

Mathematiker im Blick

Worauf legen Mathematiker bei der Wahl eines Arbeitgebers besonderen Wert? Wollen sie im Job tatsächlich „mathematische Herausforderungen“ erleben? Auf welchen Wegen können Recruiter Mathematiker erreichen? Diese Fragen hat die „Mathematiker-Studie 2013“ in den Blick genommen.



Mathematiker kommen als Bewerber in den verschiedensten Unternehmen und Einsatzbereichen in Frage. Deshalb hat das Online-Karrierenetzwerk squeaker.net in Zusammenarbeit mit Professorin Dr. Daniela Eisele von der Hochschule Heilbronn angehende Mathematiker befragt. An der aktuellen „Mathematiker-Studie“ nahmen über 200 Studenten und Absolventen der Mathematik teil.

Klare Vorstellungen

Obwohl 70 Prozent der Befragten in der Privatwirtschaft arbeiten möchten, hat über ein Drittel noch keine Praxiserfahrung gesammelt. Dennoch sind die Vorstellungen vom zukünftigen Job recht klar: „Ich möchte an Problemlösungen arbeiten, keine pure PC-Arbeit verrichten“, sagt ein Teilnehmer. Ein weiterer: „Ich möchte die Arbeit als spannend und sinnvoll empfinden.“ Auch Ansprüche an potenzielle Arbeitgeber werden deutlich: „Mir fehlt die Kreativität bei manchen Firmen, weil sie immer ihre Produkte verbessern, aber nichts Neues erfinden.“ Oder: „Soziale Verantwortung ist mir wichtig. Es gibt Unternehmen, die ihre Kunden und Angestellten ausbeuten.“

Kriterien der Arbeitgeberwahl

Bei der Frage „Wie wichtig sind dir die folgenden Kriterien bei der Arbeitgeber-

wahl?“ konnten die Teilnehmer insgesamt 17 Aspekte auf einer Skala von 1 (unwichtig) bis 5 (sehr wichtig) bewerten. Dabei messen die befragten Mathematiker Aufstiegschancen (Rang 1), Betriebsklima (Rang 2), eigenverantwortlichem Arbeiten (Rang 3) und Weiterbildung (Rang 4) großen Wert zu. Das Gehalt liegt bei einer mittleren Wichtigkeit (Rang 7). Im Job tatsächlich „mathematische Herausforderungen“ zu erleben rangiert nur auf Rang 8. Die Befragten begründeten dies unter anderem so: „Interdisziplinarität ist wichtiger als mathematischer Wissensaustausch.“ Oder: „Mathematisch arbeiten ja, aber mit allgemeinem Bezug, zum Beispiel in der Biotechnologie.“ Leicht unterschiedliche Präferenzen lassen sich bei den Geschlechtern erkennen: Mathematikerinnen legen mehr Wert auf die Sicherheit des Arbeitsverhältnisse und den Standort, Mathematikern sind Internationalität und Zusatzleistungen wichtiger.

Damit unterscheiden sich die Ergebnisse von anderen Studien zur Arbeitgeberattraktivität nur in Nuancen. So steht bei anderen Untersuchungen die Internationalität im Fokus, ebenso wird den Arbeitszeiten und der Work-Life-Balance zunehmend Aufmerksamkeit geschenkt. Die Aufstiegschancen dagegen liegen selte-

ner ganz vorne, meist nur bei auf High Potentials gerichteten Befragungen.

Beliebteste Arbeitgeber sind die „üblichen Verdächtigen“

In der Präferenz für verschiedene Branchen ist auf einer dreistufigen Skala (1 = gar nicht, 2 = unentschlossen, 3 = gerne) die Industrie (2,29 Punkte) am beliebtesten, dicht gefolgt von Unternehmensberatungen (2,28), der Automobilindustrie (2,27) und der IT-Branche (2,26). Eher unentschlossen sind die Teilnehmer mit Blick auf Wirtschaftsprüfungen (1,83), Einrichtungen der öffentlichen Hand (1,94) und Versicherungen (1,97). Im Vergleich zu anderen Studien fällt auf, dass die Privatwirtschaft bei den Mathematikern in starker Konkurrenz zu Einrichtungen der Lehre und Forschung steht, die auf der Präferenzskala für den Berufseinstieg mit 2,29 Punkten ebenfalls ganz oben rangieren.

Insbesondere bei den Bachelorn wird die Beratungsbranche eher gut eingeschätzt. Bei den Arbeitgebern liegen dagegen bekannte Autobauer wie BMW und Audi sowie Größen der IT, Google und Microsoft, in der Bewerbergunst vorne. Dies lässt darauf schließen, dass ein klares Bild von Job und Arbeitgeber fehlt und das Produkterleben in den Vordergrund rückt. Die Stimme eines Teilnehmers gibt dem

