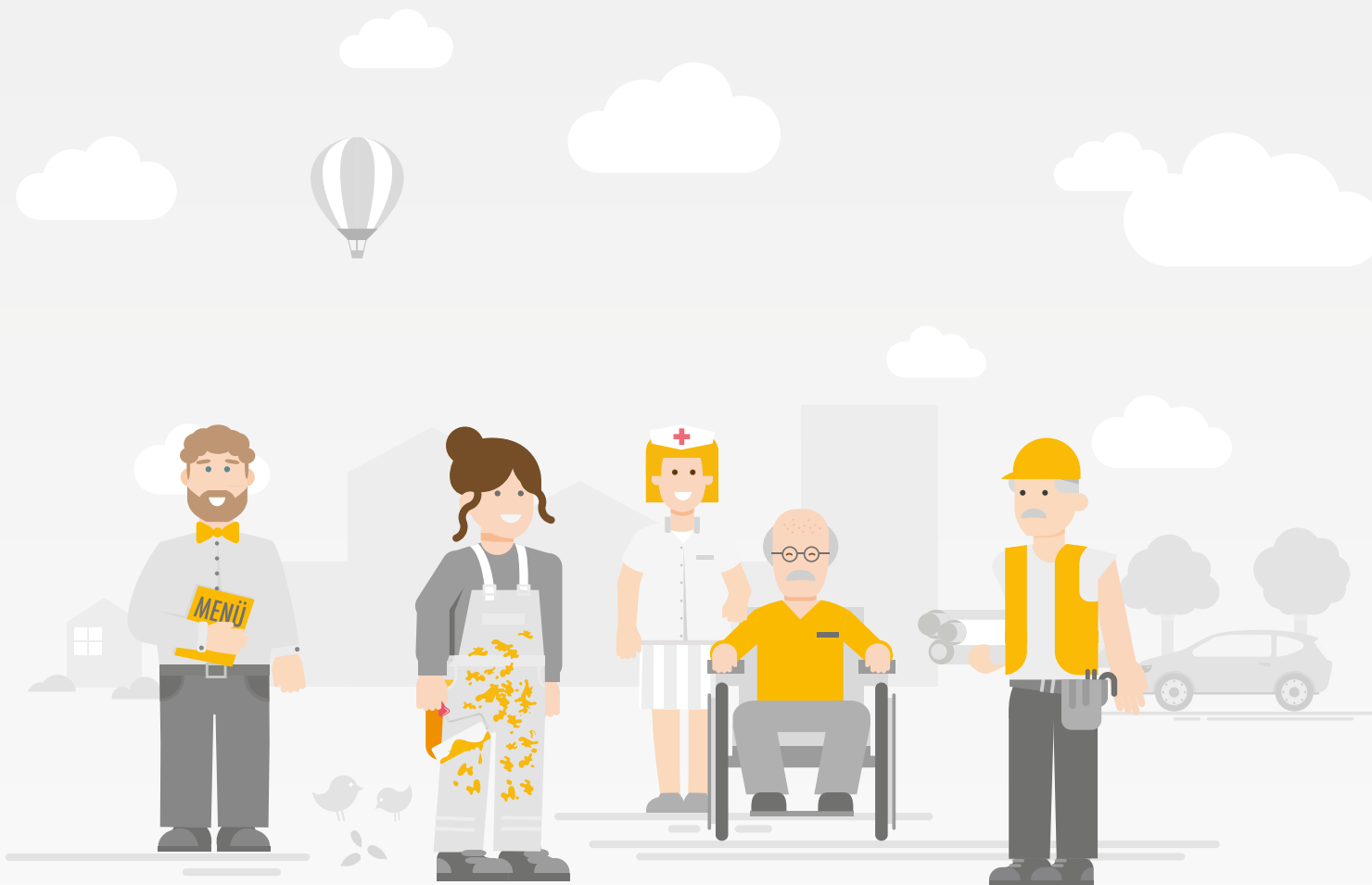




Blue Collar Deutschland

Die Karriere-Studie über den nichtakademischen Arbeitsmarkt von trendence und mobileJob

Über diese Studie

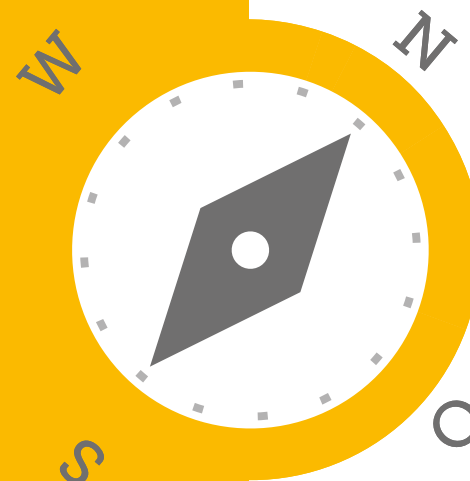
Für die Studie „Blue Collar Deutschland“ befragte das Beratungs- und Marktforschungsunternehmen trendence gemeinsam mit mobileJob 2.971 Beschäftigte, die dem nichtakademischen Arbeitsmarkt zuzuordnen sind.

