



ABSOLVENTENMATRIX 2011
Studie zur Lebenssituation von Berufseinsteigern

Die Absolventenmatrix 2011 ist ein Kooperationsprojekt von dem Markt- und Trendforschungsinstitut EARSandEYES und dem UNICUM Verlag.

Die erste Erhebungswelle fand im Jahr 2005 statt, die zweite Welle folgte drei Jahre später (2008).

In der diesjährigen Studie werden die Veränderungen unter den Absolventen und Young Professionals im Zeitverlauf der letzten sechs Jahre dargestellt.

Zielgruppe für diese Untersuchung sind *Hochschulabsolventen*, die kurz vor dem Abschluss ihres Studiums stehen, und *Young Professionals*, junge Berufseinsteiger mit Hochschulabschluss, die über ein bis drei Jahre Berufserfahrung verfügen.

Das Sample wird jeweils aus dem EARSandEYES Accesspool rekrutiert und per E-Mail zu einer Befragung mittels Online-Fragebogen eingeladen. Die Absolventen haben dann die Möglichkeit, den Fragebogen zu einem selbst gewählten Zeitpunkt über den Server von EARSandEYES auszufüllen.

Inhaltlich beschäftigt sich die Absolventenmatrix mit den persönlichen und beruflichen Einstellungen sowie mit der aktuellen Lebenssituation der Hochschulabsolventen in Deutschland.

Auf persönlicher Ebene werden Markenbewusstsein, Freizeitgestaltung, Konsumverhalten sowie die Nutzung sozialer Netzwerke/ Communities erfasst und ermittelt, wie bewusst mit dem Schutz der Privatsphäre bei der Nutzung sozialer Netzwerke umgegangen wird.

Auf beruflicher Ebene geht es um Zukunftserwartungen, Jobvorbereitung durch die Uni/FH, Bewertung von Bachelor-/ Master-Studiengängen, Nutzung von Communities und Netzwerkplattformen im Rahmen der Karriereplanung sowie um die Themen Bewerbungssituation und Berufseinstieg. Wie bereiten sich die Absolventen auf Bewerbungsgespräche vor? Welche Bewerbungsstufen müssen Sie durchlaufen? Mit welchen Positionen starten



Hochschulabsolventen in Unternehmen? Welche Anforderungen stellen die Berufseinsteiger an ihren zukünftigen Arbeitgeber?

Darüber hinaus wird die Bekanntheit, Glaubwürdigkeit und Attraktivität von potenziellen Arbeitgebern gemessen.

Aber auch die Stellung der Frau im Beruf wird aufgegriffen – wie sieht die Lebens-/ Karriereplanung aus, welche Unternehmen werden bevorzugt.

Als besonderes Special zur aktuellen Absolventenmatrix 2011 erscheint eine Beilage „MINT Special“ (=Mathematik/ Statistik, IT/ Informatik, **Naturwissenschaften, Technik**), in der auf die speziellen Anforderungen und Besonderheiten der MINT-Branche eingegangen wird.

Die Studie ist so konzipiert, dass ein Vergleich mit den Erhebungswellen 2005 und 2008 möglich ist, neue bzw. aktuelle Fragestellungen aber trotzdem aufgenommen werden können. Auf diese Weise wird den dynamischen Entwicklungen im Leben der Absolventen und Young Professionals Rechnung getragen.

Die Studie besteht aus einem mit Graphiken aufbereiteten Berichtsteil und einer CD mit sämtlichen Einzelergebnissen nach soziodemographischen Merkmalen segmentiert.

Folgende relevante Themenblöcke wird der Fragebogen umfassen:

I. Demographie

II. Studium

III. Karriereplanung & Bewerbungssituation

IV. Berufseinstieg & Arbeitssituation

V. Unternehmensbewertungen

VI. Mediennutzung

VII. Freizeitgestaltung & persönliche Einstellungen



STUDIENSTECKBRIEF

Zielgruppe:

- Hochschulabsolventen, die kurz vor dem Abschluss ihres Studiums stehen und noch maximal ein bis zwei Semester bis zum Abschluss einplanen
- Young Professionals, die über einen Hochschulabschluss verfügen und ein bis drei Jahre Berufserfahrung haben

Stichprobengröße:

n = 1.000 Absolventen bundesweit

Erhebungsmethode:

Online-Fragebogen

Erhebungszeitraum:

voraussichtlich Mai 2011

Erscheinungstermin:

04.10.2011

Studienpreis:

Subskriptionspreis von € 490,- (bis zum Veröffentlichungstermin am 04.10.2011), danach € 590,-.

Durchführendes Institut und Auftraggeber:

EARSandEYES GmbH Markt- und Trendforschung (Hamburg) im Auftrag vom UNICUM Verlag GmbH (Bochum)