

Information zum Pressefrühstück

AkademikerInnen und ihre Karrieren

Präsentation der ersten Job-Umfrage unter Studierenden und
AbsolventInnen der JKU

Donnerstag, 11. April 2013, 10:30 Uhr

Restaurant Keplers (Mensa, Erdgeschoß)
Johannes Kepler Universität
Altenbergerstraße 69, 4040 Linz

Ihre Gesprächspartner:

- **o. Univ. Prof. Dr. Friedrich Roithmayr**, Vizerektor für Außenbeziehungen
- **Komm.-Rat Dr. Gerhard Stürmer**, Präsident KEPLER SOCIETY
- **Mag. Florian Hippesroither**, Geschäftsführer KEPLER SOCIETY

Kontakt:

Mag. Florian Hippesroither
KEPLER SOCIETY
Geschäftsführer
Tel: +43 732 2468-5133
Mobil: +43 664 88 60 34 36
florian.hippesroither@jku.at

Esned Nezic, MA
Universitätskommunikation
Pressesprecher JKU
Tel. +43 732 2468-3010
Mobil: +43 664 602468-299
esned.nezic@jku.at

Erste Karriereumfrage des Alumniclubs liefert interessante Ergebnisse: Studierende und Absolventen der JKU zieht es in den öffentlichen Dienst und in die Forschung

Die Johannes Kepler Universität (JKU) Linz zählt seit ihrer Gründung im Jahr 1966 rund 30.000 Alumni. Der JKU ist die Betreuung ihrer Alumni besonders wichtig und sie hat eine enge Kooperation mit dem im Jahr 2000 als eigenständigen Verein gegründeten Alumniclub KEPLER SOCIETY. Die JKU unterstützt die KEPLER SOCIETY im Rahmen von Personalstellungen und stellt Räume und Infrastruktur zur Verfügung. Um die 80% finanziert die KEPLER SOCIETY jedoch aus eigenen Mitteln. Wichtige Partner sind hier die vielen Sponsoren und Kooperationspartner, allen voran die Raiffeisenlandesbank Oberösterreich als Hauptsponsor. *„Die JKU hat eine Vielzahl erfolgreicher Alumni im In- und Ausland. Das spiegelt die Qualität des Ausbildungsstandortes hier in Linz wider“*, bekräftigt JKU-Vizekanzler Friedrich Roithmayr.

Was wollen die Studierenden und Absolventen?

Dieser Frage ist die KEPLER SOCIETY im Jänner 2013 nachgegangen und hat gemeinsam mit der studentischen Unternehmensberatung Kepler Solutions erstmals eine eigene Karriereumfrage durchgeführt.

Die Fakten:

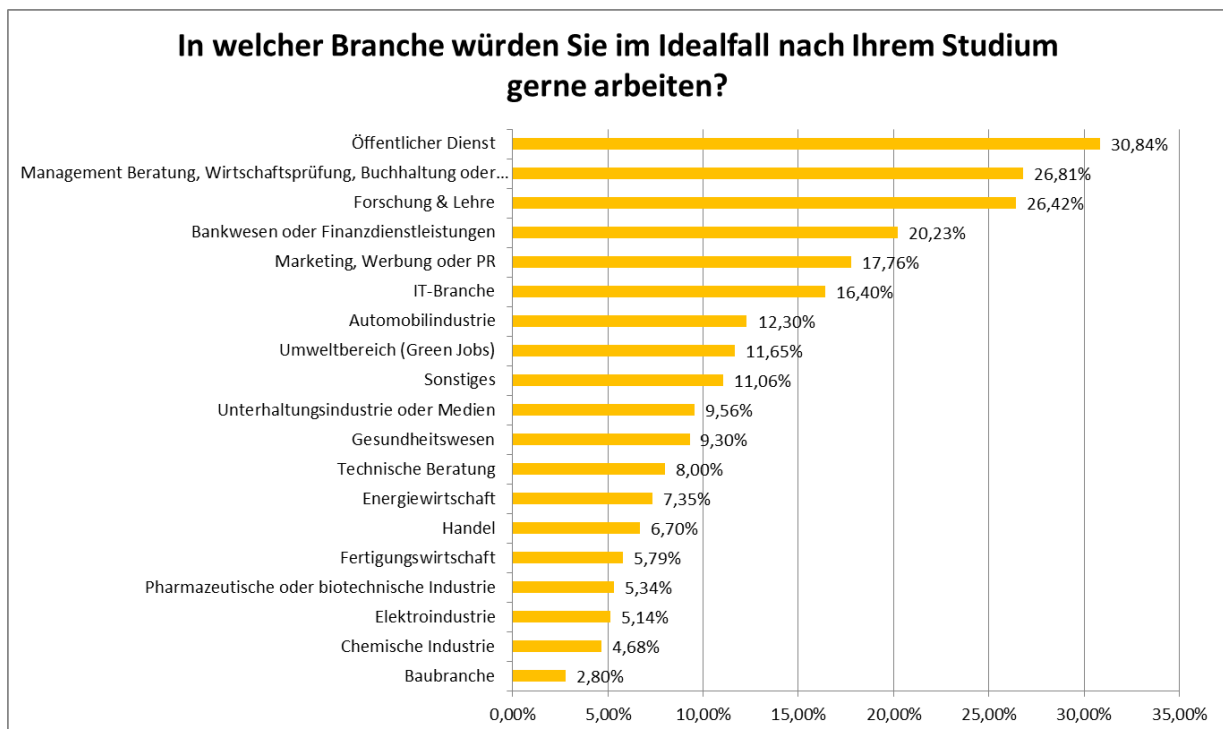
- Zeitraum der Umfrage: 16.1.2013-25.1.2013
- Online-Fragebogen wurde an ca. 15.000 E-Mail-Adresse (davon 10.613 Studierende und 4.137 Alumni) versandt
- Die Rücklaufquote beträgt 10,42% (1.537)