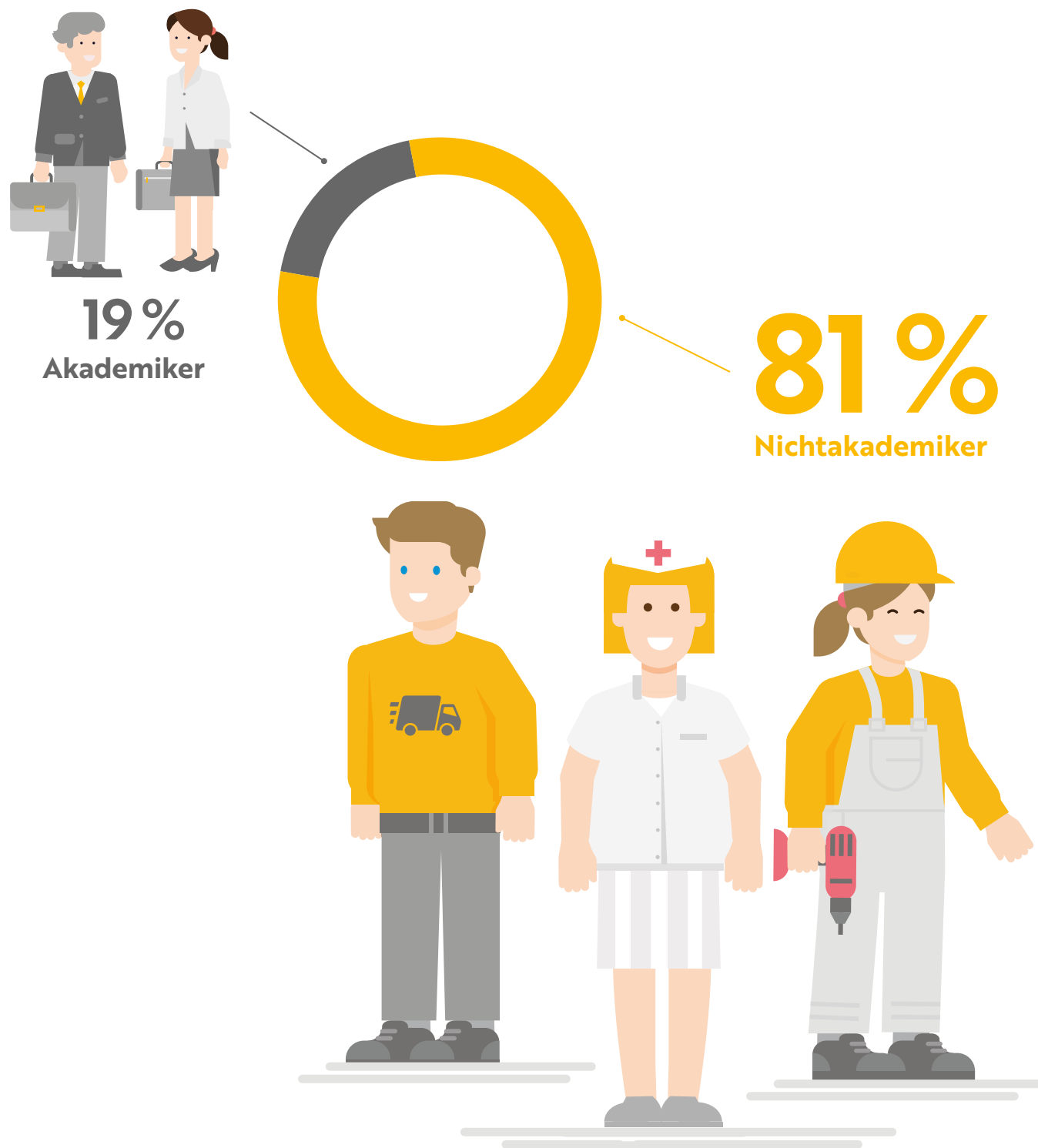
Die Befragten waren zum Zeitpunkt der Befragung (Juni/Juli 2017) zwischen 16 und 65 Jahre alt. 92 % von ihnen arbeiteten in Voll- und 8 % in Teilzeit. 82 % der Teilnehmer standen in einem unbefristeten Angestelltenverhältnis. Mit 78 % ist der Anteil der männlichen Teilnehmer vergleichsweise hoch.

Gesondert wurden die Berufsfelder Call Center, Chemie, Gastronomie, Gebäudemanagement, Handel, IT, Logistik, Maschinenbau, Öffentlicher Dienst, Pflege, Produktion, Sicherheit, Vertrieb, Werbung, Transport, verarbeitende Industrie sowie Versicherungswesen betrachtet.

Inhalt

Blue-Collar-Studie: Ausgangssituation	06
Summary: Die wichtigsten Erkenntnisse	07
Jobattribute: Ein guter Job und hohes Einkommen sind wichtig	09
Jobattribute: Finanzielle Anreize wichtiger als soziale Reputation	11
Verhältnis zu Führungskräften: Fachkompetenz ist gefragt	12
Jobzufriedenheit: Gute Arbeit muss geschätzt werden	14
Arbeitsorganisation: 38-40 Stunden werden als ideale Wochenarbeitszeit genannt	16
Quellen der Jobsuche: Die Jobsuche findet online statt	18
Zeiten der Jobsuche: Mediennutzung ist entscheidend	19
Über trendence	20
Über mobileJob	21





Verhältnis zwischen nichtakademischen und akademischen Arbeitnehmern in Deutschland

Quelle: Bundesagentur für Arbeit 2016

Blue-Collar-Studie

Ausgangssituation

Die Karriereperspektiven von Kandidaten im akademischen Umfeld sind vielfach ein offenes Buch. Der Haken daran: leider nur im akademischen Umfeld.

Drei Viertel der Kandidaten haben allerdings keinen akademischen Hintergrund. Ihre Sichtweise auf die berufliche Laufbahn wurde in der Vergangenheit viel zu lange vernachlässigt. Diese Lücke in der Arbeitsmarktforschung schließen wir mit der vorliegenden Studie. Analysen über die GenY, über qualifizierte Facharbeiter oder berufserfahrene Spezialisten in den MINT-Fächern gibt es zu Genüge. Der Fokus dieser Studie ist der Blue-Collar-Bereich. Gemeinsam haben die Initiatoren, trendence und mobileJob, diesen genau untersucht.

