

## Ergebnisbericht

Großkonzern oder Familienunternehmen:  
Wer ist der attraktivere Arbeitgeber?

Deutschland | Dänemark | Frankreich | Ungarn

# Arbeitgeberattraktivität von Familienunternehmen

## Informationen zur 2. Auflage der Studie

---

Großkonzern oder Familienunternehmen – wo möchten Sie nach Ihrem Studium lieber arbeiten? Welche Kriterien spielen für Sie bei der Arbeitgeberwahl eine Rolle? Und was macht einen Arbeitgeber eigentlich attraktiv?

Zu u.a. diesen Fragen haben **824 Studierende aus Deutschland, Dänemark, Frankreich und Ungarn** im Rahmen der Studie „Attraktivität von Familienunternehmen“, durchgeführt von der Franz Haniel & Cie. GmbH, Stellung genommen.

Die Ihnen vorliegende Studie wurde in diesem Jahr bereits zum zweiten Mal durchgeführt. Während 2010 ausschließlich Studierende in Deutschland befragt wurden, ermöglicht die 2. Auflage nun einen europäischen Vergleich mit den Fokusländern Dänemark, Frankreich und Ungarn.

Neben Attraktivitätstreibern bei der Arbeitgeberwahl befasst sich die Studie mit der Frage, ob die Eigenschaft „Familienunternehmen“ eine tragende Rolle bei der Entscheidung für einen Arbeitgeber spielt. Des Weiteren beinhaltet die Studie ein Ranking der attraktivsten und beliebtesten Familienunternehmen in Deutschland.

# Informationen zu den Studienteilnehmern

Deutschland, Dänemark, Frankreich, Ungarn

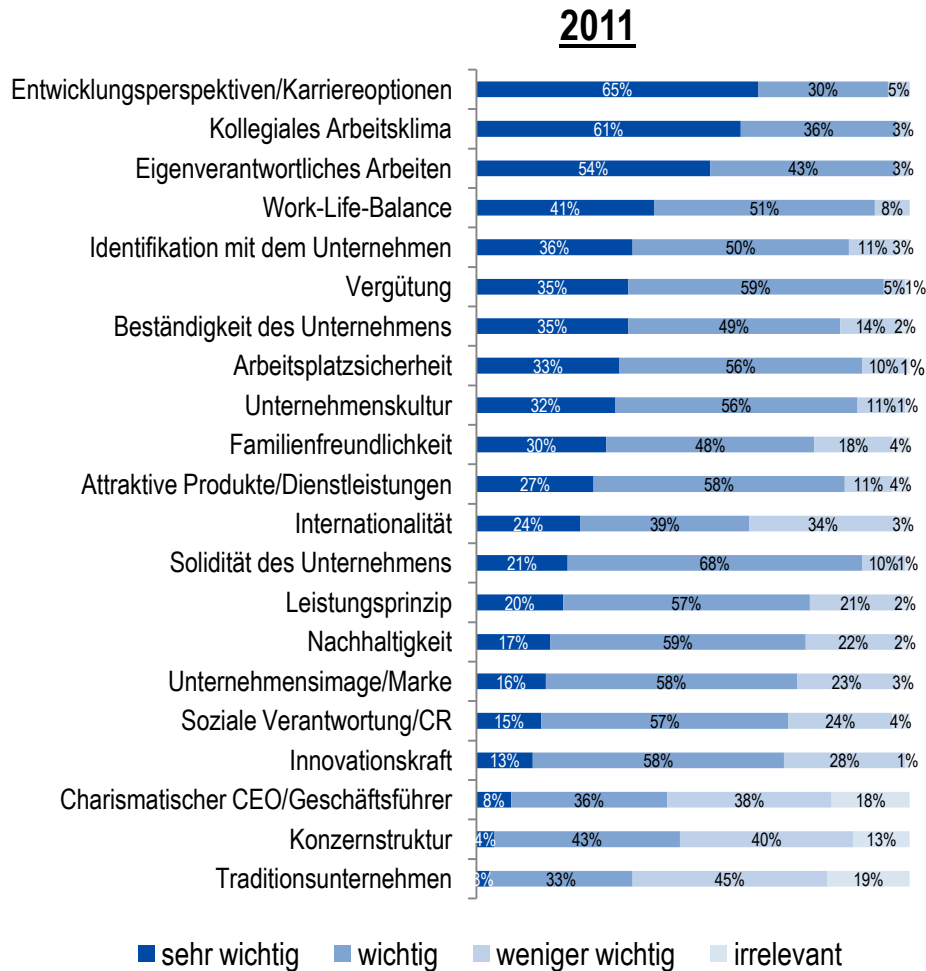
Neben deutschen Studierenden haben wir in diesem Jahr erstmalig auch Studenten aus ausgewählten europäischen Ländern zu Attraktivitätstreibern bei der Arbeitgeberwahl befragt.

	Deutschland		Dänemark		Frankreich		Ungarn	
Teilnehmer	<b>Gesamt</b>	<b>319</b>	<b>Gesamt</b>	<b>119</b>	<b>Gesamt</b>	<b>292</b>	<b>Gesamt</b>	<b>94</b>
	Männer	56%	Männer	45%	Männer	40%	Männer	45%
	Frauen	44%	Frauen	55%	Frauen	60%	Frauen	55%
Fachrichtung	Wirtschaftswissenschaften	79%	Rechnungswesen	0%	Rechnungswesen	3%	Rechnungswesen	3%
	Sonstiges*	21%	Finance	30%	Finance	29%	Finance	25%
			Marketing	1%	Marketing	23%	Marketing	11%
			Management	41%	Management	32%	Management	37%
			Strategie	14%	Strategie	6%	Strategie	3%
			Sonstiges	14%	Sonstiges	7%	Sonstiges	21%
Abschluss	Bachelor	45%						
	Master	35%						
	Magister	1%	./.	./.	./.	./.	./.	./.
	Diplom	16%						
	Examen	3%						

\* Soziologie, Informatik, Kommunikationswissenschaften, Psychologie, Germanistik, Politik- und Verwaltungswissenschaften

# Attraktivitätstreiber bei der Arbeitgeberwahl

Ergebnisse der Deutschland-Studien 2010 und 2011



# Attraktivitätstreiber bei der Arbeitgeberwahl

## Summary

---

Für 65 Prozent der befragten Studierenden spielen auch in diesem Jahr Entwicklungsperspektiven und Karriereoptionen eine sehr wichtige Rolle bei der Arbeitgeberwahl. Des Weiteren sind für 61 Prozent ein kollegiales Arbeitsklima und für 54 Prozent eigenverantwortliches Arbeiten sehr wichtige Kriterien bei der Entscheidung für einen Arbeitgeber. Für 41 Prozent ist zudem eine gute Work-Life-Balance ein entscheidender Attraktivitätstreiber.

Die Solidität eines Unternehmens ist weiterhin für zwei Drittel ein wichtiger Faktor, ebenso wie Nachhaltigkeit, Vergütung und Innovationskraft.

Weniger bedeutend ist für 45 Prozent der Studierenden, dass es sich bei dem Arbeitgeber um ein Traditionsunternehmen handelt und wie sich die Konzernstruktur aufstellt. Ein charismatischer CEO/Geschäftsführer fällt für 38 Prozent weiterhin weniger ins Gewicht, ebenso wie der Aspekt der Internationalität.

Weitere wichtige Faktoren sind für 55 Prozent der befragten Studierenden der Standort des Unternehmens sowie flache Hierarchien.

## Attraktivitätstreiber im europäischen Vergleich (I)

Dänemark		Frankreich		Ungarn	
Entwicklungsperspektiven/ Karriereoptionen	65 %	Entwicklungsperspektiven/ Karriereoptionen	55 %	Work-Life-Balance	64 %
Work-Life-Balance	46 %	Work-Life-Balance	37 %	Entwicklungsperspektiven/ Karriereoptionen	62 %
Kollegiales Arbeitsklima	37 %	Internationalität	28 %	Vergütung	39 %
Unternehmenskultur	28 %	Vergütung	24 %	Schöpferische Freiheit	34 %
Führungsstil	26 %	Attraktive Produkte/ Dienstleistungen	23 %	Familienfreundlichkeit	28 %
Internationalität	24 %	Eigenverantwortliches Arbeiten	23 %	Beständigkeit des Unternehmens	26 %
Schöpferische Freiheit	24 %	Schöpferische Freiheit	22 %	Führungsstil	26 %
Eigenverantwortliches Arbeiten	23 %	Identifikation mit dem Unternehmen	20 %	Eigenverantwortliches Arbeiten	23 %
Identifikation mit dem Unternehmen	20 %	Kollegiales Arbeitsklima	20 %	Unternehmenskultur	21 %
Vergütung	18 %	Unternehmensimage/ Marke	18 %	Internationalität	21 %
Beständigkeit des Unternehmens	15 %	Beständigkeit des Unternehmens	16 %	Solidität des Unternehmens	18 %

## Attraktivitätstreiber im europäischen Vergleich (II)

Dänemark		Frankreich		Ungarn	
Arbeitsplatzsicherheit	13 %	Arbeitsplatzsicherheit	15 %	Identifikation mit dem Unternehmen	18 %
Charismatischer CEO/ Geschäftsführer	13 %	Familienfreundlichkeit	14 %	Soziale Verantwortung	18 %
Unternehmensimage/ Marke	13 %	Unternehmenskultur	14 %	Arbeitsplatzsicherheit	17 %
Familienfreundlichkeit	12 %	Führungsstil	12 %	Kollegiales Arbeitsklima	17 %
Attraktive Produkte/ Dienstleistungen	12 %	Solidität des Unternehmens	16 %	Unternehmensimage/ Marke	17 %
Soziale Verantwortung	9 %	Charismatischer CEO/ Geschäftsführer	10 %	Attraktive Produkte/ Dienstleistungen	15 %
Nachhaltigkeit	8 %	Soziale Verantwortung	9 %	Nachhaltigkeit	13 %
Innovationskraft	7 %	Innovationskraft	7 %	Charismatischer CEO/ Geschäftsführer	11 %
Solidität des Unternehmens	5 %	Nachhaltigkeit	7 %	Innovationskraft	10 %
Konzernstruktur	5 %	Konzernstruktur	3 %	Konzernstruktur	5 %
Traditionsunternehmen	2 %	Traditionsunternehmen	3 %	Traditionsunternehmen	3 %

# Attraktivitätstreiber im europäischen Vergleich

## Summary

---

Betrachtet man die Attraktivitätstreiber in den benachbarten Ländern Frankreich, Dänemark und Ungarn, so lassen sich teils unterschiedliche Schwerpunkte erkennen.

Während Studierende in Frankreich und Dänemark (55 Prozent und 65 Prozent) besonderen Wert auf Entwicklungsperspektiven und Karriereoptionen legen, steht für 64 Prozent der Befragten in Ungarn vor allem eine gute Work-Life-Balance im Vordergrund. Darüber hinaus spielt der Aspekt der Vergütung für 39 Prozent eine wichtige Rolle, während diesem in Dänemark (18 Prozent) kaum Relevanz bei der Wahl des Arbeitgebers zugesprochen wird.

Für 28 Prozent der befragten Studierenden in Frankreich spielt dagegen das Kriterium der Internationalität eine wichtige Rolle, während dieses in Dänemark und Ungarn weniger entscheidend ist.

Weniger relevant bei der Arbeitgeberwahl sind sowohl in Frankreich als auch in Dänemark und Ungarn die Aspekte Konzernstruktur, Nachhaltigkeit und Traditionsunternehmen.

# Familienunternehmen als Arbeitgeber

Wo würden Sie lieber arbeiten – in einem börsennotierten Großkonzern oder in einem Familienunternehmen?

