

## **Studierenden-Umfrage: Bezahlung bei der Jobwahl weit vor Nachhaltigkeit**

- **Studierendenvermarkter charly media befragt über 10.000 Studierende zu ihren ausschlaggebenden Kriterien bei der Arbeitgeberwahl sowie den präferierten Branchen**
- **Gute Unternehmensführung und Bezahlung sind die relevantesten Faktoren, Nachhaltigkeit hingegen eher weniger wichtig**
- **Automobil- und Pharmabranche sowie Wirtschaftsprüfung und -beratung sind die Top-Branchen unter Studierenden**

**Berlin, 15. April 2021** - Bei der Wahl des künftigen Arbeitgebers sind für Studierende die Unternehmensführung und das Gehalt die wichtigsten Kriterien. Nachhaltigkeit spielt hingegen eine untergeordnete Rolle, wie der Studierendenvermarkter charly media ([charly.media](https://www.charly.media)) u. a. in einer groß angelegten Befragung von 10.293 Studierenden in Deutschland aktuell ermittelt hat. Die Ergebnisse zeigen, auf welche Eigenschaften sich Unternehmen im Kampf um die besten Talente berufen sollten.

### **Jedem vierten Studierenden ist die Bezahlung am wichtigsten**

Unternehmensführung und -kultur sowie Bezahlung sind mit 25,6 Prozent bzw. 24,9 Prozent demnach die ausschlaggebendsten Faktoren unter allen Studierenden. Auch die Zukunftsfähigkeit spielt bei der Suche eine wichtige Rolle: 17,1 Prozent der Befragten nennen die Innovationsfähigkeit der Produkte als Auswahlkriterium. Weniger relevant sind Nachhaltigkeit (12,6 Prozent), die öffentliche Wahrnehmung und das Image der Unternehmen (9,7 Prozent) sowie die Aussicht auf Zusatzleistungen (6,4 Prozent). Mit 3,7 Prozent ist die Umsatzstärke für die Studierenden ebenfalls eher irrelevant.

### **Automobilindustrie unter Studierenden beliebt, Telekommunikationsbranche hingegen weniger**

Mit Blick auf die Branchen genießt die Automobilindustrie die größte Nachfrage unter Studierenden: 13,4 Prozent der Befragten möchten in der Branche später gerne einmal arbeiten. Auch die Pharmaindustrie sowie die Wirtschaftsprüfung und -beratung sind mit 19,7 bzw. 9,3 Prozent beliebt. Acht Prozent der Studierenden nennen den Anlagen- und Maschinenbau als präferierte Branche.

Obwohl die Corona-Pandemie Nachholbedarf in Lieferketten sowie im Glasfaserausbau aufgezeigt hat, sind Arbeitsplätze im E-Commerce und in der Telekommunikation weniger attraktiv für die Studierenden: Nur 5,9 Prozent möchten gerne im E-Commerce arbeiten, während es in der Telekommunikation mit 4,8 Prozent noch weniger sind.

### **Nachhaltigkeit in der Automobilindustrie nur für zehn Prozent der Befragten ausschlaggebend**

Je nach Branche gehen die Kriterien bei der Arbeitgeberwahl unter den Studierenden auseinander. Hierbei zeigt sich, dass insbesondere die Innovationsfähigkeit für die Befragten unterschiedlich wichtig ist: Während das Kriterium für die Automobilbranche und für den Maschinenbau eine wichtige Rolle spielt (22,5 bzw. 23,6 Prozent), sind es für die Pharmaindustrie 17,5 Prozent. Am niedrigsten ist der Wert für die Wirtschaftsprüfung und -beratung mit 9,8 Prozent. Für die

Wirtschaftsbranche wird hingegen die Unternehmensführung- und kultur mit 30,9 Prozent als besonders wichtig bewertet – Spitzenwert im Branchenvergleich.