Ziel dieser Zusammenarbeit ist es, mehr darüber zu erfahren was nichtakademische Arbeitskräfte rund um ihren Beruf und ihre Jobsuche bewegt. Wo und wann suchen sie nach neuen Jobs? Wie bewerten sie ihre Vorgesetzten? Was treibt sie an? Und was sind die Argumente mit denen sie zu überzeugen sind?

Die Studie „Blue Collar Deutschland“ beantwortet all diese Fragen und geht in verschiedenen Branchen des nichtakademischen Arbeitsmarktes ins Detail.

Summary – Die wichtigsten Erkenntnisse



#1: Gehalt wichtiger als Prestige

Das Einkommen ist Nichtakademikern wichtiger als das soziale Ansehen, das mit ihrem Job verbunden wäre. Hintergrund: 82 % unserer Studienteilnehmer geben an, dass das Gehalt eine zentrale Bedeutung für sie hat. Die soziale Anerkennung ihres Berufs im Bekannten- und Freundeskreis ist dagegen mehr als 80 % der Befragten egal.



#2: Social Jobsuche im Trend

Immer mehr Bewerber im nichtakademischen Arbeitsmarkt nutzen soziale Netzwerke als Quelle für ihre Jobsuche. 36 % der Befragten gaben an, vornehmlich Facebook & Co zu nutzen, um ihre nächste berufliche Station in Angriff zu nehmen. Besonders in der Gastronomie-, Logistik- und Call Center-Branche ist dieses Jobsuchverhalten verstärkt angesagt.



#3: Work-Life-Balance – Fehlanzeige!

Die im Akademiker-Umfeld viel gepriesene Work-Life-Balance spielt im nichtakademischen Arbeitsmarkt eine untergeordnete Rolle. Nichtakademiker bevorzugen Zusatzleistungen, die konkret mit einem monetären Mehrwert verbunden sind. Vor allem hoch im Kurs: ein 13. Monatsgehalt, Weihnachtsgeld oder Urlaubsgeld.



#4: Finanzielle Zusatzleistungen sind gefragt

Zusatzleistungen ohne oder mit nur geringem finanziellen Anreiz sind für die Studienteilnehmer unattraktiv. Hintergrund: Zusätzliche Urlaubstage sind fast der Hälfte (48 %) egal oder gar unwichtig. Auch vermögenswirksame Leistungen oder Zuschüsse zur Gesundheitsversorgung lassen die Mehrheit kalt.



#5: Führungskräfte brauchen Fachkompetenz

Führungskräfte erhalten insgesamt eine relativ gute Note von ihren Mitarbeitern. Ginge es nach dem Schulnoten-Prinzip würden nichtakademische Arbeitnehmer ihren Vorgesetzten eine 2- auf das Zeugnis schreiben. Bei der Bewertung ihrer Chefs setzen sie dabei vor allem fachliche Maßstäbe an. Denn fachliche Kompetenz ist die Fähigkeit, die als allererstes von ihnen selbst erwartet wird.



#6: Jobsuche findet online statt

Das Internet ist die bestimmende Quelle der Jobsuche. Jobbörsen wie mobileJob, soziale Netzwerke wie Facebook sowie die Karriere-Webseiten der Arbeitgeber sind die meist genutzten Quellen der Kandidaten aus dem nichtakademischen Arbeitsmarkt. Gerade einmal vier von zehn Kandidaten nutzen noch Printmedien.



#7: Jobsuche von der Couch aus

Die Jobsuche findet in erster Linie nach Feierabend statt. Hintergrund: Während Akademiker in erster Linie während der Arbeitszeit nach neuen Herausforderungen suchen, starten Nichtakademiker ihre Jobsuche nach Feierabend von der Couch aus. 76 % der Befragten gaben dies in unserer Studie an.



#8: Passive Jobsucher sind mit ihrem Job einigermaßen zufrieden

Insgesamt geben Nichtakademiker ihrem gegenwärtigen Job eine durchschnittliche bis gute Note. Ginge es auch hier nach dem Schulnoten-Prinzip, gäbe es eine 3+. Diese Tatsache ist ein Indiz dafür, dass Arbeitnehmer aus dem Blue-Collar-Segment passive Jobsucher sind, denn um aktiv nach einem neuen Job zu suchen, bedürfte es sicher einer deutlich höheren Unzufriedenheit. Dazu kommt: Für eine aktive Suche ist für diese Zielgruppe ein extrem hoher Suchaufwand nötig, den Menschen, die nicht täglich an Ihrem PC sitzen und die auch nicht ständig auf der Suche nach der nächsten Sprosse auf ihrer Karriereleiter sind, oftmals scheuen.



#9: Wenn unzufrieden, dann vor allem mit dem Gehalt

Die Arbeitnehmer, die unzufrieden mit ihrem Job sind, geben in erster Linie eine zu geringe Bezahlung (64 %), fehlende Mitbestimmung im täglichen Job-Alltag (40 %) sowie schlechte Arbeitszeiten (36 %) als Hauptgründe dafür an.



#10: Mobile Jobsucher sind vermehrt unter der Woche aktiv

Der Anteil an Jobsuchern, die ihr Smartphone für die Jobsuche einsetzen, steigt kontinuierlich. Zudem sind sie vor allem an Wochentagen aktiv. Während alle Jobsucher sich nur zu 54 % von Montag bis Freitag über neue Stelle informieren, sind es bei den mobilen Nutzern 78 %.

