

Mediengestalter, Gesundheitsmanager, Psychologe: Diese Jobs wollen Deutsche am meisten

- **Die Gisma University of Applied Sciences untersucht, welche Jobbezeichnungen die Deutschen am häufigsten auf Google suchen**
- **Nach den Schlagworten “Mediengestalter jobs”, “Gesundheitsmanager jobs”, “Marketing jobs” und “Marketingkommunikation jobs” wird am häufigsten gesucht**
- **Am stärksten stieg über die letzten zwölf Monate das Interesse am Job des Industriekaufmanns bzw. der Industriekauffrau, während die PR am meisten verliert**

Potsdam, 26. November 2024 – Jobs als Mediengestalter*in, Gesundheitsmanager*in, im Marketing oder der Marketingkommunikation sind in Deutschland am beliebtesten. Das ergab eine Untersuchung der Gisma University of Applied Sciences (www.gisma.com), die ermittelt hat, wie häufig nach bestimmten Berufsbezeichnungen über das letzte Jahr via Google gesucht wurde. Grundlage waren die bei der Bundesagentur für Arbeit verzeichneten Berufsbezeichnungen. Die vier Jobs bzw. Berufsfelder führen das Ranking gemeinsam mit durchschnittlich ca. 6600 Suchanfragen im Monat an.

Flugbegleiter, Verkäufer oder IT – nach diesen Jobs wird ebenfalls häufig gesucht

Mit 5400 durchschnittlichen Suchanfragen im Monat wird am zweithäufigsten nach Stellen als Psycholog*in, nach Jobs in der IT bzw. der Informationstechnik und im Vertrieb gesucht. Mit rund 4400 Suchanfragen im Monat liegt das Interesse als Flugbereiter*in oder Verkäufer*in zu arbeiten nur knapp dahinter. Platz vier gehört Berufen mit durchschnittlich rund 3600 Suchanfragen im Monat. Hier sind so verschiedene Bereiche wie das Projektmanagement, die Sozialpädagogik, das Controlling, die Logistik, aber auch konkrete Jobs wie Erzieher*in oder Sozialarbeiter*in verortet. Berufe wie Qualitäts- und Eventmanager*in und Sportwissenschaftler*in, als auch die Arbeitsbereiche der Medizintechnik oder des Sports liegen mit durchschnittlich 2900 Suchanfragen im Monat dahinter.

Jobs in der KI werden vergleichsweise wenig gesucht

Eher schlecht abgeschnitten haben hingegen insgesamt 19 Berufsbezeichnungen und -bereiche mit nur durchschnittlich 1000 Suchanfragen im Monat. Dazu gehören so diverse Suchanfragen zu Jobs als Bauzeichner*in, Musikwissenschaftler*in und Heilpraktiker*in oder Bereichen wie der Bekleidungstechnik und der Soziologie. Ebenfalls nicht gut, aber noch knapp davor landen insgesamt 21 Suchanfragen mit durchschnittlich rund 1300 Suchanfragen im Monat. Hier ist der Bereich der KI angesiedelt, aber auch konkrete Berufsbezeichnungen wie Kulturmanager*in, Physiker*in, Pädagog*in oder Elektroniker*in. Insgesamt zwölf Berufsbezeichnungen kommen durchschnittlich auf rund 1600 Suchanfragen im Monat. Dazu gehören z. B. Zahntechniker*in, Mathematiker*in, Apotheker*in oder Bäcker*in.

Public Relations verliert am stärksten an Beliebtheit

Am beliebtesten wurde über das letzte Jahr hinweg der Job des Industriekaufmanns bzw. der Industriekauffrau. Die entsprechenden Suchanfragen auf Google haben sich über die letzten zwölf Monate hinweg um 85 Prozent gesteigert. Auch die Suche nach Flugbegleiter*innen-Jobs hat einen starken Aufschwung zu verzeichnen. In den letzten zwölf Monaten stieg das Suchvolumen um insgesamt 83 Prozent an. Knapp dahinter liegt auf dem dritten Platz dieses Rankings die Suche nach Jobs als Servicekraft (82 Prozent). Am stärksten verloren hat hingegen das Berufsfeld der PR mit 23 Prozent weniger Suchanfragen über die letzten zwölf Monate. Knapp davor liegen noch die Suchanfragen nach Jobs als Berufskraftfahrer*in, mit einem Rückgang von 21 Prozent über das letzte Jahr hinweg. Den drittletzten Platz teilen sich gleich drei Berufsbilder: Tierärzt*innen, Lebensmitteltechniker*innen und Zahntechniker*innen wurden jeweils um 19 Prozent weniger auf Google gesucht als noch vor einem Jahr.