	Deutschland		Dänemark	Frankreich	Ungarn
	<u>2011</u>	<u>2010</u>	<u>2011</u>	<u>2011</u>	<u>2011</u>
Präferenz für Familienunternehmen	62%	60%	8%	22%	18%
Präferenz für börsennotierte Großkonzerne	38%	40%	42%	45%	48%
Neutral	./.	./.	50%	33%	34%

Während in Deutschland knapp zwei Drittel der befragten Studierenden ein Familienunternehmen gegenüber einem börsennotierten Großkonzern bevorzugen, so würden die Befragten in Frankreich und Ungarn eher in einem börsennotierten Großkonzern arbeiten wollen. In Dänemark bewerten 50 Prozent diese Entscheidung als „neutral“, müssten sie sich entscheiden, würden 42 Prozent ebenfalls einen Großkonzern anstelle eines Familienunternehmens wählen.

# Börsennotierter Großkonzern vs. Familienunternehmen (I)

## Assoziationen

Börsennotierter Großkonzern	
<u>2011</u>	<u>2010</u>
<b>negativ</b>	<b>negativ</b>
» Starke Hierarchiestrukturen, lange Entscheidungswege, Kurzlebigkeit	» Konzerndruck, lange Entscheidungswege, unübersichtlich, starr
» Weniger menschlich, Leistungsdenken, unpersönlich, abstrakt	» Eher von wirtschaftlichen Abschwüngen betroffen
» Schlechte Work-Life-Balance, schwierige Familienplanung	» „Ellenbogenkarriere“, Anonymität, unpersönlich, feste (Entscheidungs-) Hierarchie, wenig Eigenverantwortung/Entfaltungsmöglichkeiten, Größe
» Verantwortungen verlaufen sich im Sand, Abteilungsdenken, Anonymität	» Profitgetrieben, Transparenz, hohe Mitarbeiterfluktuation
<b>positiv</b>	<b>positiv</b>
» Dynamisch, international, abwechslungsreich	» Internationalität, solide, Kapitalmarkt-orientiert, diversifiziert, professionell
» Innovativ, interessantere Tätigkeiten, bessere Großkunden, Standortwahl	» Hoher Umsatz, Aktien, viele Mitarbeiter, eventuelle Gewinnbeteiligung
» Karrieremöglichkeiten, gute Verdienstmöglichkeiten, finanziell beständig	» Bessere Karrierechancen, höheres Ansehen, höheres Gehalt
» Erfolg/erfolgreiche Produkte, professionell	» Viele Ausbildungs- und Karrierechancen

# Börsennotierter Großkonzern vs. Familienunternehmen (II)

## Assoziationen

Familienunternehmen	
<u>2011</u>	<u>2010</u>
<b>negativ</b>	<b>negativ</b>
» Weniger dynamisch, hierarchisch geprägt, starre Strukturen	» Unmodern, konservativ, undynamisch
» Geringe/keine Aufstiegschancen	» Krisenanfälligkeit
» Niedrigere Bezahlung	» Tradition, verstaubt, starre Strukturen
» Geringe/keine Internationalität	» Geringe Weiterbildungsmöglichkeiten
<b>positiv</b>	<b>positiv</b>
» Kurze Kommunikationswege, schnelle Entscheidungsfindung	» Fache Hierarchien, schnelle Entscheidungswege, mehr Perspektiven
» Familiärer, persönlicher, besseres Arbeitsklima	» Gewachsene Werte, Beständigkeit, meist regional oder national verankert
» Arbeitnehmerfreundlich, Work-Life-Balance, Mitarbeiter steht im Fokus	» Persönlicher Umgang, familiäres Umfeld, weniger Hierarchien, kollegiale Kommunikation
» Größerer Verantwortungsbereich, höhere Identifikation mit Unternehmen	» Unternehmenskultur, kollegiales Umfeld, Qualitätsarbeit, Tradition, man kennt sich, Work-Life-Balance

# Börsennotierter Großkonzern vs. Familienunternehmen

## Summary

---

Für das Arbeiten in einem **Familienunternehmen** sprechen auch in diesem Jahr assoziierte Faktoren wie ein besseres Arbeitsklima, eine gute Work-Life-Balance, eine höhere Identifikation mit dem Unternehmen sowie kurze Kommunikationswege und schnelle Entscheidungsfindungen. Weitere entscheidende Attribute sind Arbeitnehmerfreundlichkeit, der Mitarbeiter im Fokus des Unternehmens sowie größere Verantwortlichkeit.

Als eher negative Faktoren werden eine niedrige Bezahlung, geringe Aufstiegschancen und Internationalität sowie eine fehlende Dynamik assoziiert.

Für das Arbeiten in einem **börsennotierten Großkonzern** dagegen sprechen Internationalität, Dynamik, die Standortwahl und gute Verdienstmöglichkeiten. Darüber hinaus werden gute Karrieremöglichkeiten, Professionalität, erfolgreiche Produkte, abwechslungsreiche und interessante Tätigkeiten mit einem Großkonzern assoziiert.

Eine schlechte Work-Life-Balance, Unpersönlichkeit, striktes Leistungsdenken, Anonymität sowie lange Entscheidungswege werden wiederum als negative Attribute in Verbindung mit einem börsennotierten Großkonzern gebracht.

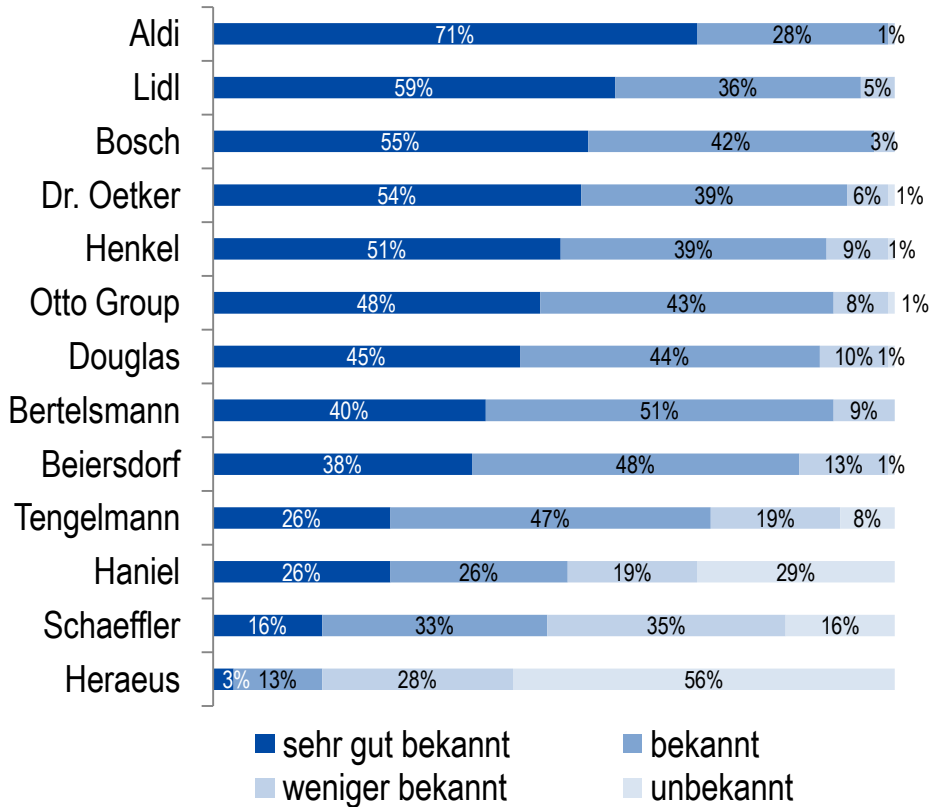
# Vorteile und Nachteile von Familienunternehmen

Vorteile		Nachteile	
<u>2011</u>	<u>2010</u>	<u>2011</u>	<u>2010</u>
» Angenehmeres Arbeitsklima, engerer Kontakt zwischen den Mitarbeitern	» Traditionsbasiert, flache Hierarchien, enger Bezug zu den Mitarbeitern	» Oft nicht international ausgerichtet	» Blick endet oft an Standortgrenze
» Flache Hierarchie, individuellere Entwicklung und Entfaltungsmöglichkeiten, Arbeitsplatzsicherheit	» Fokussierter auf den Mitarbeiter, mehr Entfaltungsmöglichkeiten, familiäre Atmosphäre, wenig Gefahr vor Übernahme oder Kapitalverlust	» Sehr abhängig von einer/wenigen Personen, geringere Verdienst- und Aufstiegsmöglichkeiten, da Management familiendominiert	» Langsamere Aufstiegsmöglichkeiten aufgrund teilweise nie verändert/wenig angepasster Strukturen im Stellengefüge, fehlende Dynamik
» Langfristiger Erfolg, Mitarbeiter sind wichtiger Bestandteil der Unternehmensphilosophie	» Gefestigte Struktur, enge Verbundenheit mit den Angestellten, langfristige Interessen der Führung	» Familie (CEO) als alleiniger Entscheider, enger Kontakt zwischen Mitarbeitern und Geschäftsführer birgt Konfliktpotential	» Fehlende Internationalität, Einfluss der Familie kann schädlich für den Unternehmenserfolg sein
» Sehr hohe Identifikation mit dem Unternehmen führt zu hoher Motivation bei den Mitarbeitern	» Identifikation mit dem Unternehmen, Zusammengehörigkeitsgefühl	» Streit im Familienunternehmen unter den Familienangehörigen kann schwere wirtschaftliche Folgen haben	» Arbeitsplatzsicherheit
» Weniger Anonymität, familiäre und freundschaftliche Atmosphäre, familienfreundlich	» Bessere Work-Life-Balance, freundlicheres Arbeitsklima, nachhaltiges Wachstum	» Geringere Referenz für zukünftige Karriere	» Großkonzern sieht im Lebenslauf besser aus (Sprungbrett)

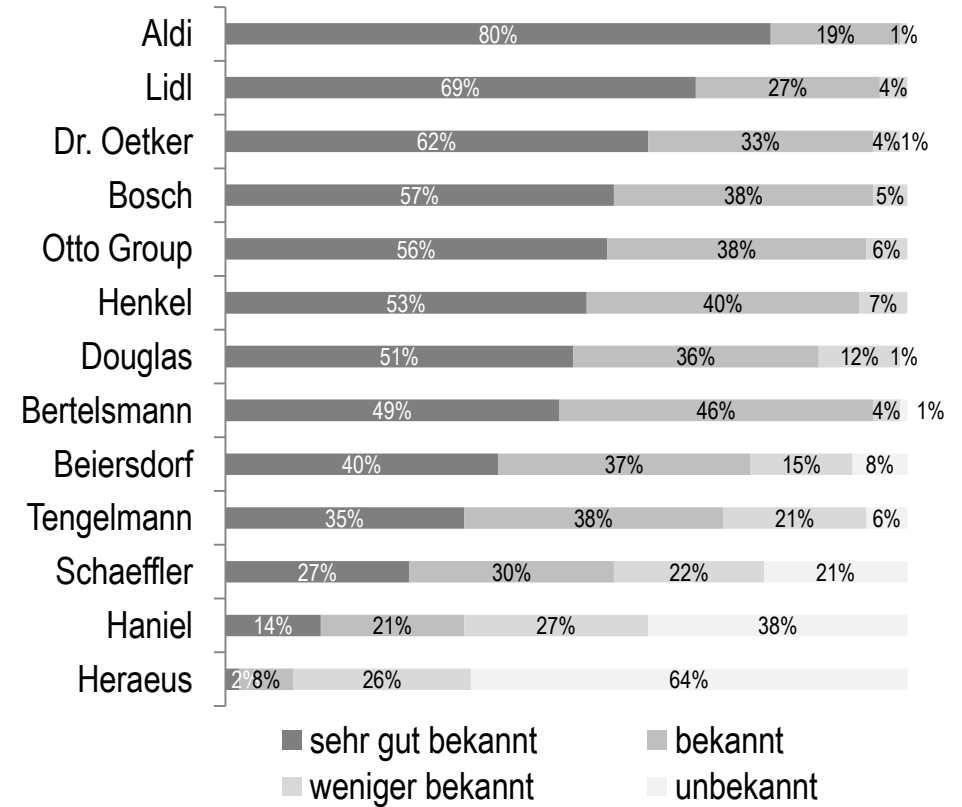
# Bekannt = Beliebt?