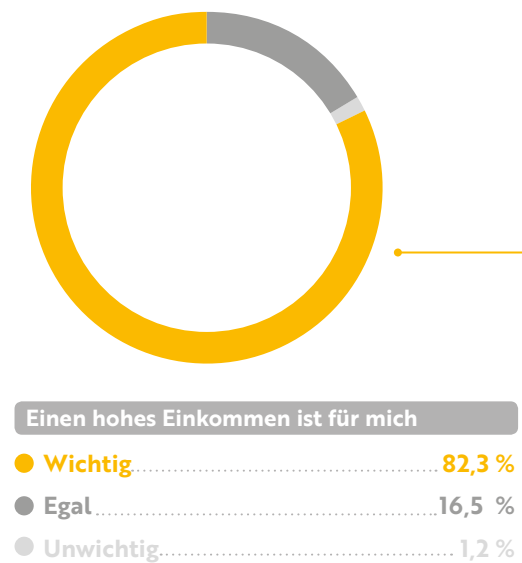
Jobattribute

Ein guter Job und hohes Einkommen sind wichtig

Einen guten Job zu haben ist Nicht-akademikern wichtig. Ganze **97%** der Studien-Teilnehmer gaben diese Antwort, lediglich **2,8%** ist es egal. Dieser hohe Wert zieht sich durch alle Berufsfelder. Vergleichsweise am niedrigsten ist er in der Transport-Branche, in der allerdings auch 94% der Befragten bestätigen, dass ihnen ihr Job wichtig ist.

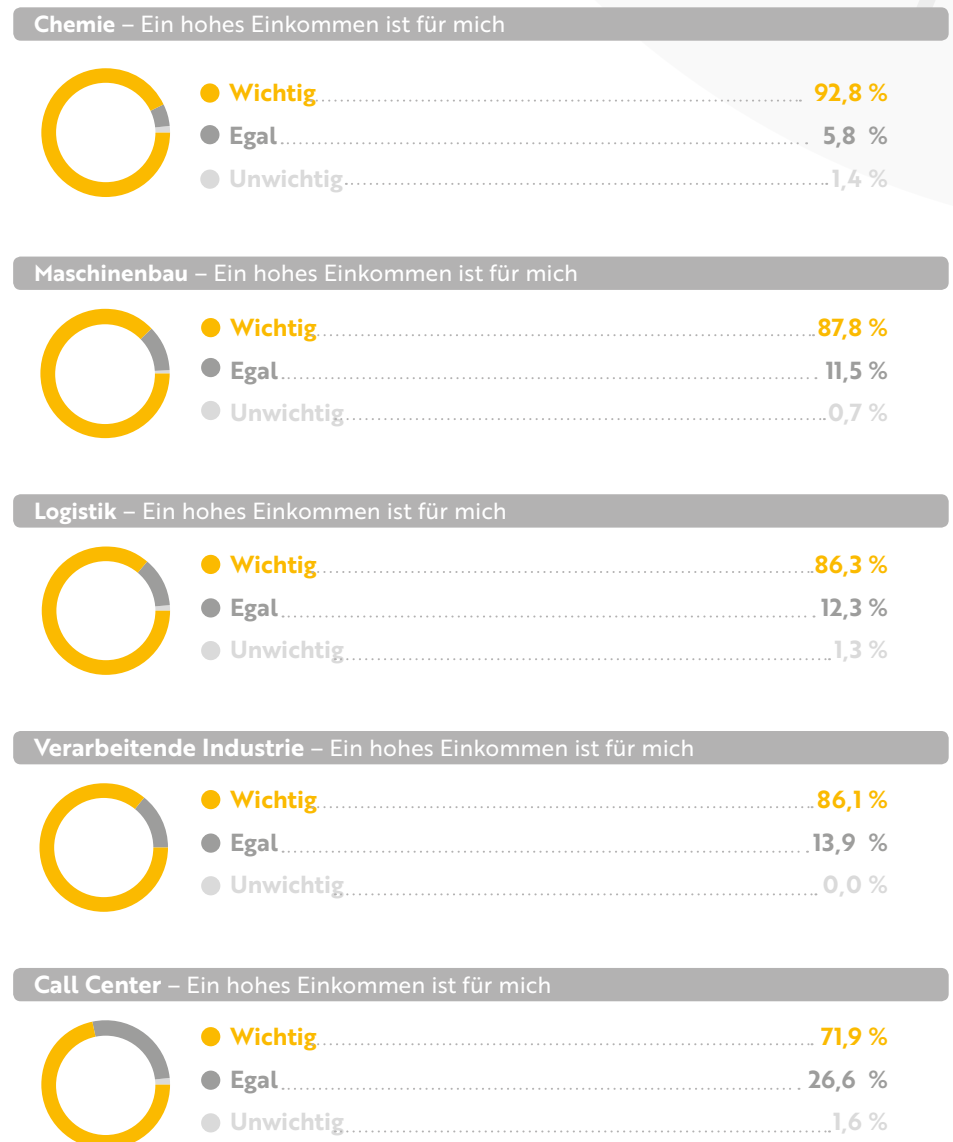


Das Gehalt muss stimmen
Das Einkommen spielt für Arbeitnehmer im nichtakademischen Umfeld die Hauptrolle bei der Bewertung ihres Berufs. **82%** von ihnen schreiben dem Gehalt die zentrale Bedeutung zu.



Gehalt – die Ergebnisse nach Branchen

Überdurchschnittlich wichtig ist das Gehalt für Mitarbeiter in den Branchen Chemie, Logistik, Maschinenbau, verarbeitende Industrie und Versicherungen. Am wenigsten wichtig ist es dagegen Kandidaten aus den Segmenten Call Center und Gastronomie.



