Unternehmen auch von weiteren Vorteilen durch die Einstellung von Praktikanten profitieren. Wird ein ehemaliger Praktikant nach Beendigung des Studiums im Unternehmen angestellt, ist das Trennungsrisiko im ersten Jahr deutlich niedriger als bei Mitarbeitern, die über einen externen Recruiting-Kanal auf das Unternehmen aufmerksam geworden sind. Die Erwartungen beider Seiten sind von vornherein klar. Der Cultural Fit ist gegeben, dadurch dass Werte und Normen des Arbeitgebers bekannt sind. Der ehemalige Praktikant kann seinen zukünftigen Arbeitsalltag realistischer einschätzen, da er bestenfalls sein Arbeitsumfeld oder seine konkreten Aufgaben kennt.

Sicherlich sollte der Ressourcenaufwand nicht unterschätzt werden. Das Pflegen von Netzwerken stellt auch einen nicht zu unterschätzenden Zeitkostenfaktor dar. Bestenfalls wird der Kontakt über einen speziellen Kanal gehalten, die Alumni-Praktikanten über offene Stellen informiert und ein Ansprechpartner wird zur Verfügung gestellt. Prozesse müssen gesteuert und koordiniert werden. Sollten zusätzlich noch Alumni-Events oder Ähnliches angeboten werden, muss mit zusätzlichen Kosten gerechnet werden. Dennoch sollte der bereits bestehende Recruiting-Kanal nicht ungenutzt bleiben, da die Kosten-Nutzen-Rechnung immer zugunsten des Bindungsprogrammes ausfallen wird. Customer Relationship Management ist bereits in den meisten Unternehmen Standard, in den Prozessen des Talents Relationship Management besteht jedoch häufig Handlungsbedarf. Wer Future Talents langfristig binden und nutzen kann, profitiert von vielen Vorteilen, die sich auf den Kunden übertragen können oder monetarisieren lassen.

Der CLEVIS Praktikantenspiegel zeigt, dass sich die Daten im Vergleich zu den letzten Jahren nicht stark geändert haben und die Mehrheit der Praktikanten durchweg zufrieden ist. Trotzdem wird immer mehr über einen Fachkräftemangel geklagt. Nur die wenigsten Unternehmen nutzen die Möglichkeit des Recruitings innerhalb des Alumninetzwerkes. Der bereits vorhandene Talentepool sollte systematischer an das Unternehmen gebunden und mehr als Recruitingkanal genutzt werden.



CLEVIS PRAKTIKANTENSPIEGEL 2018

NEHMEN SIE TEIL!

Sie möchten auch Teil des CLEVIS Praktikantenspiegels werden?

Zeigen Sie Ihren Praktikanten, dass Ihnen ihre Meinung wichtig ist und positionieren Sie sich in unserer CLEVIS Employer Matrix.

Dadurch können Sie Ihre Stärken hervorheben und eventuelle Handlungsimplicationen ableiten.

Die Teilnahme ist kostenlos und mit wenig Aufwand verbunden.

Für weitere Informationen kommen Sie gerne auf uns zu oder besuchen Sie unsere Homepage:

www.praktikantenspiegel.de

Weitere Informationen rund um den CLEVIS Praktikantenspiegel sowie News zum Thema Praktika

finden Sie außerdem auf unserer Facebookseite unter:

www.facebook.com/Praktikantenspiegel

ÜBER UNS: CLEVIS GMBH

Wir digitalisieren Ihre HR.

CLEVIS Consult ist eine Unternehmensberatung, die spezialisiert ist auf Leistungen im strategischen und digitalen Personalmanagement. Wir beraten Sie in allen Herausforderungen im Personalumfeld. Dabei bieten wir fundierte HR-Expertise sowie ein ganzheitliches HR-IT-Projektmanagement. Gemeinsam optimieren wir mit Ihnen Ihre HR-Prozesse durch strategische Beratung und passenden IT-Tools. CLEVIS Consult schafft die Voraussetzungen, dass Sie Ihre Mitarbeiterpotentiale voll ausschöpfen und sich neue Wettbewerbsvorteile schaffen können.

Wir verfügen über jahrelange Erfahrung und einen nachweisbaren Track Record bei der Projektierung, Implementierung und dem Betrieb von Personalprozessen und der zugehörigen IT. In den vergangenen fünf Jahren hat CLEVIS Consult über 150 erfolgreiche Projekte im Themenbereich (digitaler) Personalarbeit in über 60 Ländern absolviert. Die zusätzliche Kenntnis der HR-Softwareanbieter macht CLEVIS zu einem verlässlichen und unabhängigen Partner bei der Systemauswahl. Unsere Beraterinnen und Berater erhalten hierbei stets beste Noten unserer Kunden und sind neben der jahrelangen Expertise aus zahlreichen Projekten selbstverständlich auch vollumfänglich auf den gängigsten Softwarelösungen (u.a. Haufe Umantis, Cornerstone, Lumesse, Oracle) zertifiziert.

Auch im Bereich Talentmanagement stehen wir Ihnen zur Seite. Unsere Expertise liegt hier insbesondere in der Gewinnung, Allokation und Bindung von Talenten. CLEVIS liefert die erforderlichen Prozesse, Instrumente und Talent Management Ansätze, um den unternehmensweiten Besetzungsbedarf zu analysieren, zu strukturieren und zu simulieren.

Wir bieten starke und sympathische Teams zur Realisierung ambitionierter HR-Visionen. Wir bedenken bereits im Vorfeld relevante Folgeabhängigkeiten und managen diese dann erfolgreich. Wir stellen eine leistungs- und ressourcenoptimale Projektumsetzung für Sie sicher. Durch CLEVIS Consult erleben Sie Next Generation HR bereits heute.





Next Generation HR – Today.

Gemeinsam mit CLEVIS zur Entrepreneurial Workforce!

Die Nr. 1 in Entrepreneurial Workforce.

CLEVIS Consult etabliert in Ihrem Haus eine Startup- und Innovationskultur. Wir sind erfahren in der Implementierung globaler Talent Management Strukturen und wir sind gut im Gründen erfolgreicher Unternehmen.

Talent Management

Entrepreneurship

Über 100 zufriedene Kunden

Über 150 HR-Digitalisierungsprojekte

Über 60 Roll-out-Länder

30 Unternehmensgründungen

7 erfolgreiche Exits

10 Beteiligungen

CLEVIS PRAKTIKANTENSPIEGEL 2018

DAS TEAM

Wir unterstützen Sie gerne bei weiteren Fragen.

Kristina Bierer **Studienleiterin**

Erika-Mann-Str. 53
80636 München
T: +49 89 242 111-0
F: +49 89 242 111-55
E: k.bierer@clevis.de



Elisa Pietrasch **Stellv. Studienleiterin**

Erika-Mann-Str. 53
80636 München
T: +49 89 242 111-0
F: +49 89 242 111-55
E: e.pietrasch@clevis.de



Support

Lisa Rückert, Constantin Walter

Prof. Dr. Marko Sarstedt **Wissenschaftliche Unterstützung**

Lehrstuhl für Marketing
Fakultät für Wirtschaftswissenschaft
Otto-von-Guericke-Universität Magdeburg
Universitätsplatz 2
39106 Magdeburg

T: +49 391 67 18 625
F: +49 391 67 11 163
E: marko.sarstedt@ovgu.de
www.marketing.ovgu.de



Next Generation HR - Today.



www.clevis-consult.de