

Gesamtverband



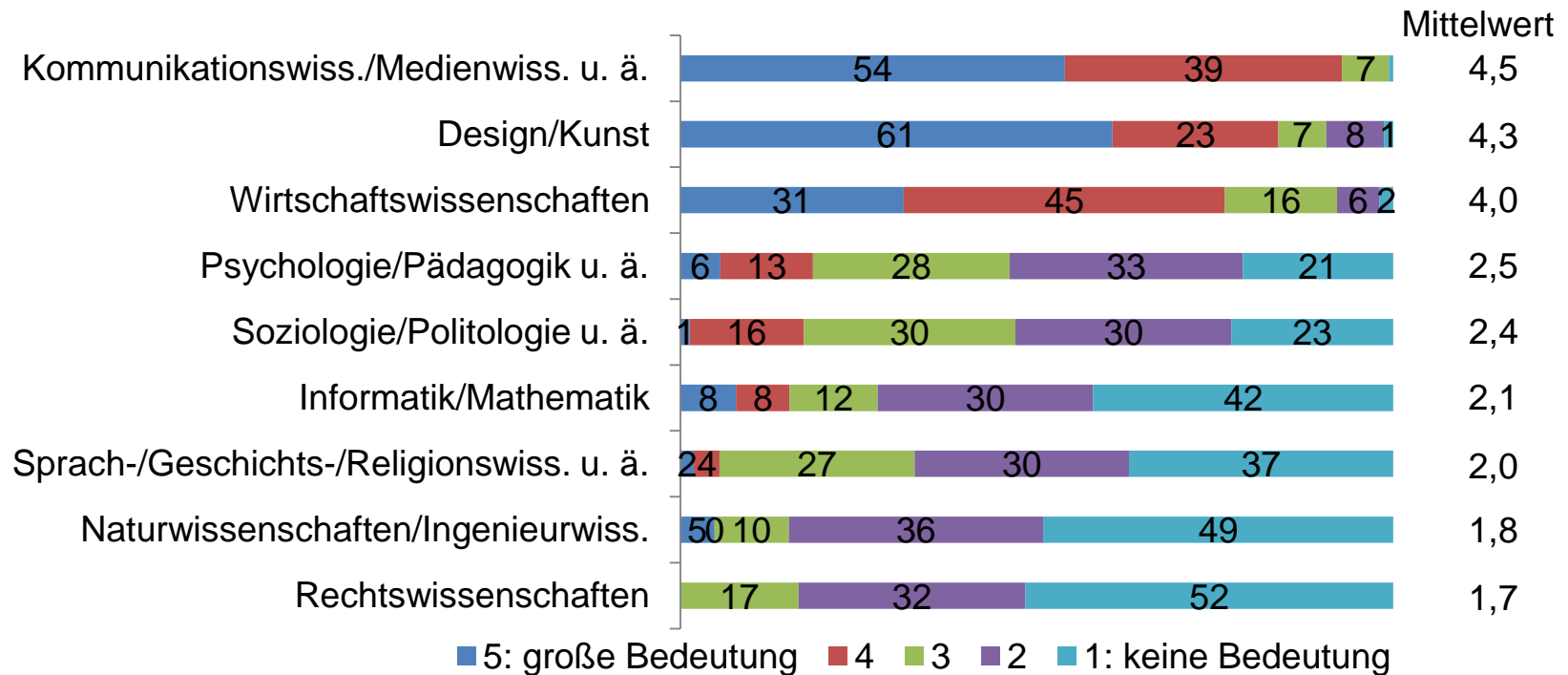
Kommunikationsagenturen

# GWA-Studie zum Agenturnachwuchs

## Chart-Report

# Relevante Studienrichtungen

„Aus welchen Studienrichtungen rekrutieren Sie? Bitte geben Sie an, wie groß die Bedeutung für Ihre Agentur ist.“

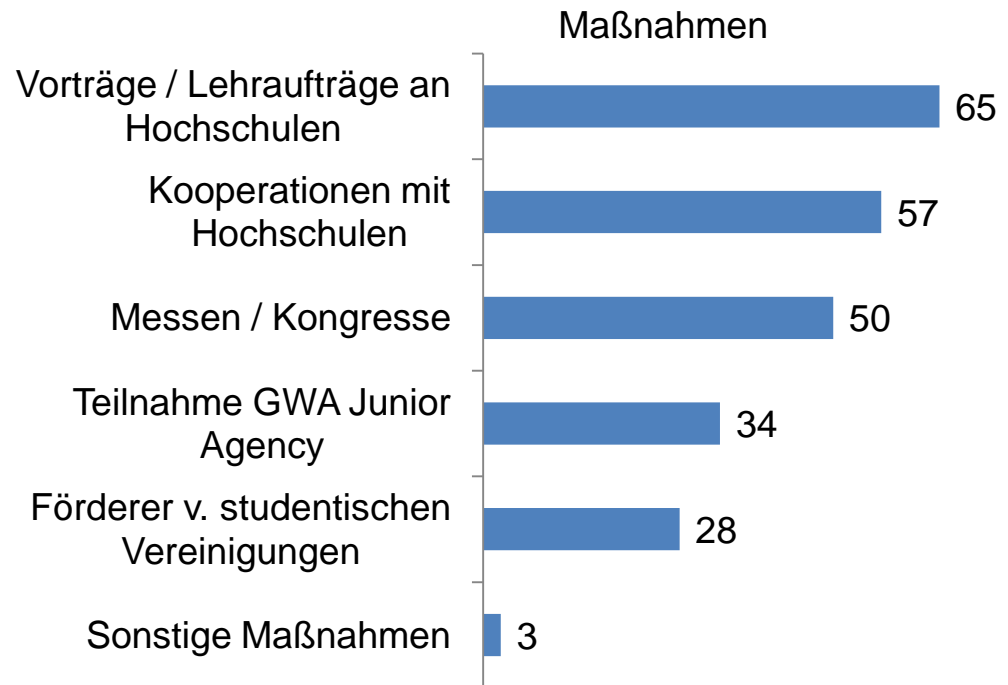
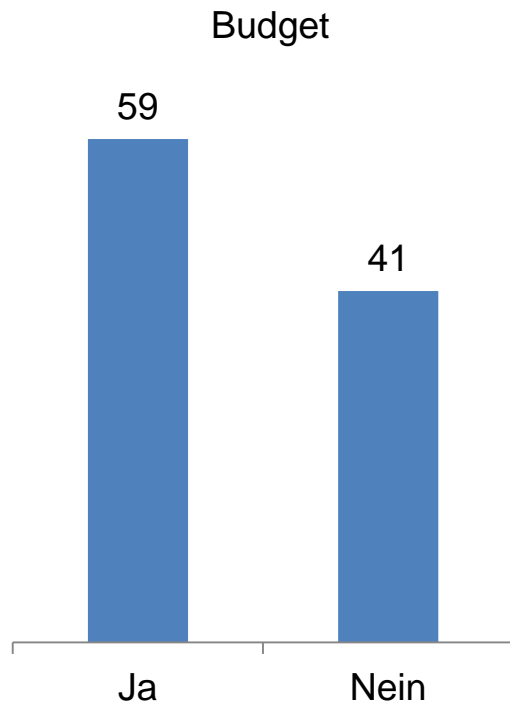