Jobattribute

Finanzielle Anreize wichtiger als soziale Reputation

Soziale Reputation durch Job – kein großes Thema

Die Anerkennung des beruflichen Status durch Freunde, Familie oder Bekannte ist nichtakademischen Kandidaten vergleichsweise egal. Dies trifft auf mehr als die Hälfte (53,5 %) der Teilnehmer zu. Für deutlich über ein Viertel (28 %) ist sie gar unwichtig. Am wichtigsten ist es Mitarbeitern in Call Centern, was andere Menschen über ihren Job sagen. Aber auch hier ist der Anteil derjenigen, die das von sich sagen mit 25 % gering. Am wenigsten wichtig ist die Reputation in Job-Fragen übrigens Logistik-Mitarbeitern und Menschen, die im Maschinenbau-Umfeld arbeiten.

82,3 %

der Kandidaten ist ein hohes Einkommen wichtig.



Zusatzleistungen – die Ergebnisse im Detail

wichtig	Leistung	egal	unwichtig
67,8 %	13. Monatsgehalt	27,7 %	4,4 %
70,6 %	Urlaubsgeld	25,2 %	4,2 %
71,9 %	Weihnachtsgeld	24,5 %	3,7 %
64,4 %	Betriebliche Altersvorsorge	29,0 %	6,6 %
79,9 %	Kostenübernahme bei Weiterbildungen	17,1 %	3,0 %
35,8 %	Zuschüsse zu medizinischen Leistungen	50,9 %	13,3 %
38,1 %	Fahrgeldzuschüsse	46,5 %	15,4 %
17,5 %	Zuschüsse Kantine	47,9 %	34,6 %
49,6 %	Vermögenswirksame Leistungen	40,5 %	9,8 %
51,9 %	Zusätzliche Urlaubstage	40,6 %	7,5 %

Finanzielle Anreize sind gefragt

Zusatzleistungen gelten vielen Arbeitgebern als wichtige Argumente, um begehrte Arbeitskräfte von sich zu überzeugen. Das gilt auch für den nichtakademischen Arbeitsmarkt. Während aber im akademischen Umfeld vor allem Lösungen gefragt sind, die sich um die Attraktivität der Aufgabe, persönliche Entwicklungsmöglichkeiten sowie um eine ausgewogene Work-Life-Balance drehen, geht es im nichtakademischen Bereich vor allem um monetäre Anreize.

So ist beispielsweise für 68 % ein 13. Monatsgehalt wichtig, für 71 % Urlaubsgeld und für 72 % Weihnachtsgeld. Im Vergleich dazu: Zusätzliche Urlaubstage sind für 48 % egal oder unwichtig. Selbst vermögenswirksame Leistung (für mehr als die Hälfte egal oder unwichtig), Zuschüsse zu medizinischen Leistungen oder Fahrtkosten sind für die Mehrheit uninteressant, weil sie nicht als Netto-Beträge direkt in der Lohntüte landen, sondern meist gleich vom Bruttogehalt abgezogen werden.

Verhältnis zu Führungskräften

Fachkompetenz ist gefragt

Im nichtakademischen Umfeld sind die berühmten flachen Hierarchien, die in akademischen Jobs absolut angesagt sind, nicht praktikabel.

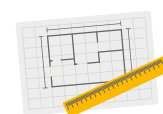
Vorarbeiter, Teamleiter oder Projektinhaber müssen führen, anleiten oder vorleben. Für ihre Tätigkeit werden Führungskräfte im nichtakademischen Umfeld auf einer Schulnoten-Skala von 1 bis 6 mit 2,7 bewertet, was der Schulnote „2-“

entsprechen würde. Wenn es darum geht, welche Eigenschaften einen guten Vorgesetzten ausmachen, steht fachliche Kompetenz an erster Stelle, gefolgt von Fairness und Verlässlichkeit. Emotionale Faktoren wie Einfühlsamkeit oder Härte spielen dagegen nur eine untergeordnete Rolle. Als Grund für Unzufriedenheit mit ihrem Job geben indes nur ein Viertel der Befragten ihren Vorgesetzten an.



80,8 %

Fachliche Kompetenz



80,2 %

Fairness



71,9 %

Verlässlichkeit



69,8 %

Klarheit in Anweisungen



65,5 %

Einbindung der Mitarbeiter

Kritikfähigkeit 57,9 %
Hilfsbereitschaft 43,1 %

Transparenz 41,9 %
Einfühlsamkeit 27,1 %

Härte 8,6 %
Distanz 6,4 %

Benotung der Vorgesetzten

Wenn Sie an Ihren momentanen Job denken: Welche Note würden Sie Ihrem/Ihrer jetzigen Vorgesetzte(n) geben? Die Abstufung erfolgt nach dem Schulnotensystem.



Sehr gut 15 %
Gut 35,7 %
Befriedigend 23,9 %
Ausreichend 14,7 %
Mangelhaft 8,2 %
Ungenügend 2,5 %



Durchschnittsnoten nach ausgewählten Branchen

Chemie Ø 2,5	Handel Ø 2,8
IT Ø 2,5	Öffentlicher Dienst Ø 2,8
Gastronomie Ø 2,7	Transport Ø 2,8
Gebäudemanagement Ø 2,7	Verarbeitende Industrie Ø 2,8
Maschinenbau Ø 2,7	Produktion Ø 2,9
Pflege/Gesundheit Ø 2,7	Logistik Ø 3,0
Call Center Ø 2,8	Sicherheit Ø 3,1

Was macht einen guten Vorgesetzten aus?