Welche der im Folgenden aufgeführten Familienunternehmen sind Ihnen wie gut bekannt?

**2011**

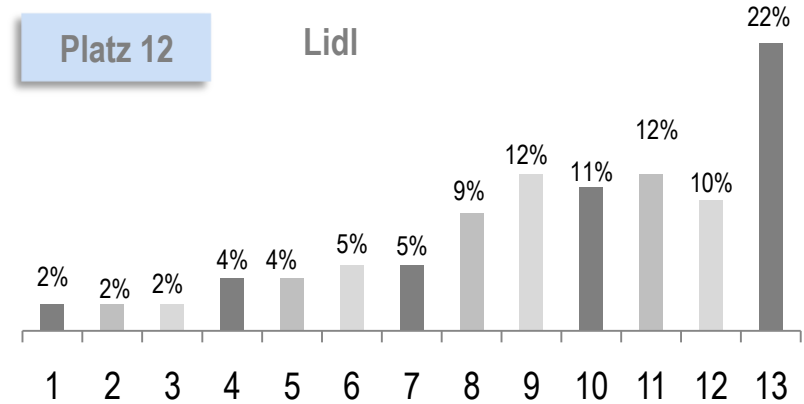
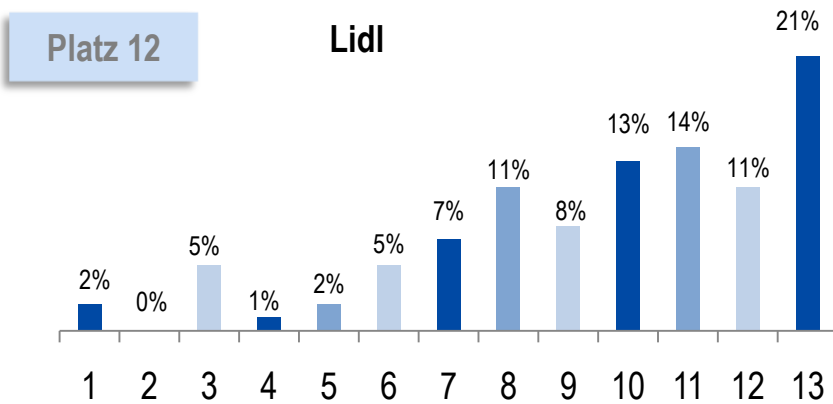
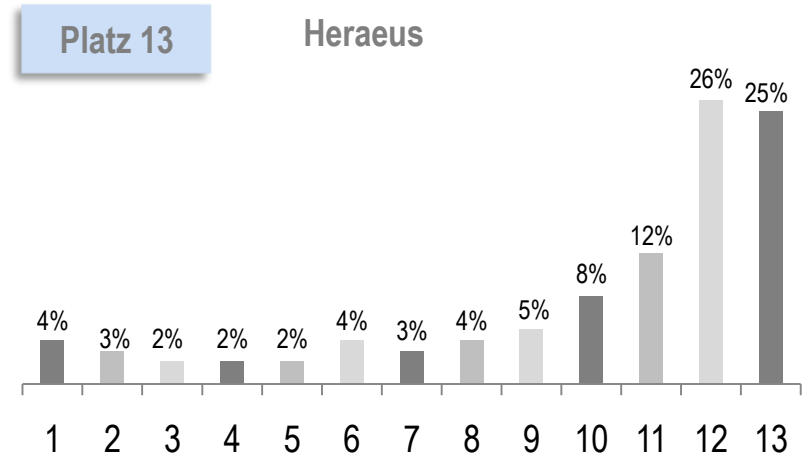
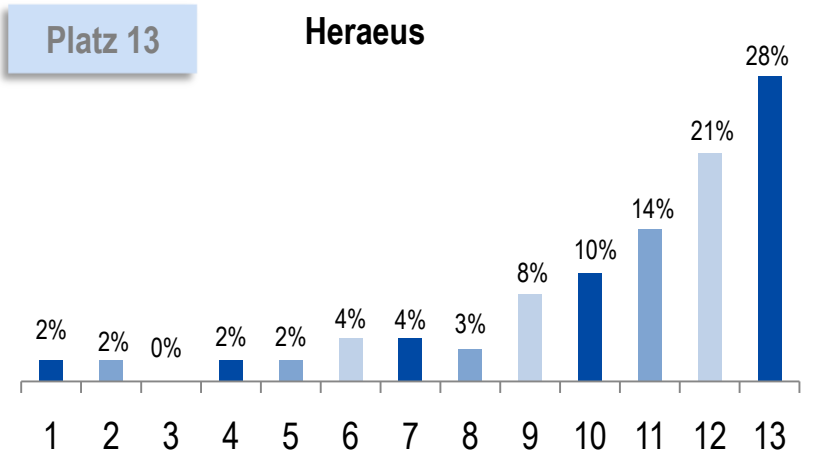


**2010**



# Bekannt = Beliebt?

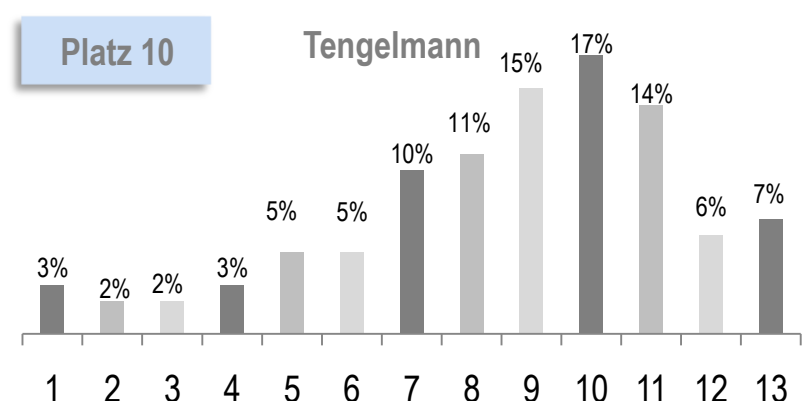
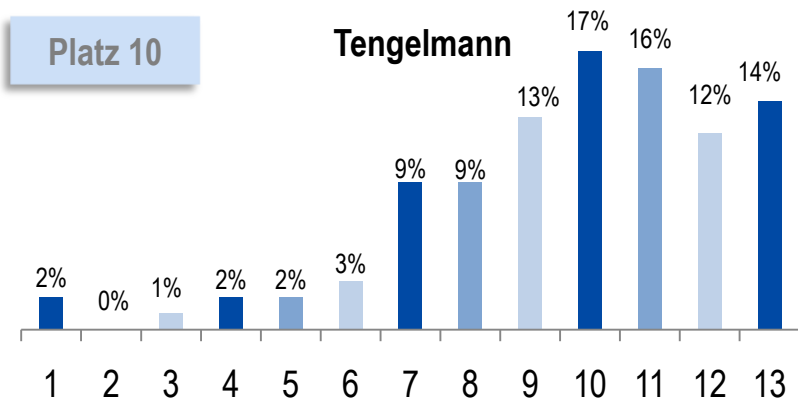
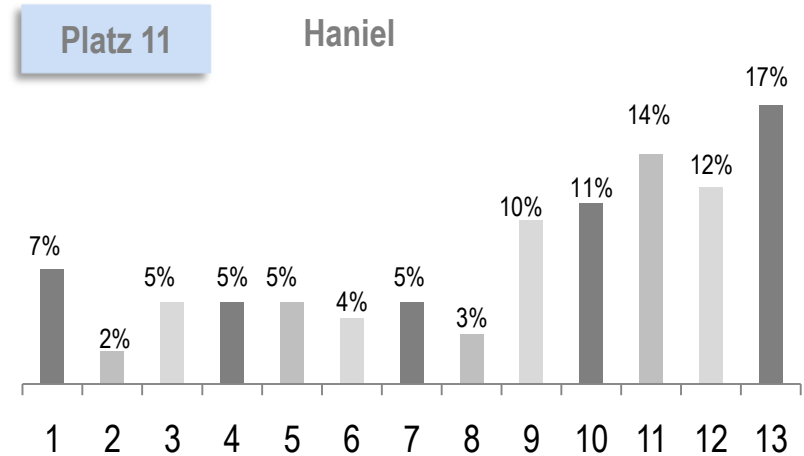
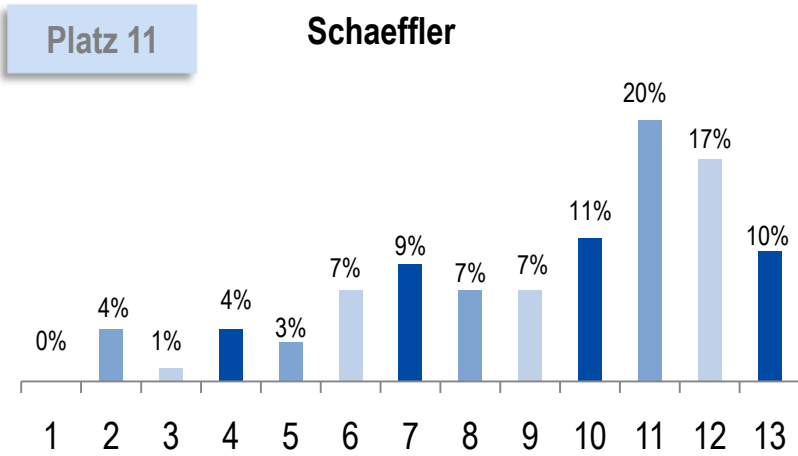
Welche der folgenden Unternehmen haben für Sie die höchste Arbeitgeberattraktivität? Bitte vergeben Sie die Plätze 1-13.