Dr. Anastasia Kiritsi, Professorin für HR, Business und Leadership an der Gisma University of Applied Sciences, kommentiert die Untersuchung: *“Die vergleichsweise geringe Nachfrage nach Jobs im Bereich Künstliche Intelligenz lässt sich z.B. durch hohe Qualifikationsanforderungen, also den viel zitierten Fachkräftemangel erklären. Hier sollten Unternehmen stärker über niedrigere Einstiegsschwellen dieser Berufe arbeiten. Der Rückgang bei der PR zeigt, wie wichtig es ist, Berufsbilder kontinuierlich zu modernisieren und ihre Bedeutung in einer sich wandelnden Arbeitswelt klarer zu kommunizieren. Kurz: PR kommuniziert von Berufswegen über andere, aber weniger über sich und läuft damit, Gefahr als Blackbox wahrgenommen zu werden. Generell können Branchen, die an Attraktivität verlieren, durch klare Botschaften, eine stärkere Präsenz in der digitalen Kommunikation und ein attraktives Employer Branding wieder relevanter werden. Die Ergebnisse machen deutlich, dass es nicht nur auf die tatsächliche Nachfrage, sondern auch auf die Wahrnehmung und das Image eines Berufsfeldes ankommt.”*

Über die Untersuchung

Für die Untersuchung wurde das durchschnittliche Google-Suchvolumen pro Monat aller von der Bundesagentur für Arbeit gelisteten Berufsbezeichnungen und Berufsfelder erhoben. Der jeweilige Suchbegriff setzt sich aus dem Berufsfeld bzw. -bezeichnung und dem Wort “jobs” zusammen. Für die Steigerung über die letzten zwölf Monate wurde das Suchvolumen-Ergebnis vom November 2023 mit dem vom November 2024 verglichen. Um ein repräsentatives Ergebnis zu erreichen, wurden die ursprünglichen 3547 Berufsbezeichnungen geclustert, Keywords mit einem Suchvolumen unter 1000 herausgefiltert und ein Ranking mit den 100 meistgesuchten Keywords erstellt.

Über die Gisma University of Applied Sciences:

Die Gisma University of Applied Sciences ist eine staatlich anerkannte private Hochschule. Auf ihrem Campus am Jungfernsee in Potsdam und Berlin vereint sie Studierende und Lehrende aus über 80 Nationen der Welt. In ihren 14 Programmen bildet sie Studierende zu nachgefragten Talenten für die globale Geschäftswelt aus, in Management, Leadership, Data Sciences, AI und Softwareengineering. Studierende lernen von forschungsstarken Dozenten sowie von Top-Führungskräften und Gründern. Die Hochschule kooperiert mit einem Netzwerk global agierender Unternehmen aus Wirtschaft und Bildung, wie beispielsweise Zalando, Ebay und Vattenfall und ist Mitglied von „SAP University Alliances“. Ihr Ziel ist es, innovative Impulse auf Wirtschaft und Gesellschaft zu geben, indem sie ihre Studierenden auf die Managementpraxis in einer von ständigem Wandel und zunehmender Komplexität geprägten Welt vorbereitet. Alle Studiengänge der Gisma sind staatlich anerkannt und werden von der Foundation for International Business Administration Accreditation (FIBAA) und dem Akkreditierungsrat begutachtet. www.gisma.com. Zudem ist die Gisma Teil der GUS Germany GmbH (GGG), einem dynamischen Netzwerk von Hochschuleinrichtungen mit mehr als 15.000 Studierenden an Standorten in Deutschland, Europa und darüber hinaus: www.gusgermany.com