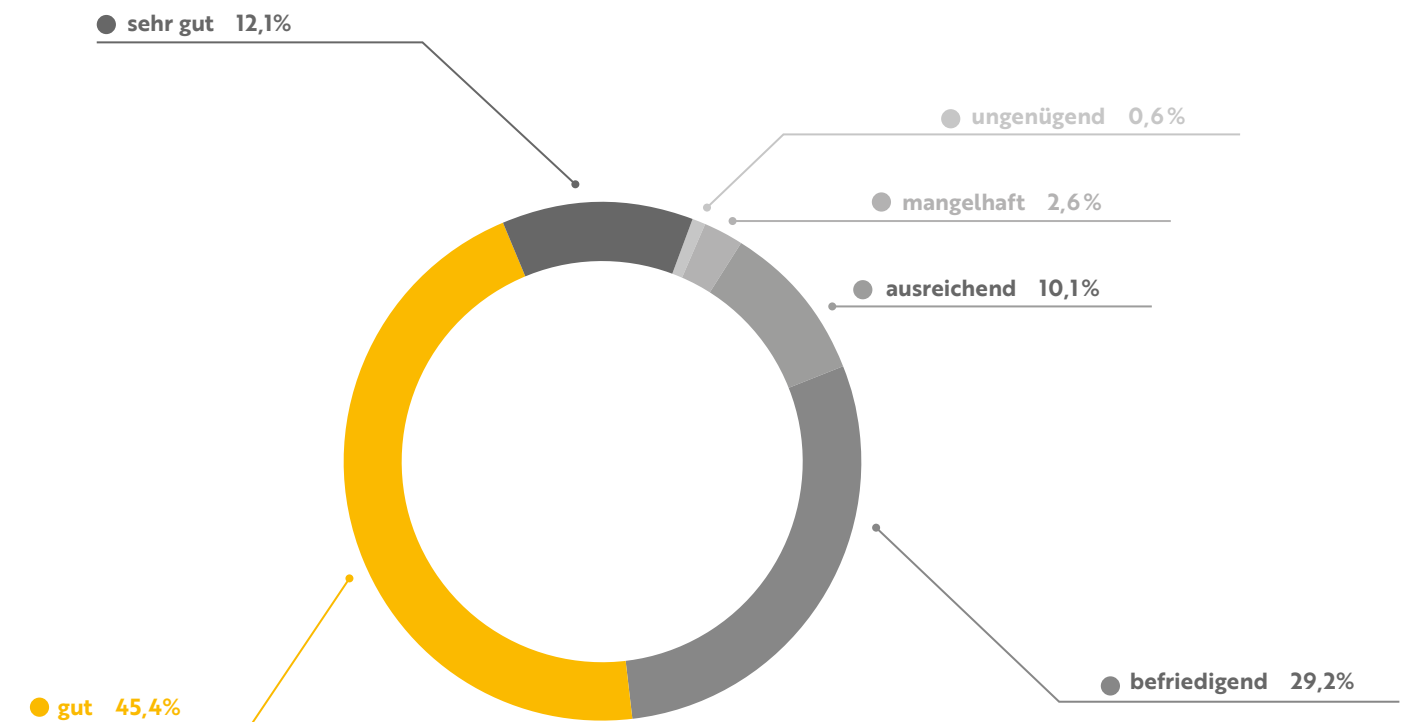
Jobzufriedenheit

Gute Arbeit muss geschätzt werden

Wir haben bereits gesehen: Im allgemeinen Kontext geben 97 % aller Befragten an, dass es für sie grundsätzlich wichtig ist, einen guten Job zu haben.

Ginge es nach dem Schulnotenprinzip würden nichtakademische Arbeitnehmer ihrem gegenwärtigen Job – ähnlich wie ihren Vorgesetzten – eine „2-„ bis „3+“ (2,5) geben. Am zufriedensten mit ihrem gegenwärtigen Beruf sind Mitarbeiter im Vertrieb (2,2), während Beschäftigte in Logistik- und Call-Center-Unternehmen den geringsten Zufriedenheitsgrad (2,8) verzeichnen.

Hauptgründe für Unzufriedenheit im Job sind geringe Bezahlung (64,5 %), fehlende Mitbestimmung (40 %) sowie schlechte Arbeitszeiten (36,5 %). Leicht davon abweichend: Mitarbeiter in Gastronomiebetrieben beklagen neben niedrigen Löhnen vor allem zu lange Arbeitszeiten (63 %). Bei Produktionsarbeitern führen dagegen monotone Aufgaben zu erhöhter Unzufriedenheit (56 %).



Wenn Sie an Ihren momentanen Job denken: Welche Note würden Sie Ihrem Job geben?

64,5 %

Ich verdiene nicht genug



40,2 %

Meine Meinung zählt nicht

36,6 %

Die Arbeitszeiten sind schlecht

35,0 %

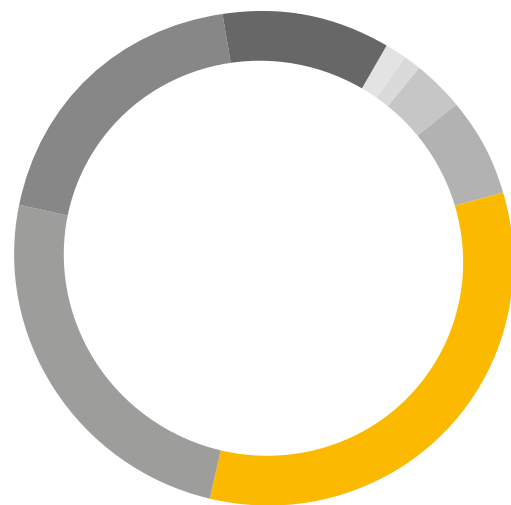
Ich mache zu viele Überstunden

Meine Aufgaben sind langweilig.....	34,7%
Ich verstehe mich mit meinem/meiner Vorgesetzte(n) nicht.....	25,1 %
Meine Aufgaben sind körperlich anstrengend.....	20,4 %
Der Job ist zu weit von meinem Wohnsitz entfernt.....	14,6 %
Die Verkehrsanbindung ist schlecht.....	10,7 %
Ich verstehe mich mit meinen Kollegen nicht	8,4 %

Was sind die Gründe, mit einem Job unzufrieden zu sein?