<sup>1</sup> Standardisierte Noten, siehe Appendix Seite 36

# Bekannt = Beliebt?

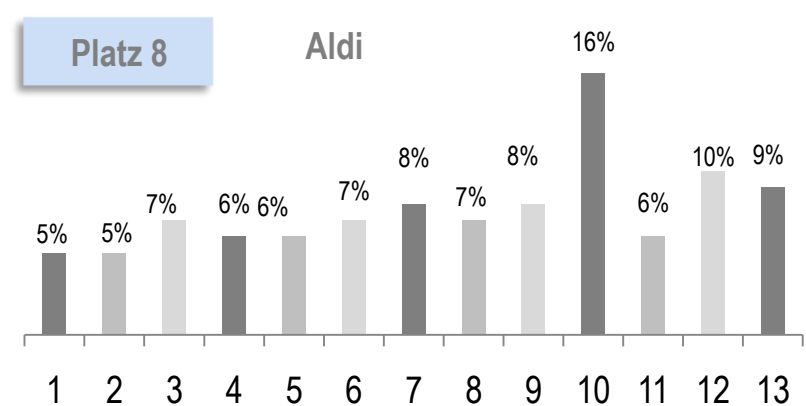
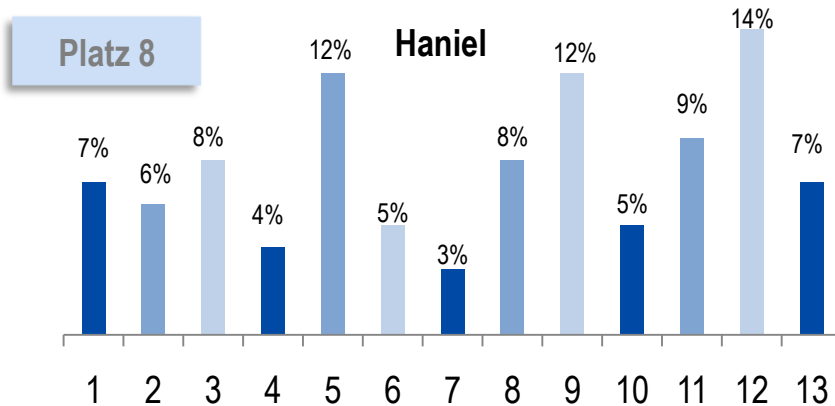
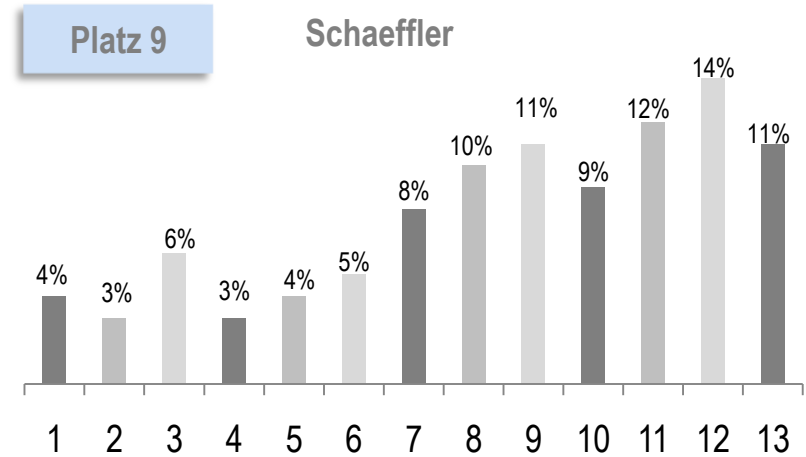
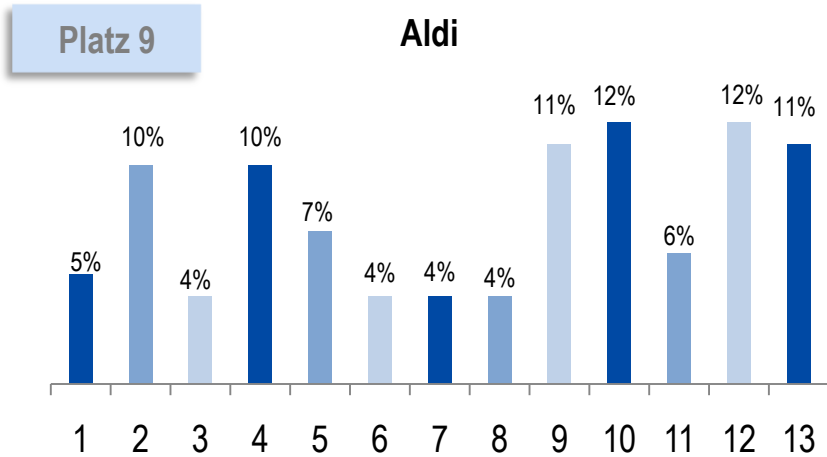
Welche der folgenden Unternehmen haben für Sie die höchste Arbeitgeberattraktivität? Bitte vergeben Sie die Plätze 1-13.



<sup>1</sup> Standardisierte Noten, siehe Appendix Seite 36

# Bekannt = Beliebt?

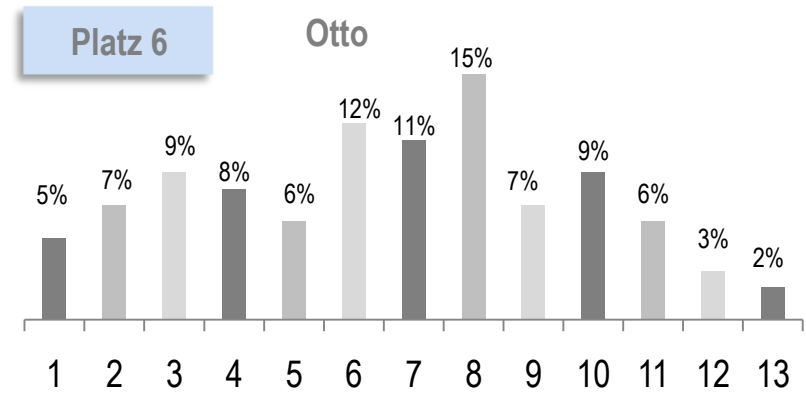
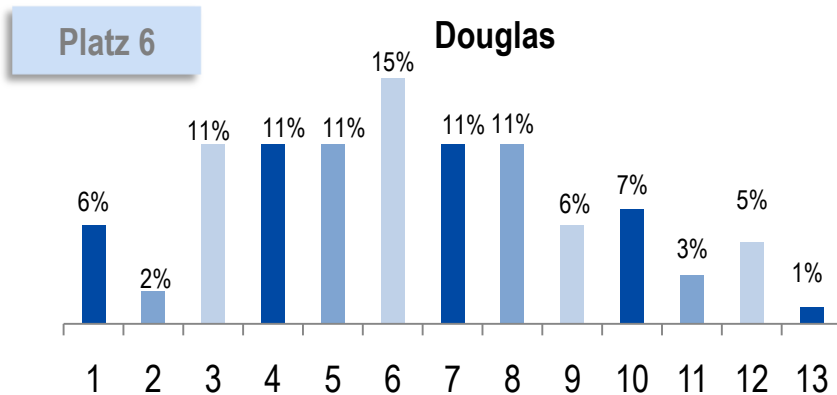
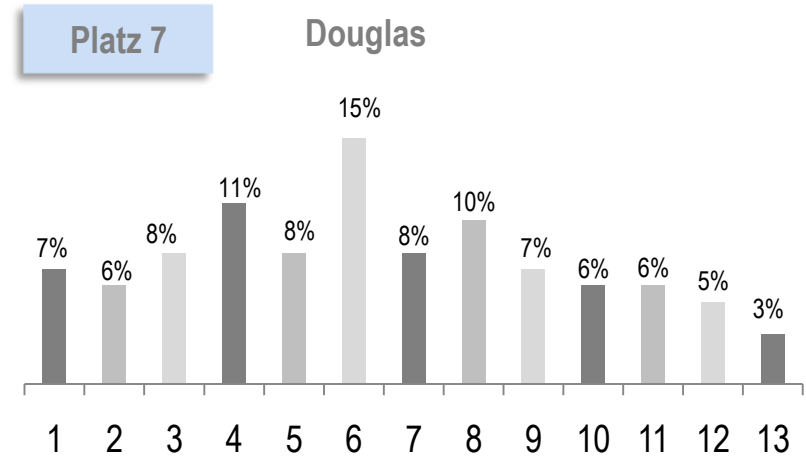
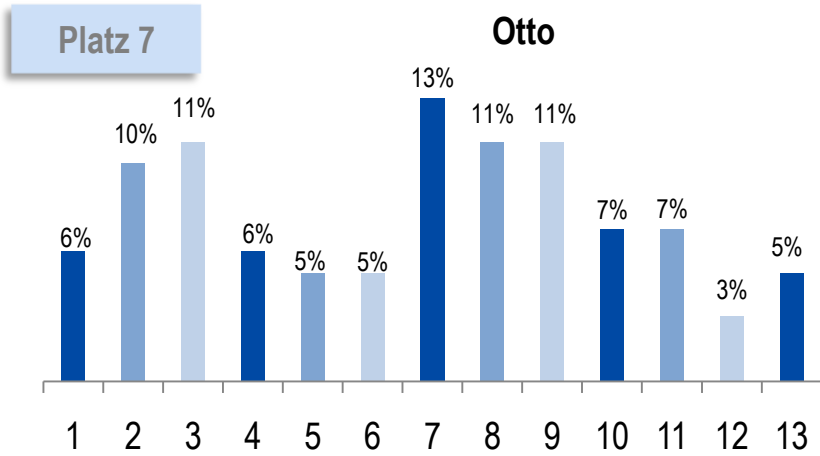
Welche der folgenden Unternehmen haben für Sie die höchste Arbeitgeberattraktivität? Bitte vergeben Sie die Plätze 1-13.



<sup>1</sup> Standardisierte Noten, siehe Appendix Seite 36

# Bekannt = Beliebt?

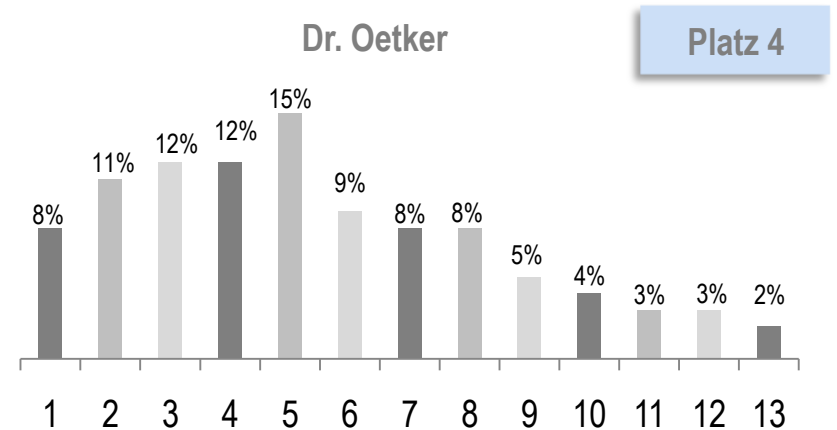
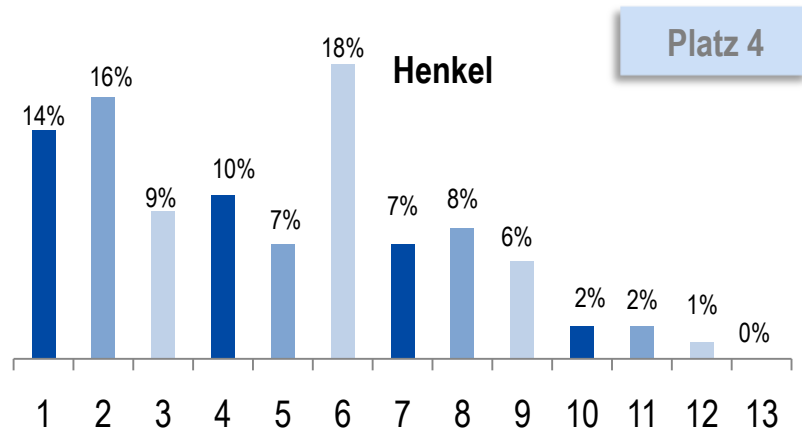
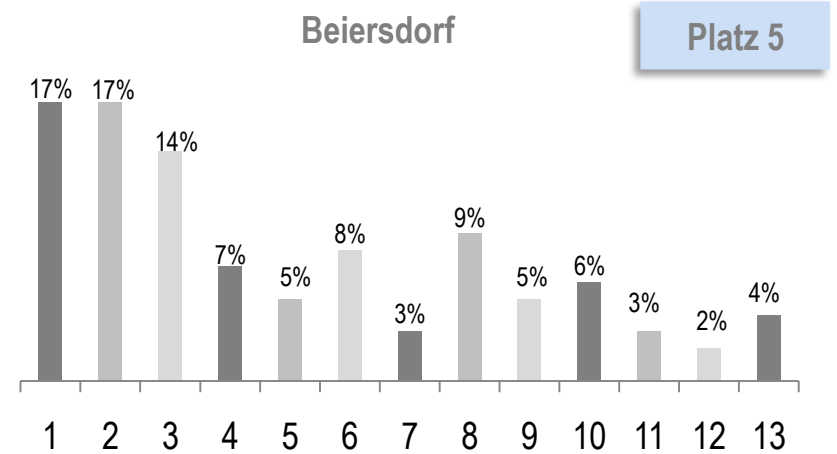
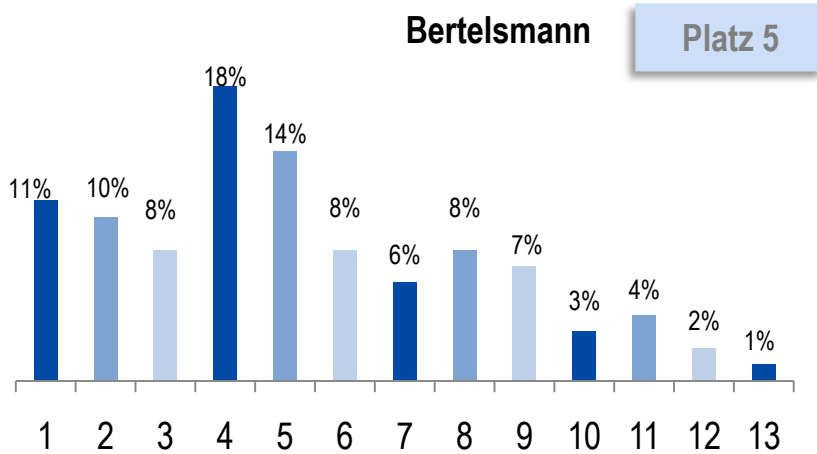
Welche der folgenden Unternehmen haben für Sie die höchste Arbeitgeberattraktivität? Bitte vergeben Sie die Plätze 1-13.