Pressekontakte

Jonas Nestroy | jonas.nestroy@tonka-pr.com | +491747778276

PRESS RELEASE

Media designer, health manager, psychologist: these are the jobs Germans want most

- **Gisma University of Applied Sciences analyses which job titles Germans search for most frequently on Google**
- **The keywords ‘mediengestalter jobs’, ‘gesundheitsmanager jobs’, ‘marketing jobs’ and ‘marketingkommunikation jobs’ are searched for most frequently**
- **Over the last twelve months, interest in the job of industrial clerk has increased the most**

Potsdam, XX November 2024 - Jobs as a media designer, healthcare manager, in marketing or marketing communications are the most popular in Germany. This was the result of a study by Gisma University of Applied Sciences (www.gisma.com), which determined how often certain job titles were searched for via Google over the past year. The study was based on the job titles listed by the Federal Employment Agency. The four jobs or occupational fields jointly lead the ranking with an average of around 6600 search queries per month.

Flight attendant, salesperson or IT - these jobs are also frequently searched for

With an average of 5400 search queries per month, the second most frequently searched for jobs are psychologist, IT or information technology and sales. With around 4400 searches per month, interest in working as a flight attendant or salesperson is only just behind. Fourth place belongs to professions with an average of around 3600 search queries per month. This includes a variety of areas such as project management, social pedagogy, controlling and logistics, as well as specific jobs such as educator or social worker. Occupations such as quality and event manager and sports scientist, as well as the fields of medical technology and sport, are behind with an average of 2900 search queries per month.

Jobs in AI are searched for comparatively little

On the other hand, a total of 19 job titles and areas performed rather poorly with an average of only 1000 search queries per month. These include various search queries for jobs as a draughtsman, musicologist and alternative practitioner, as well as areas such as clothing technology and sociology. Also not good, but still just ahead, are a total of 21 search queries with an average of around 1300 search queries per month. This includes the field of AI, but also specific job titles such as cultural manager, physicist, teacher or electronics technician. A total of twelve job titles receive an average of

around 1600 search queries per month. These include dental technician, mathematician, pharmacist and baker.

Public relations loses the most popularity

The most popular job over the past year has been that of industrial clerk. The corresponding search queries on Google have increased by 85 per cent over the last twelve months. Searches for flight attendant jobs have also seen a strong upswing. In the last twelve months, the search volume has increased by a total of 83 per cent. Close behind in third place in this ranking is the search for jobs as a service employee (82 per cent). By contrast, the occupational field of PR has lost the most ground with 23 per cent fewer search queries over the last twelve months. Search queries for jobs as a professional driver are just ahead, with a decrease of 21 per cent over the last year. The third-last place is shared by three professions: Veterinarians, food technicians and dental technicians were each searched for 19 per cent less on Google than a year ago.

Dr. Anastasia Kiritsi, Professor of HR, Business and Leadership at Gisma University of Applied Sciences, comments on the study: *"The comparatively low demand for jobs in the field of artificial intelligence can be explained, for example, by high qualification requirements, i.e. the much-cited shortage of skilled labour. Here, companies should work more on lower entry thresholds for these professions. The decline in PR shows how important it is to continuously modernise job profiles and communicate their importance more clearly in a changing world of work. In short: PR communicates about others by profession, but less about itself and therefore runs the risk of being perceived as a black box. In general, sectors that are losing their appeal can become more relevant again through clear messages, a stronger presence in digital communication and attractive employer branding. The results make it clear that it is not only the actual demand that matters, but also the perception and image of a professional field."*

About the study

For the study, the average Google search volume per month for all job titles and occupational fields listed by the Federal Employment Agency was surveyed. The respective search term is made up of the occupational field or title and the word 'jobs'. For the increase over the last twelve months, the search volume result from November 2023 was compared with the result from November 2024. In order to achieve a representative result, the original 3547 job titles were clustered, keywords with a search volume of less than 1000 were filtered out and a ranking with the 100 most searched keywords was created.