Auch die Bezahlung ist branchenübergreifend von Bedeutung: Besonders bei der Pharmabranche ist Studierenden die Höhe des Gehalts wichtig (26,1 Prozent), gefolgt von der Wirtschaftsprüfung und -beratung (25,5 Prozent) sowie der Automobilindustrie (25,4 Prozent). In Sachen Nachhaltigkeit bildet die Automobilindustrie hingegen das Schlusslicht: Nur 9,6 Prozent der Studierenden geben das Kriterium hier als ausschlaggebend an.

Cecil von Croÿ, CEO und Mitgründer von charly media, kommentiert:

*“Die Corona-Pandemie hat uns erneut gezeigt, wie wichtig es ist, dass Unternehmen Führungsstärke beweisen. Dass für die befragten Studierenden dieses Kriterium bei der Wahl des künftigen Arbeitgebers am wichtigsten ist, ist eine logische Konsequenz. Unternehmen sollten diese und weitere gefragte Eigenschaften daher aktuell besonders stark nach außen tragen und entsprechende Employer-Branding-Maßnahmen umsetzen, damit sie die jungen Talente früh von sich überzeugen können.”*

**Sämtliche Ergebnisse der Umfrage sind als Whitepaper unter folgendem Link abrufbar:**

[hub.charly.media/die-grosse-charly-studie](https://hub.charly.media/die-grosse-charly-studie).

#### **Über die Befragung**

Grundlage dieser Studie ist eine Online-Umfrage, in der 10.293 Studierende aus Deutschland zu verschiedenen Branchen, Arbeitgebern und ihren Kriterien für die zukünftige Arbeitgeberwahl befragt wurden. Um die Bedürfnisse und Zukunftspläne der Studierenden noch besser zu verstehen, wurden sie außerdem nach ihrer Auslandserfahrung gefragt. Die Gruppe der Befragten teilt sich in 60,9 Prozent weibliche, 38,5 Prozent männliche und 0,6 Prozent diverse Studierende auf. Die Befragten studieren aktuell zu 25,4 Prozent Ingenieurwissenschaften, 15,1 Prozent Wirtschaftswissenschaften, 12,9 Prozent Medizin, 12 Prozent Mathematik und Naturwissenschaften, 7,6 Prozent Informatik und 3,7 Prozent Rechtswissenschaften. 23,3 Prozent gehören anderen Studiengängen an. Hierzu gehören beispielsweise Lehramt, Psychologie und Politikwissenschaften.

#### **Über charly**

charly ist eine digitale Lern- und Marketingplattform für Studierende und Unternehmen. Das EdTech-Start-up wurde 2016 von Cecil von Croÿ und Karl Bagusat unter dem Namen PrintPeter gegründet und ist heute in zwei Geschäftsbereiche unterteilt: Über charly education ([www.charly.education](https://www.charly.education)), haben Studierende kostenfrei Zugang zu einer Vielzahl analoger sowie digitaler Lerntools. Zudem können sie auf die deutschlandweit erste Onlinebibliothek mit über 35.000 prüfungsrelevanten Themen, die Q&A Bib, inklusive Tutor:innenprogramm zugreifen. charly media ([www.charly.media](https://www.charly.media)) bietet als größter Studierendenvermarkter in der DACH-Region Marken und Unternehmen die Möglichkeit, 2,5 Millionen Studierende über crossmediale Kanäle zu erreichen. Dazu zählt auch die Social-Media-App Jodel, deren exklusiver Vermarkter die Plattform ist. charly beschäftigt derzeit 50 Mitarbeiter:innen und hat seinen Sitz in Berlin.

Pressekontakte:

Lukas von Zittwitz | [lukas.v.zittwitz@tonka-pr.com](mailto:lukas.v.zittwitz@tonka-pr.com) | +49.30.403647.605

Verena Sellier | [verena.sellier@tonka-pr.com](mailto:verena.sellier@tonka-pr.com) | +49.30.403647.615