<sup>1</sup> Standardisierte Noten, siehe Appendix Seite 36

# Bekannt = Beliebt?

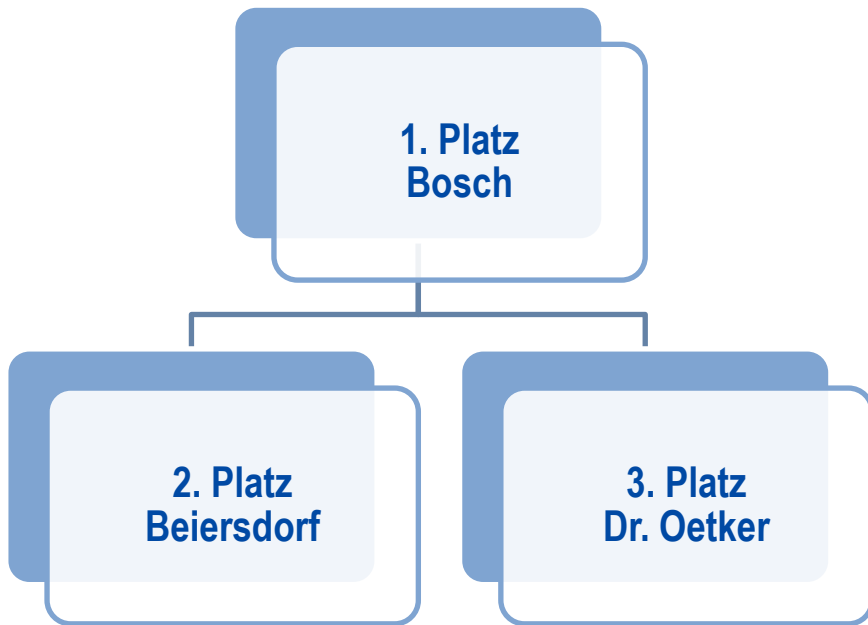
Welche der folgenden Unternehmen haben für Sie die höchste Arbeitgeberattraktivität? Bitte vergeben Sie die Plätze 1-13.



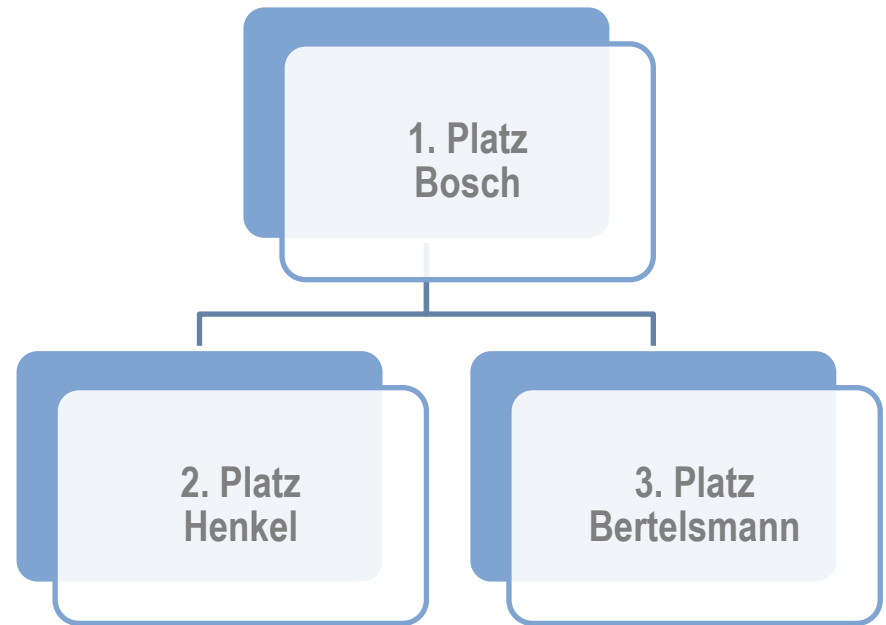
<sup>1</sup> Standardisierte Noten, siehe Appendix Seite 36

# Ranking der attraktivsten Arbeitgeber

2011

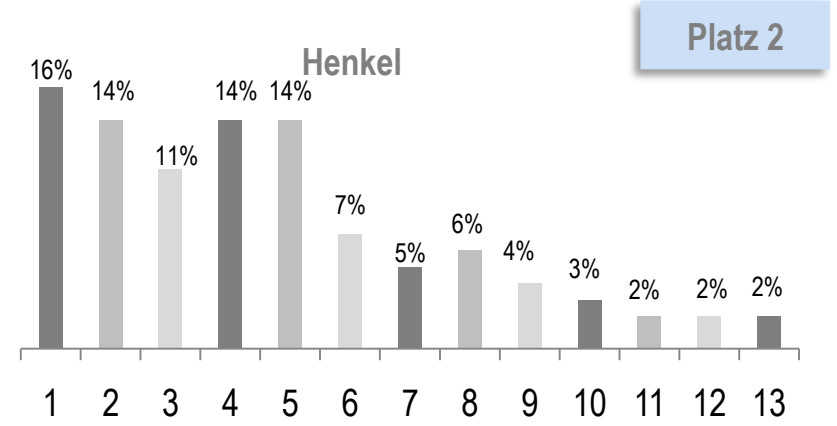
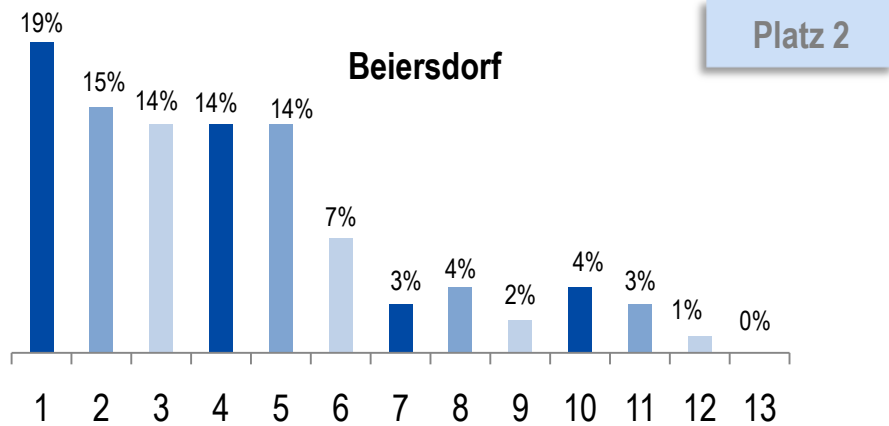
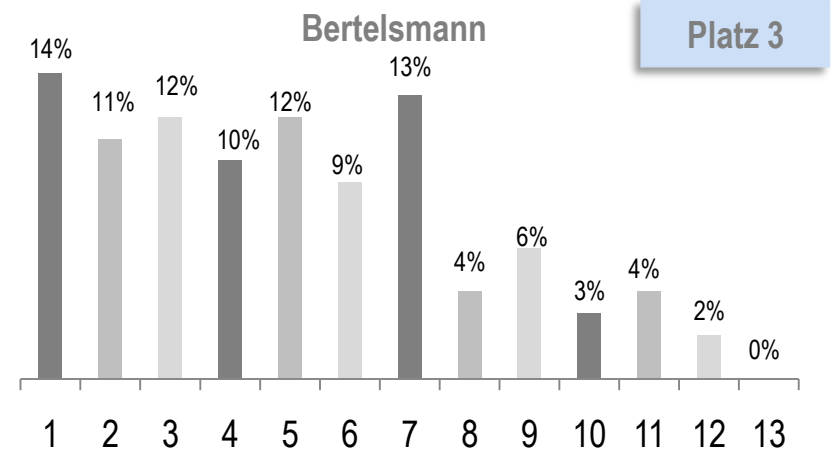
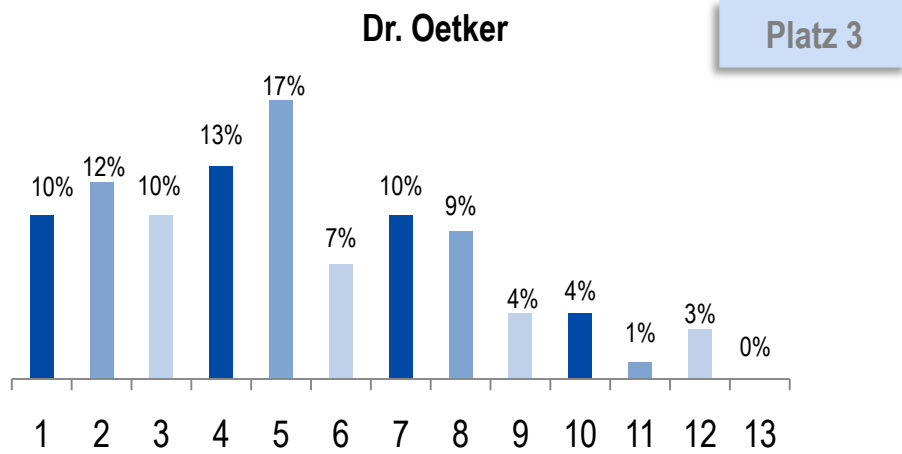


2010



# Bekannt = Beliebt?

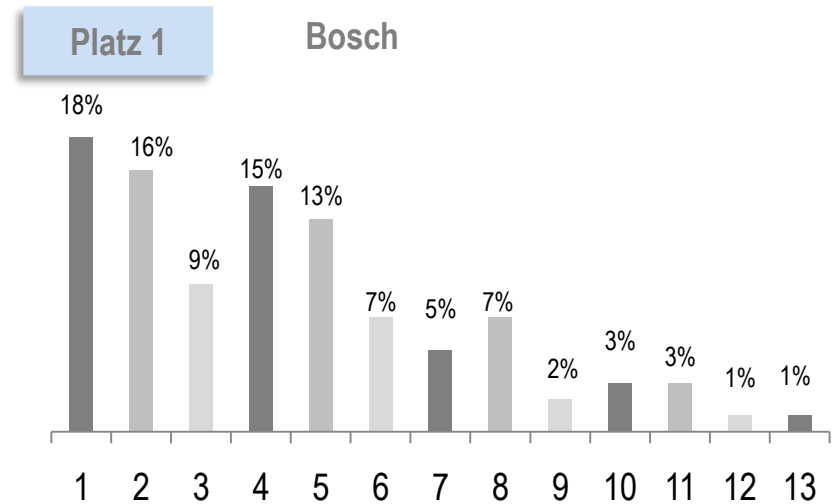
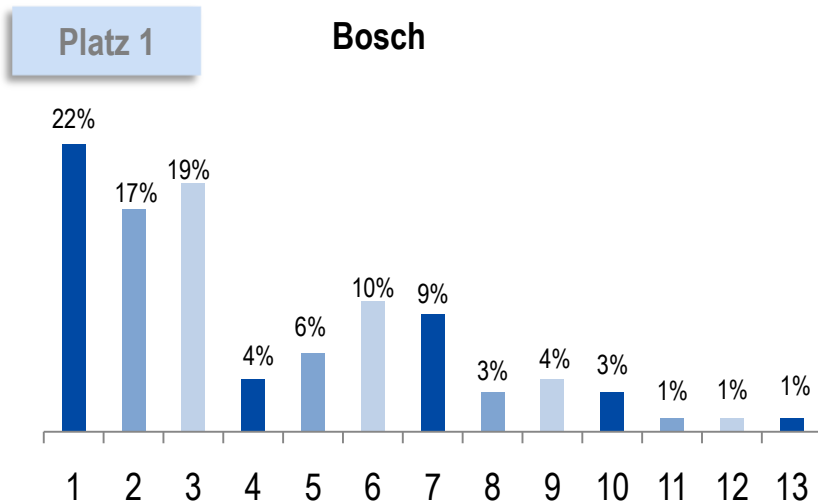
Welche der folgenden Unternehmen haben für Sie die höchste Arbeitgeberattraktivität? Bitte vergeben Sie die Plätze 1-13.