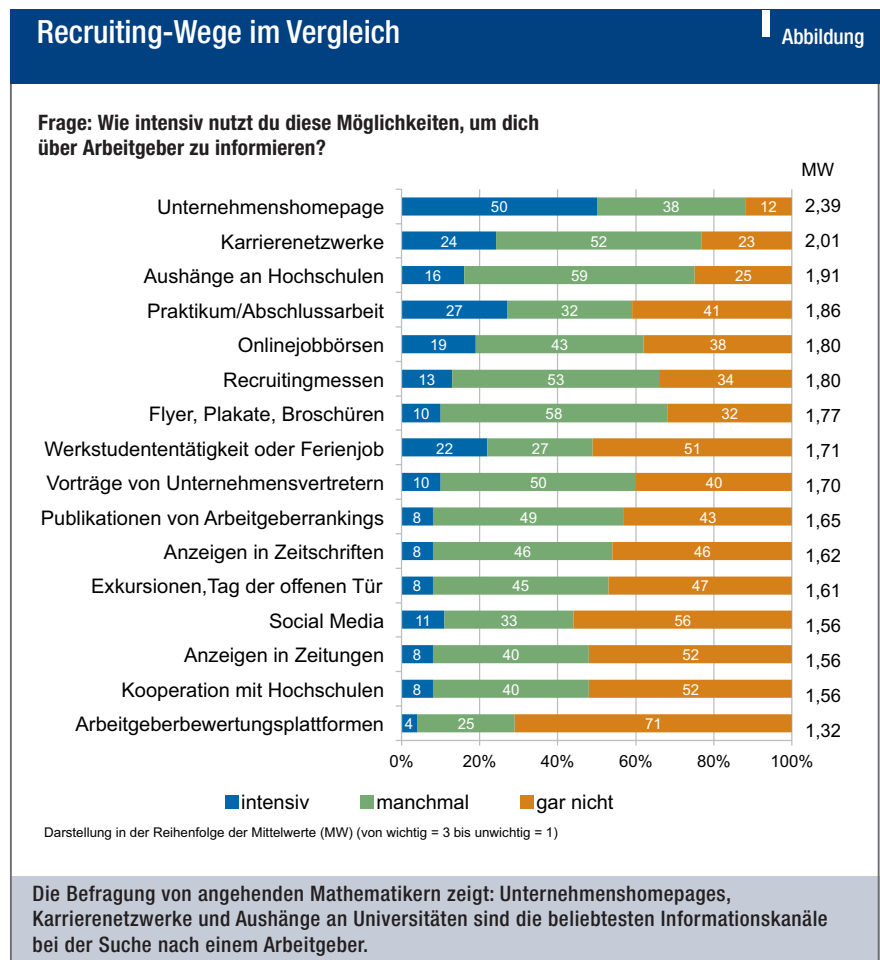
recht: „Ich habe auf diese Frage keine eindeutige Antwort, da ich mir nicht im Klaren darüber bin, wo ich arbeiten möchte und wie eine Tätigkeit als Mathematiker genau aussieht.“ Eine emotional ansprechende Leistung auf dem Absatzmarkt strahlt also auf die Wahrnehmung der Arbeitgebermarke aus. Ob es überhaupt die passenden Jobs gibt, ist dabei noch nicht eruiert. Das Bild von Unternehmen mit abstrakten Leistungen bleibt dagegen oft verschwommen. Dies führt zu einer eher zurückhaltenden Bewertung dieser Unternehmen.

Wie man Mathematiker rekrutiert

Umso wichtiger ist es, unmittelbare Erfahrungen zu ermöglichen, zum Beispiel durch Praktika. Denn der direkte Kontakt bildet eine gute Basis für einen späteren Jobeinstieg. Noch vor Praktika und Abschlussarbeiten (Rang 4) stehen allerdings Karrierehomepages (Rang 1) und Karrierenetzwerke (Rang 2) zur Informationsbeschaffung über Arbeitgeber. Zudem werden Kontakte über Freunde und Bekannte als wichtige Quelle hervorgehoben. Eine hohe Relevanz wird zudem persönlichen Einblicken ins Unternehmen beigemessen, aus erster oder aber aus zweiter Hand. Ergänzend genannt werden in der vorliegenden Umfrage, High Potential-Programme und Headhunter. Dies zeigt, dass die Gruppe relativ stark umworben ist. Mit Blick auf die Zahl der Studenten in mathematischen Studiengängen (derzeit rund 50 000, mit hohen Abbruchquoten) und Absolventen (unter 5000 pro Jahr), von denen wiederum nur ein Teil in die Privatwirtschaft geht, nicht verwunderlich.

Selbstbewusst und leistungsorientiert

Der Studie zufolge zeigen sich Mathematiker sehr selbstbewusst, leistungsorientiert, weniger weltoffen, aber interdisziplinärer und markenbewusster als gedacht. Weniger bekannte Unternehmen sollten, neben der direkten Ansprache, Kandidaten über Mittler, wie Karrierenetzwerke



oder Jobbörsen, auf ihre Unternehmenshomepage aufmerksam machen. Diese muss natürlich entsprechend gut aufbereitete Informationen bereithalten. Neben einem übersichtlichen Stellenmarkt, Auskünften zu Einstiegsmöglichkeiten, Bewerbungsprozess und den Arbeitsbedingungen, gehört dazu heute die Vorstellung konkreter Jobs und Mitarbeiter durch Testimonials, Bilder und Videos. Außerdem wird die Möglichkeit zur direkten Ansprache oder Interaktion erwartet. Wenn die Besucherzahlen auf der eigenen Seite nicht ausreichen, um einen interessanten Blog

zu platzieren, können soziale Netzwerke eingebunden werden. Wird gezielt in die Weiterentwicklung der Arbeitgebermarke investiert, haben auch Unternehmen, denen bislang weniger Aufmerksamkeit zukommt, gute Chancen, Mathematiker/-innen zu erreichen.



Autorin
Daniela Eisele,
Professorin für Personalmanagement, Hochschule Heilbronn, Heilbronn, daniela.eisele@hs-heilbronn.de



Autor
Stefan Menden,
Gründer und Geschäftsführer von squeaker.net, Köln, stefan.menden@squeaker.net

Mehr zum Thema

Unternehmen können eine Detailauswertung der Studie mit qualitativen Aussagen bei squeaker.net per E-Mail bestellen: jennifer.kiepe@squeaker.net.