Demografische Struktur:

Erfreulich ist, dass gleich viele Frauen als auch Männer an der Umfrage teilgenommen haben. Zwei Drittel befinden sich im Alter von 21-30 Jahren, ca. 27% sind über 30 Jahre, nur 3,5% unter 20 Jahre. Ein Viertel sind Alumni der JKU, über 50% Studierende bis zum 9. Semester, gut 20% sind über dem 10. Semester. Die repräsentierten Studienrichtungen spiegeln auch die ungefähre Verteilung der Schwerpunkte in den Studienrichtungen der JKU wider. Für die weiteren Ergebnisse ist es auch sehr wichtig, dass viele Studierende aus den technischen Studienrichtungen an der Umfrage teilgenommen haben.

Öffentlicher Dienst am beliebtesten

Kern der Umfrage war es zu erfahren, in welchen Branchen bzw. in welchem Bereich die Studierenden und die Alumni gerne arbeiten möchten. Am häufigsten wurde der öffentliche Dienst mit 30% genannt. Er ist insbesondere bei Personen aus den Studienrichtungen Politische Bildung, Soziologie, Rechtswissenschaften, Sozialwirtschaft beliebt. Ein Viertel kann sich vorstellen im Bereich Forschung und Lehre tätig zu sein. Die gesamte Branchenaufteilung geht aus folgender Grafik hervor:

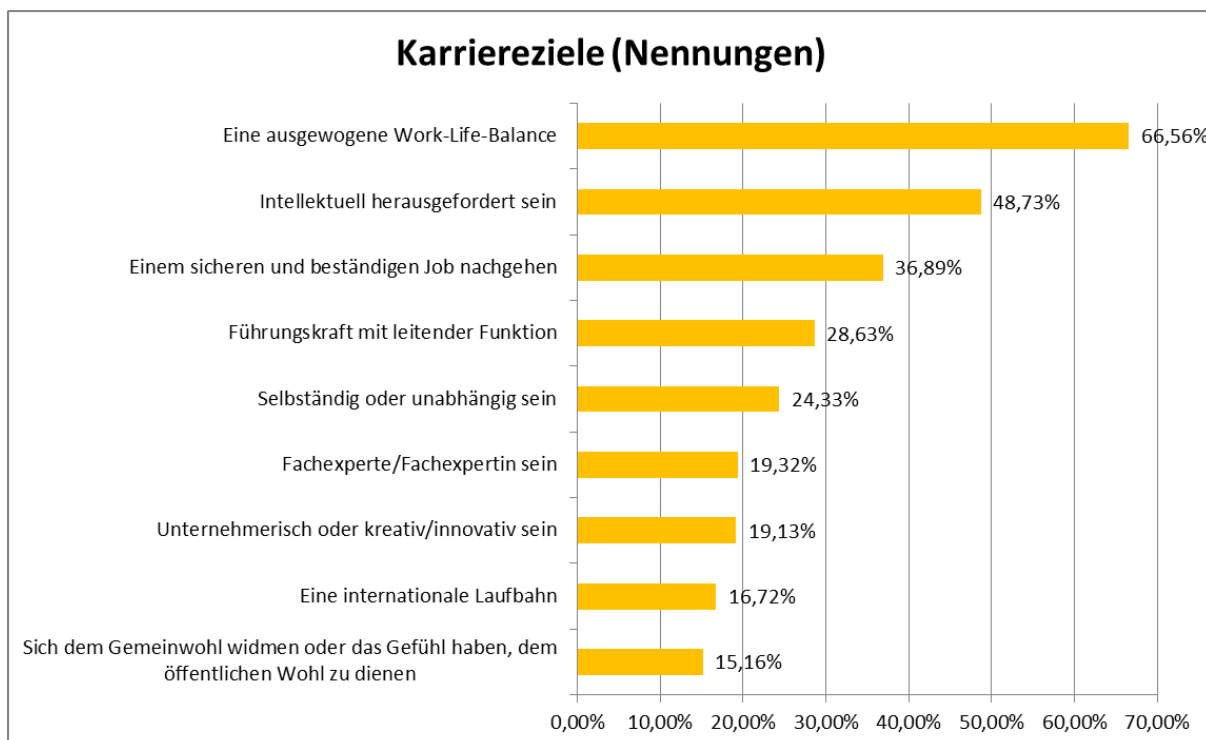


Mehrheit will in Klein- und Mittelbetrieben arbeiten

Interessant ist auch, dass nur 30% der Befragten in Unternehmen mit mehr als 500 Mitarbeitern arbeiten möchten. Der Großteil, fast 40%, fühlt sich in Unternehmen mit einer Mitarbeiteranzahl von 101-500 gut aufgehoben, 30% in Unternehmen unter 100 Mitarbeitern. Somit sind die Klein- und Mittelbetriebe die attraktivsten Arbeitgeber.

Karriereziele: Work-Life-Balance ist wichtig!

„Die Umfrage bestätigt das neue Bild des Akademikers, der zwar im mittleren Management oder als Projektleiter tätig sein möchte, aber bewusst auf die eigene Work-Life-Balance schaut“, stellt Kommerzialrat Dr. Gerhard Stürmer, Präsident der KEPLER SOCIETY, fest. Fast zwei Drittel geben an, dass eine ausgewogene Work-Life-Balance das Top-Karriereziel darstellt. Gefolgt von einer intellektuell herausfordernden Arbeit bzw. einem sicheren und beständigen Arbeitsplatz. Nur ein gutes Viertel sieht eine Führungsfunktion als Karriereziel an, nicht mal 20% geben an, unternehmerisch aktiv sein zu wollen. Lediglich 10% können sich überhaupt vorstellen, ein eigenes Unternehmen zu führen. Das heißt, dass sowohl Groß- als auch Kleinunternehmen in Zukunft an einem Mangel an Führungskräften leiden könnten, wenn sie keine entsprechende Kultur für Führungskräfte einführen.



Frauen wollen soft facts – Männer wollen Status

Ein markanter Unterschied ist bei den Geschlechtern ersichtlich: Wobei Frauen überwiegend Work-Life-Balance, intellektuell herausfordernde Tätigkeiten und einen sicheren und beständigen Job nachgehen als Karriereziele nennen, überwiegen bei Männern die Statussymbole: Führungskraft sein, selbständig und unabhängig sein bzw. Fachexperte sein.

Die KEPLER SOCIETY als Partner für Unternehmen

Die Marke KEPLER SOCIETY hat eine Bekanntheit von über 90% an der JKU und betreibt neben dem Alumniclub auch ein eigenes Karrierecenter. „Der Alumniclub zählt derzeit 5.000 Mitglieder und ist somit größer als beispielsweise der Alumniclub der WU Wien mit ca. 4.600 Mitgliedern¹“, freut sich Mag. Florian HIPPESROITHER, Geschäftsführer der KEPLER SOCIETY über die positive Entwicklung der Mitgliederzahlen. Die KEPLER SOCIETY bietet über 70 Veranstaltungen pro Jahr in den Bereichen Netzwerk, Karriere und Weiterbildung an. Pro Jahr nehmen ca. 2.500 Besucher an den Veranstaltungen teil. Seit April 2013 ist auch ein neues, modernes Mitgliederportal unter www.ks.jku.at online. Im Karrierecenter werden Studierende und Alumni zu allen Themen rund um den Berufseinstieg betreut. Das Angebot reicht von individuellen Karriereberatungen und Lebenslauf-Checks bis hin zu Vorträgen und Seminaren zum Bewerbungsmanagement und Assessmentcentertraining.

Die KEPLER SOCIETY ist auch Partner für Unternehmen im Bereich Employer Branding und Personalsuche. Das Angebot reicht von einer eigenen Jobplattform, einem eigenen Karriere-Magazin bis hin zu dem jährlichen Karrieretag im November.

¹ Vgl. *DiePresse*, 27.2.2013, „Lebenslange Bindung an die Uni“, <http://diepresse.com/home/bildung/unilive/1349495/Lebenslange-Bindung-an-die-Uni>