Arbeitsorganisation

38–40 h werden als ideale Wochenarbeitszeit genannt



Die ideale Wochenarbeitszeit liegt für Kandidaten überwiegend zwischen 36 und 40 Stunden – also in den zeitlichen Dimensionen, die in den meisten Unternehmen so umgesetzt werden. Immerhin fast ein Drittel der Befragten (30,2 %) würden gerne unter 35 Stunden arbeiten.

● 30-32 Stunden.....	10,9 %	● 41-43 Stunden.....	6,6 %
● 33-35 Stunden.....	19,3 %	● 44-46 Stunden.....	3,1 %
● 36-38 Stunden.....	24,7 %	● 47-49 Stunden.....	1,2 %
● 38-40 Stunden.....	32,9 %	● mehr als 49 Stunden.....	1,3 %



Das monetäre Motiv ist für Nichtakademiker bestimmend: Das zieht sich bis zur Bewertung von Arbeitszeit durch.

Fast zwei Drittel (63 %) der Studienteilnehmer würden Arbeitszeit dementsprechend nicht gegen mehr Gehalt eintauschen. Dagegen ist der Tausch eines Wochentages mit einem Arbeitstag am Wochenende für 37 %

zu seltenen Anlässen und für ein Drittel oft oder regelmäßig denkbar. Fast 13 % arbeiten bereits an Wochenenden.

Interessant: Fast ein Viertel der Befragten können sich vorstellen öfter oder regelmäßig im Schichtdienst zu arbeiten. Für 39 % käme das nie infrage. Für ein weiteres Viertel ist es denkbar in der Nacht zu arbeiten.

Ich kann mir vorstellen, ...

... einen Tag weniger zu arbeiten und dafür auf einen Teil des Gehalts zu verzichten.



● Ja.....	37,1 %
● Nein.....	62,9 %

... an Wochenenden zu arbeiten, wenn ich dafür an anderen Tagen frei habe.



● nie.....	17,5 %	● regelmäßig.....	11,8 %
● selten.....	36,9 %	● mache ich schon.....	12,8 %
● öfter.....	20,9 %		

... im Schichtdienst zu arbeiten.



● nie.....	38,8 %	● regelmäßig.....	10,7 %
● selten.....	26,0 %	● mache ich schon.....	11,1 %
● öfter.....	13,5 %		

... in der Nacht zu arbeiten.



● nie.....	35,1 %	● regelmäßig.....	10,1 %
● selten.....	31,4 %	● mache ich schon.....	8,6 %
● öfter.....	14,9 %		

Quellen der Jobsuche

Die Jobsuche findet online statt



Was für Akademiker längst gilt, ist auch für Kandidaten auf dem gewerblichen Arbeitsmarkt erste Quelle der Jobsuche: das Internet.

Drei Viertel der Kandidaten suchen auf Online Jobbörsen wie mobileJob nach neuen Herausforderungen. Bei den Teilnehmern unter 30 Jahren sind es sogar 81%. 44 % suchen zudem auf Karriere-Webseiten von Unternehmen. Nur noch 42 % bemühen Printmedien. Interessant: Soziale Netzwerke wie Facebook sind deutlich auf dem Vormarsch, was Karrierethemen betrifft. 36 % der Befragten suchen auch hier nach Jobs. Besonders hoch ist der Anteil der „Social-Jobsucher“ in der Gastronomie (49 %), im Call Center Bereich (43 %) und in der Logistik (45 %).

Quellen der Jobsuche

Zeiten der Jobsuche

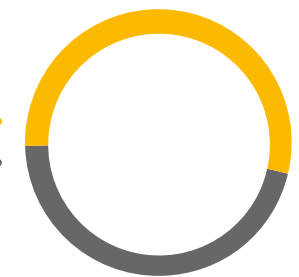
Mediennutzung ist entscheidend



Während Akademiker oft auch zur Arbeitszeit nach neuen Herausforderungen suchen, geben 76 % der gewerblichen Kandidaten an, dass sie erst nach Feierabend aktiv werden. An einem Wochentag suchen indes 54 % nach Jobs, 46 % am Wochenende.

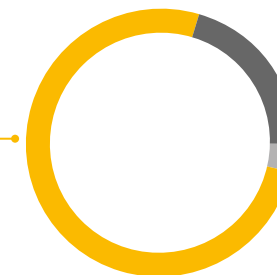
Hervorzuheben ist die Abweichung bei den mobilen Nutzern, die ihr Smartphone zur Jobsuche einsetzen. 78 % von ihnen suchen vornehmlich an Wochentagen.

Wann suchen Sie nach einem neuen Job?	
● Wochentag	54,2 %
● Wochenende	45,8 %



76,0 %
Nach Feierabend

Zu welcher Zeit sind Sie auf Jobsuche?	
Während der Arbeitszeit	20,8 %
Auf dem Weg zur Arbeit	3,1 %



Über trendence

trendence ist ein unabhängiges Beratungs- und Marktforschungsunternehmen für Employer Branding und Personalmarketing mit fast 20 Jahren Erfahrung.