<sup>1</sup> Standardisierte Noten, siehe Appendix Seite 36

# Bekannt = Beliebt?

Welche der folgenden Unternehmen haben für Sie die höchste Arbeitgeberattraktivität? Bitte vergeben Sie die Plätze 1-13.

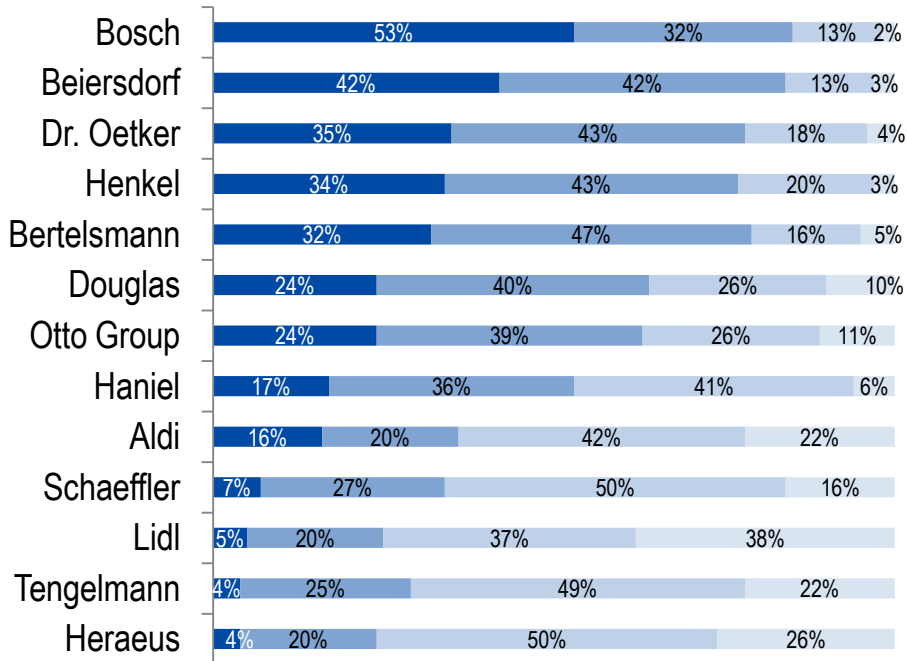


Die Robert Bosch GmbH ist auch in diesem Jahr wieder von den befragten Studierenden zum attraktivsten Arbeitgeber aus 13 zur Auswahl gestellten Unternehmen gewählt worden. Platz zwei und drei belegen in diesem Jahr die Unternehmen Beiersdorf und Dr. Oetker.

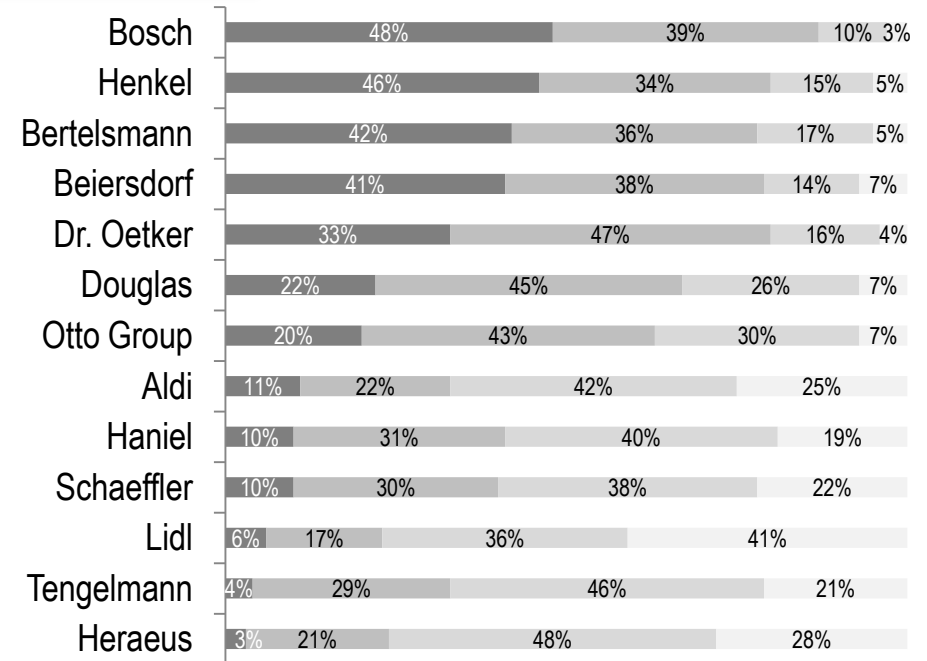
<sup>1</sup> Standardisierte Noten, siehe Appendix Seite 36

# Ranking Arbeitgeberattraktivität

## Arbeitgeberattraktivität



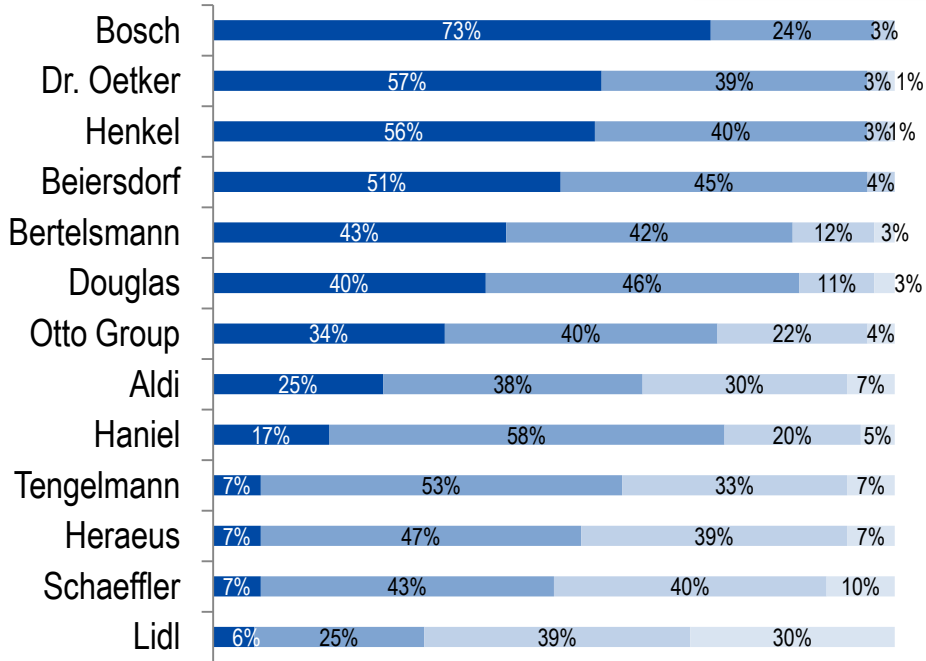
■ sehr hohe Arbeitgeberattraktivität  
 ■ eher hohe Arbeitgeberattraktivität  
■ eher niedrige Arbeitgeberattraktivität  
 ■ als Arbeitgeber unattraktiv



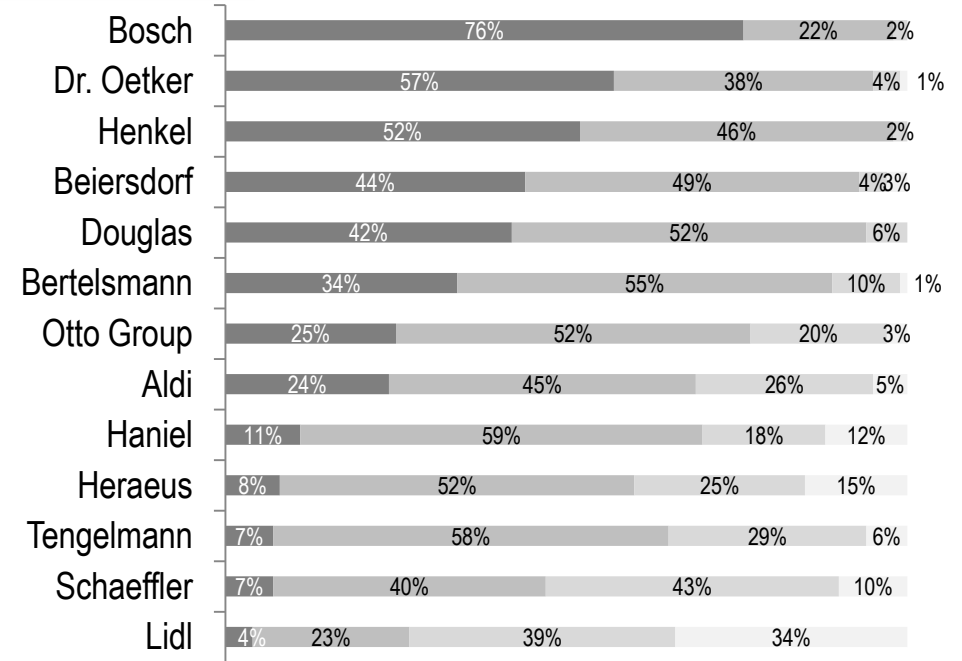
■ sehr hohe Arbeitgeberattraktivität  
 ■ eher hohe Arbeitgeberattraktivität  
■ eher niedrige Arbeitgeberattraktivität  
 ■ als Arbeitgeber unattraktiv