Aus unseren Studien kennen wir die Karrierepläne und Wunscharbeitgeber von drei Millionen jungen Bewerbern weltweit. Die Ergebnisse dieser Studien sind für Arbeitgeber Basis ihrer Entscheidungen im Employer Branding und Personalmarketing, indem sie detaillierte Informationen über potenzielle Bewerber liefern. Besondere Aufmerksamkeit erfahren die Rankings der beliebtesten Arbeitgeber, die Top 100. Sie dienen Arbeitgebern, Bewerbern und Medien gleichermaßen als Orientierung und Benchmark. trendence veröffentlicht außerdem Karriereratgeber für Schüler und Studierende, um ihnen die Berufsorientierung zu erleichtern.

trendence.com
info@trendence.com
+49 (0)30 25 92 98 80

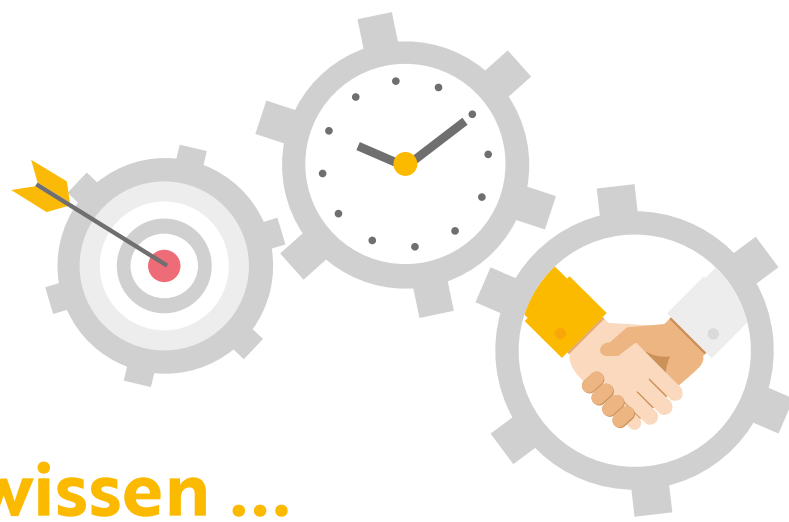
Über mobileJob

mobileJob ist der Recruiting-Spezialist für den Blue-Collar-Arbeitsmarkt.

Im Rahmen des Jobbörsen-Kompass des Crosswater Job Guides, einer Dauerumfrage von Bewerbern und Arbeitgebern, die mittlerweile mehr als 40.000 Bewertungen ausweist, erreichte mobileJob in den Jahren 2017 und 2018 zum jeweiligen Stichtag in der Kategorie "Spezialisten-Jobbörsen" die jeweils beste Platzierung unter den ausschließlich auf den Bereich Blue Collar spezialisierten Jobbörsen (2018: Platz 3; 2017: Platz 6). Der mobileJob-Ansatz verändert den konventionellen Bewerbungs- und Recruitingprozess nachhaltig. Dieser kombiniert die direkte Kandidatenansprache über soziale Kanäle, auf denen Stellenanzeigen die höchste Sichtbarkeit erreichen, mit einer von Zeit, Ort und Gerät unabhängigen Abwicklung des gesamten Bewerbungsprozesses.

Derzeit vertrauen bereits mehr als 3.000 Arbeitgeber auf mobileJob, wenn es darum geht passende Mitarbeiter in Berufsfeldern wie Pflege, Logistik, Handel, Gastronomie, Produktion, Industrie oder Call Center zu finden. Dabei profitieren sie unter anderem von dem tiefgreifenden Zielgruppen Know-how, das mobileJob als Anbieter für den nichtakademischen Kandidatenmarkt nicht zuletzt auch durch zahlreiche Marktforschungsprojekte vorantreibt. Das Ziel: eine jederzeit punktgenaue Ansprache qualifizierter Kandidaten, die immer genau deren Erwartungshaltung zu Jobsuche und Berufsplanung bedient.

mobilejob.com
vertrieb@mobilejob.com
+49 (0)30 69 20 58 310



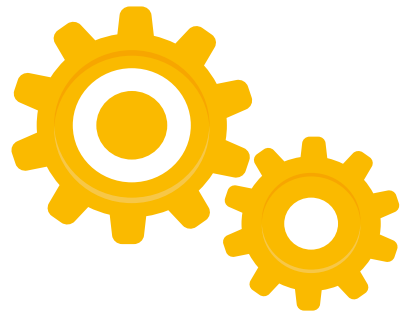
Sie wollen wissen ...

... wie nichtakademische Kandidaten ticken, um sie mit Ihren Recruitingmaßnahmen zielgerecht erreichen zu können?

Sprechen Sie uns an. Wir beantworten gerne Ihre Fragen anhand unserer Marktforschungsergebnisse sowie unserem tiefem Blue-Collar-Know-how.

Denn wir sind überzeugt: Nur wer seine Zielgruppe wirklich kennt, kann sie auch erfolgreich für sich gewinnen. Zudem zeigen wir Ihnen auf Wunsch anhand von aktuellen Best-Practice-Beispielen, wie unser mobileJob-Ansatz funktioniert.

Lassen Sie uns gemeinsam herausfinden, wie Sie in Zukunft genau die nichtakademischen Mitarbeiter finden, die zu Ihnen passen.



Kontakt

Ihr persönlicher Ansprechpartner



Ki-Won Sur

Ansprechpartner Blue Collar Studie

kiwon.sur@mobilejob.com

+49 (0)30 555 79 35 10

Impressum

Blue-Collar Deutschland – Die Karriere-Studie über den nichtakademischen Arbeitsmarkt von trendence und mobileJob

trendence Institut GmbH
Friedrichstraße 67
10117 Berlin

+49 (0)30 259 29 88-0
info@trendence.com
www.trendence.com

mobileJobs GmbH
Karl-Liebknecht-Straße 5
10178 Berlin

+49 (0)30 69 20 58 310
vertrieb@mobilejob.com
www.mobilejob.com