# Ranking Image

## Image



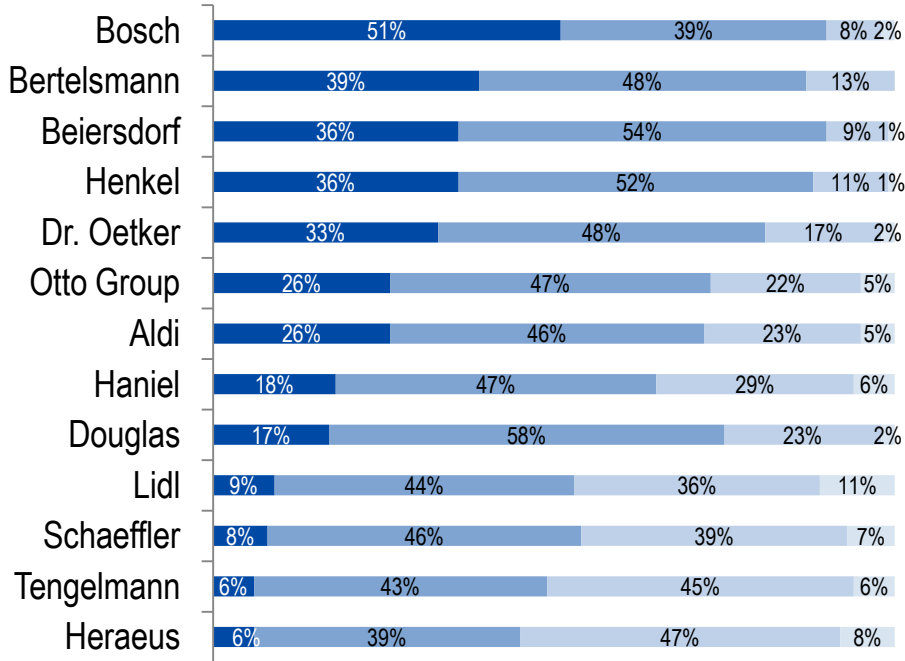
■ sehr gutes Image   
 ■ eher gutes Image  
■ eher schlechtes Image   
 ■ mangelhaftes Image



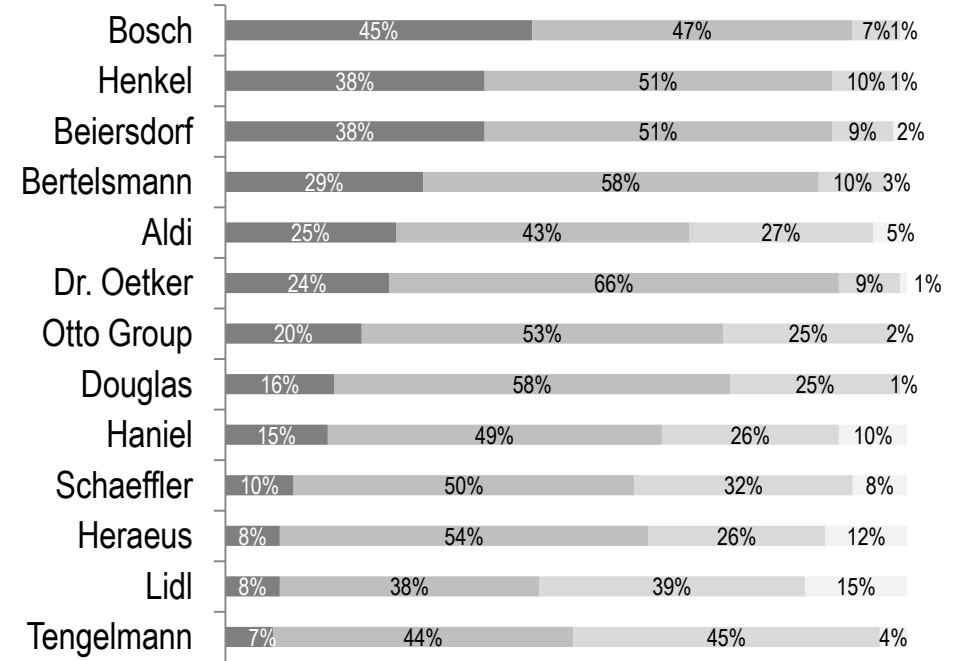
■ sehr gutes Image   
 ■ eher gutes Image  
■ eher schlechtes Image   
 ■ mangelhaftes Image

# Ranking Karrierechancen

## Karrierechancen



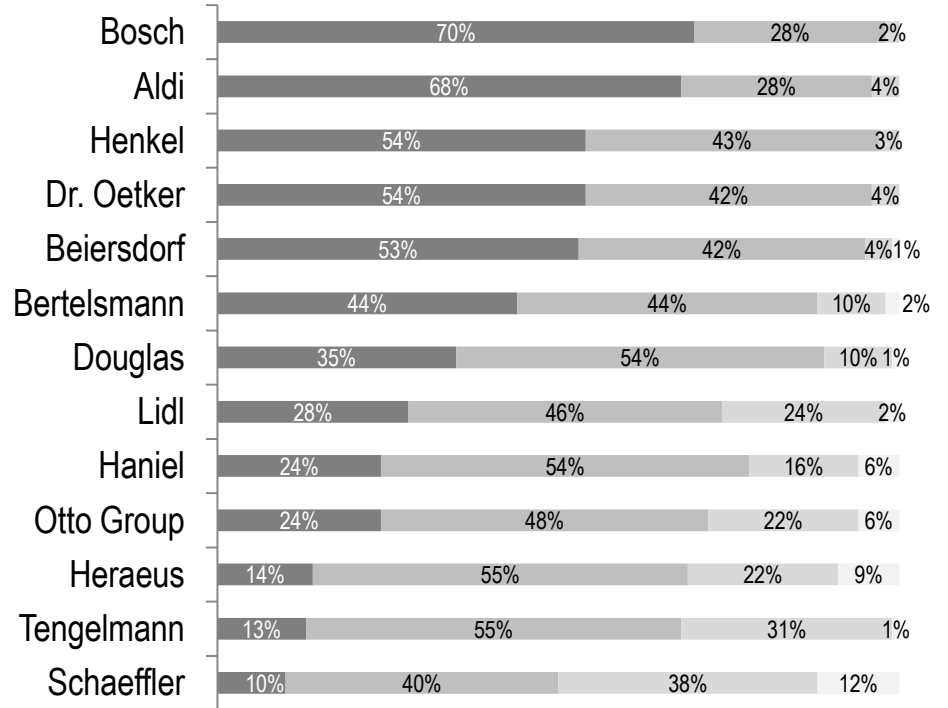
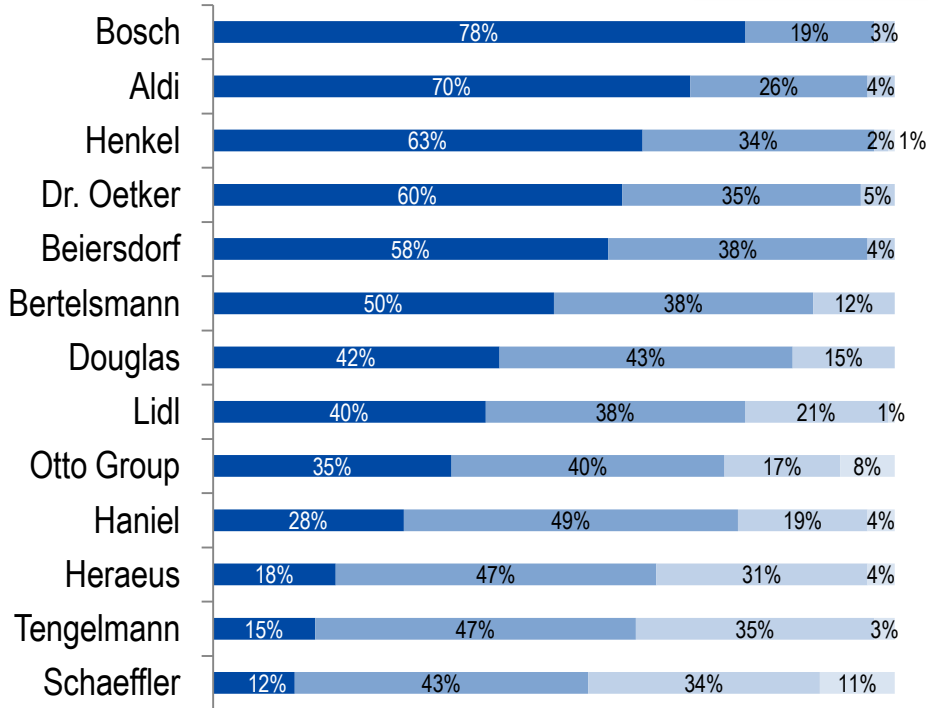
■ sehr gute Karrierechancen   
 ■ eher gute Karrierechancen  
■ eher schlechte Karrierechancen   
 ■ mangelhafte Karrierechancen



■ sehr gute Karrierechancen   
 ■ eher gute Karrierechancen  
■ eher schlechte Karrierechancen   
 ■ mangelhafte Karrierechancen

# Ranking Beständigkeit

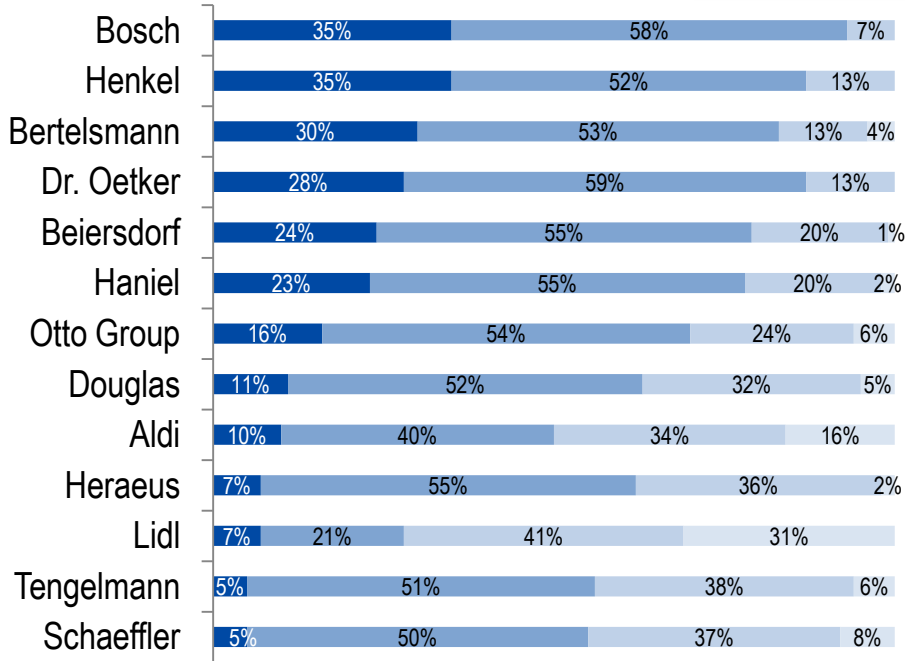
## Beständigkeit



■ sehr beständig  
 ■ eher beständig  
 ■ eher unbeständig  
 ■ unbeständig  
 ■ sehr beständig  
 ■ eher beständig  
 ■ eher unbeständig  
 ■ unbeständig

# Ranking Corporate Responsibility

## Corporate Responsibility



■ sehr verantwortungsbewusst   
 ■ eher verantwortungsbewusst  
■ weniger verantwortungsbewusst   
 ■ verantwortungslos



■ sehr verantwortungsbewusst   
 ■ eher verantwortungsbewusst  
■ weniger verantwortungsbewusst   
 ■ verantwortungslos

# Arbeitgeberattraktivität, Image, Karrierechancen, Beständigkeit, Corporate Responsibility

## Summary

---

Im **Arbeitgeberattraktivitäts-Ranking** belegt erneut die Robert Bosch GmbH mit 53 Prozent den ersten Platz als attraktivster Arbeitgeber. Auch Beiersdorf, Dr. Oetker und Henkel werden als sehr attraktive Arbeitgeber eingeschätzt. Unternehmen mit einer eher hohen Arbeitgeberattraktivität sind zudem Bertelsmann, Douglas, Otto und Haniel. Als eher unattraktiv werden Lidl, Heraeus, Tengelmann und Aldi bewertet.

Das **Image-Ranking** wird mit 73 Prozent ebenfalls von Bosch angeführt, gefolgt von Dr. Oetker, Henkel und Beiersdorf. Die hinteren Plätze belegen Schaeffler, Lidl, Heraeus, Aldi und Tengelmann.

Auch hinsichtlich der **Karrierechancen** führt Bosch das Ranking an: 51 Prozent der Studierenden sind davon überzeugt, bei Bosch auf sehr gute Karrierechancen zu treffen. Bertelsmann folgt auf dem zweiten Rang (39 Prozent). Beiersdorf und Henkel belegen den Rang drei mit je 36 Prozent. Mit eher guten Karrierechancen werden die Unternehmen Dr. Oetker, Otto, Haniel und Aldi bewertet. Das Schlusslicht bilden Heraeus, Tengelmann und Schaeffler.

Als **sehr beständiges** Unternehmen wurde Bosch mit 78 Prozent der befragten Studierenden bewertet, gefolgt von Aldi mit 70 Prozent und Henkel mit 63 Prozent. Als eher unbeständig werden Tengelmann, Schaeffler und Heraeus eingestuft.

Bosch und Henkel (je 35 Prozent) werden darüber hinaus als **sehr verantwortungsbewusst** bewertet, während Tengelmann (38 Prozent), Schaeffler (37 Prozent) und Heraeus (36 Prozent) als weniger verantwortungsbewusst beurteilt werden.

## Für welches Unternehmen würden Sie gerne arbeiten? Warum?

Unternehmen	weil...
Accenture	» Arbeitszeitmodell, Fortbildungsmöglichkeiten, Projektauswahl
Aldi	» Identifikation
Apple	» Innovativ, mitarbeiterfreundlich, passende Unternehmenskultur
artistravel	» Tolles Produkt, gutes Team
Audi	» Sehr aufstrebendes, erfolgreiches und innovatives Unternehmen
Bankhaus Metzler	» Traditionsreich, gut, kollegial
Barry Callebaut	» Internationales Unternehmen, spannende Produkte, anständige Entlohnung, attraktiver Standort
BCG	» Internationales Klima, Möglichkeit sich weiter zu entwickeln, gute Bezahlung, viele gute Projekte
Beiersdorf	» Gute Karrierechancen, ansprechende Produkte, vielseitige Tätigkeiten » Sehr familienfreundliches Unternehmen, international, attraktive Produkte

## Für welches Unternehmen würden Sie gerne arbeiten? Warum?

Unternehmen	weil...
Bertelsmann	» Interesse an Medienbranche, Geschäftsfeldern
BMW Group	» Spezialisierte Abteilungen, innovativ, international, hoher Mitarbeiterfokus, soziale Verantwortung » Attraktive Produkte, gute Karrierechancen
Bosch	» Innovatives Unternehmen » International, renommiert » Attraktive Entgeltstrukturen, Karrierechancen
Clopay	» Tolles Produkt
Coca Cola	» Image, Bekanntheit, Beständigkeit, Größe, Global Player, Purchase Intention, Produkte
Daimler	» Gutes Image, Gesamtkonzept, Unternehmenskultur, Vergütung, Work-Life-Balance
Deutsche Bank	» Aufstiegsmöglichkeiten, Entfaltungsmöglichkeiten
Dr. Oetker	» Attraktives Produktangebot, hohe Identifikation, modernes und gleichzeitig traditionelles Unternehmen » Sicherer Arbeitsplatz, gute Vergütung » Gute Trainee-Programme

## Für welches Unternehmen würden Sie gerne arbeiten? Warum?

Unternehmen	weil...
Douglas	» Interessante Aufgaben, v.a. mit Hinblick auf die Expansion im asiatischen Raum
EADS	» Europäische Ausrichtung
E.ON	» Interessante Branche, toller Arbeitgeber » Gute Entwicklungsmöglichkeiten
Fresenius	» Gesundheitsmarkt, Doppel-DAX-Konzern » Gute Karrieremöglichkeiten, Tradition, Internationalität
Google	» Hohe Arbeitgeberattraktivität » Unternehmenskultur, Lernfortschritt, Identifikation
Haniel	» Führendes Familienunternehmen Deutschlands » Lange Tradition, Markenverbund » Standortverbundenes Unternehmen, gutes Unternehmensklima
Henkel	» Traditionelles, gut situiertes Familienunternehmen mit gutem Ruf » Lokale Verbundenheit » Sehr faire Arbeitsverträge, Bonuszahlungen, Karrierechancen
Heraeus	» Großes internationales Unternehmen, sehr gute Perspektiven

## Für welches Unternehmen würden Sie gerne arbeiten? Warum?

Unternehmen	weil...
Iwan Budnikowsky GmbH & Co. KG	» Innovativ, langfristige Strategie , Unternehmertum, übernimmt Verantwortung für die Region
Kienbaum	» Aufstiegsmöglichkeiten, interessantes Arbeitsumfeld, interessante Aufgaben
L'Oréal	» Identifikation mit Produkten, attraktiver Hauptsitz in Frankreich
Lufthansa	» Groß, international, gute Bezahlungen, sonstige Mitarbeitervergütungen
Mayersche Buchhandlung	» Facettenreiches Arbeitsfeld, immer auf dem neuesten Stand in der Literatur, angenehme Räumlichkeiten
McKinsey & Co.	» Reisen, Länder, Menschen, Vergütung
Otto Group	» Standort, Internationalität, Handel » Traditionsunternehmen, Produktvielfalt, Aufstiegsmöglichkeiten
Porsche	» Hohe Attraktivität, gute Bezahlung, tolle Produkte
Siemens	» Internationalität, Image » Inhouse Consulting, gute Aufstiegsmöglichkeiten
Targo Bank	» Innovativ, frisch, gute Karrierechancen

## Für welches Unternehmen würden Sie gerne arbeiten? Warum?

Unternehmen	weil...
Telekom	» Vielseitige Jobmöglichkeiten
Triumph International	» Fashion, international (auch im asiatischen Raum)
TUI Deutschland	» Internationalität
Vapiano	» Erfolgreicher Start Up der letzten Jahre
Volkswagen	» International, innovativ, großer Weiterbildungssektor
Villeroy und Boch	» Flache Hierarchien, vielfältige Entwicklungsmöglichkeiten, hohe Identifikation mit den Produkten
Sonstige Unternehmen: adidas, pricewaterhouse coopers, Procter & Gamble, Sanofi	

**Welche 13 Unternehmen stehen Ihrer Meinung nach für die folgenden Attribute? Bitte vergeben Sie die Plätze 1-3, Platz 1 für das Unternehmen, welches das Attribut am stärksten vertritt.**

Attribute	2011			2010		
	1.	2.	3.	1.	2.	3.
attraktive Vergütung	Bosch 19%	Tengelmann 14%	Beiersdorf 13%	Bosch 19%	Beiersdorf 15%	Tengelmann 14%
erfolgreich	Aldi 19%	Bosch 20%	Otto 13%	Aldi 20%	Bosch 18%	Otto 13%
familienfreundlich	Otto 18%	Douglas 13%	Bosch 13%	Douglas 17%	Bosch 15%	Beiersdorf 12%
gutes Image	Bosch 20%	Beiersdorf 16%	Otto 16%	Bosch 18%	Douglas 16%	Beiersdorf 14%
hoher Qualitätsstandard	Bosch 24%	Otto 15%	Beiersdorf 13%	Bosch 23%	Beiersdorf 15%	Douglas 16%
innovativ	Bosch 22%	Beiersdorf 20%	Otto 14%	Bosch 23%	Beiersdorf 18%	Otto 14%
internationale Karriere	Bosch 18%	Beiersdorf 16%	Otto 15%	Bosch 22%	Beiersdorf 16%	Otto 15%
konservativ	Douglas 14%	Aldi 11%	Bosch 10%	Douglas 14%	Aldi 11%	Bertelsmann 10%

<sup>1</sup> Standardisierte Noten, siehe Appendix Seite 36

**Welche 13 Unternehmen stehen Ihrer Meinung nach für die folgenden Attribute? Bitte vergeben Sie die Plätze 1-3, Platz 1 für das Unternehmen, welches das Attribut am stärksten vertritt.**

Attribute	2011			2010		
	1.	2.	3.	1.	2.	3.
nachhaltig	Bosch 18%	Otto 15%	Beiersdorf 14%	Bosch 19%	Beiersdorf 13%	Douglas 13%
sicher	Bosch 19%	Otto 14%	Douglas 12%	Bosch 22%	Beiersdorf 16%	Aldi 11%
umweltbewusst	Bosch 16%	Beiersdorf/Otto 15%	Douglas 10%	Bosch 22%	Otto 16%	Beiersdorf 11%
verantwortungsbewusst	Bosch 17%	Beiersdorf 15%	Otto 13%	Bosch 23%	Beiersdorf 14%	Otto 13%
vertrauensvoll	Bosch 19%	Douglas 15%	Beiersdorf 14%	Bosch 20%	Otto 14%	Douglas 14%

Das diesjährige Ranking der 13 zur Wahl gestellten Attraktivitätstreiber wird von der Robert Bosch GmbH dominiert: Bei zehn der 13 Attribute belegt Bosch den ersten Platz. Lediglich die Attribute erfolgreich, familienfreundlich und konservativ werden mit anderen Familienunternehmen assoziiert. Hier haben Aldi, Otto und Douglas die Nase vorn. Bereits im vergangenen Jahr hat Bosch das Ranking angeführt.

<sup>1</sup> Standardisierte Noten, siehe Appendix Seite 36

# Appendix

## Standardisierte Noten

1

	2011	2010
Hereaus	35,9	51,1
Lidl	43,2	63,6
Schaeffler/Haniel	49	74,7
Tengelmann	47,3	75,2
Aldi/Schaeffler	65,9	75,9
Haniel/Aldi	72,1	90,3
Otto/Douglas	73,5	113,6
Douglas/Otto	76,6	113,7
Bertelsmann/Beiersdorf	87,9	126,1
Henkel/Dr. Oetker	92,07	126,6
Dr. Oetker/Bertelsmann	92,08	132,2
Beiersdorf/Henkel	101,7	135,9

\* Die Platzierungen sind auf Basis der standardisierten Noten vergeben worden. Jeder Platz ist einem Rangwert zugewiesen worden, der mit der Anzahl der vergebenen Stimmen multipliziert und über die Stimmen pro Unternehmen sowie die Gesamtstimmenzahl standardisiert worden ist. Anschließend ist der prozentuale Anteil des Gesamtwerts gebildet worden.

2

	2011			2010		
Attribut	Platz 1	Platz 2	Platz 3	Platz 1	Platz 2	Platz 3
attraktive Vergütung	27,5	13,3	11,4	35,8	19,4	13,9
erfolgreich	27,0	26,8	10,9	42,8	25,6	12,5
familienfreundlich	16,8	11,5	10,3	23,3	16,7	10,1
gutes Image	29,2	14,9	14,5	31,6	19,3	16,9
hoher Qualitätsstandard	43,0	12,0	11,9	50,8	17,3	17,3
innovativ	36,6	24,1	10,3	46,9	26,0	13,7
internationale Karriere	23,5	15,5	12,1	47,0	20,1	17,1
konservativ	13,8	9,6	6,6	17,3	11,4	8,6
nachhaltig	18,9	13,6	11,3	29,4	13,6	12,9
sicher	24,8	9,7	8,0	39,8	17,9	11,7
umweltbewusst	13,9	12,8	5,0	20,3	12,5	12,1
verantwortungsbewusst	18,5	12,5	10,0	39,4	16,0	13,1
vertrauensvoll	35,8	19,4	13,9	34,5	14,7	14,0

# Kontakt

Für Fragen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung.

## Adresse

**Franz Haniel & Cie. GmbH**  
Franz-Haniel-Platz 1  
47119 Duisburg  
[www.haniel.de](http://www.haniel.de)

## Ansprechpartner

**Dietmar Bochert**  
Head of External Communications  
Fon: +49 203 806-578  
Fax: +49 203 806 80-578  
[dbochert@haniel.de](mailto:dbochert@haniel.de)