Basis: Gesamt (N=64), gewichtet

Anteile in %

# Hochschulmarketing

„Verfügen Sie über ein Budget für Hochschulmarketing?“  
„Welche Maßnahmen ergreifen Sie regelmäßig?“

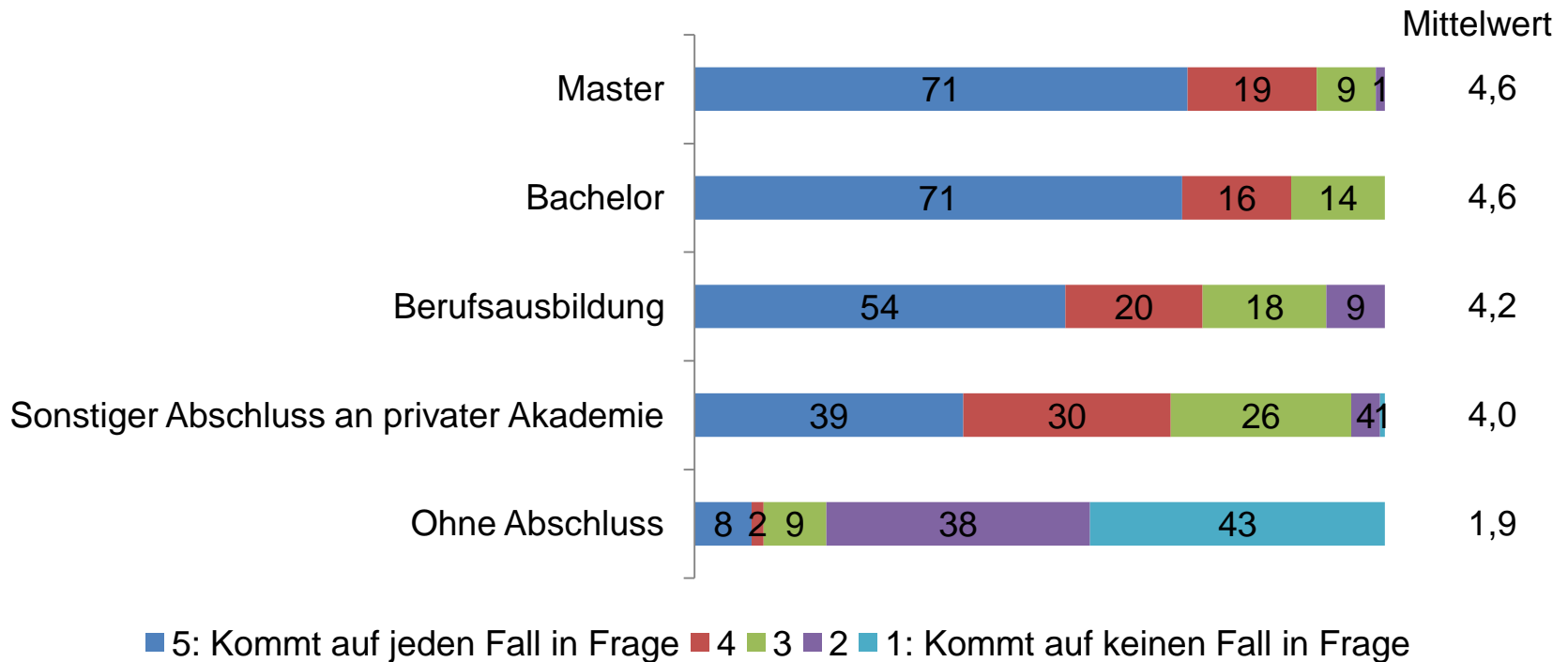


Basis: Gesamt (N=64), gewichtet

Angaben in %

# Relevante Abschlüsse von Berufseinsteigern

„Bitte geben Sie an, inwiefern ein Berufseinsteiger mit dem angegebenen Abschluss für Ihre Agentur in Frage kommt.“

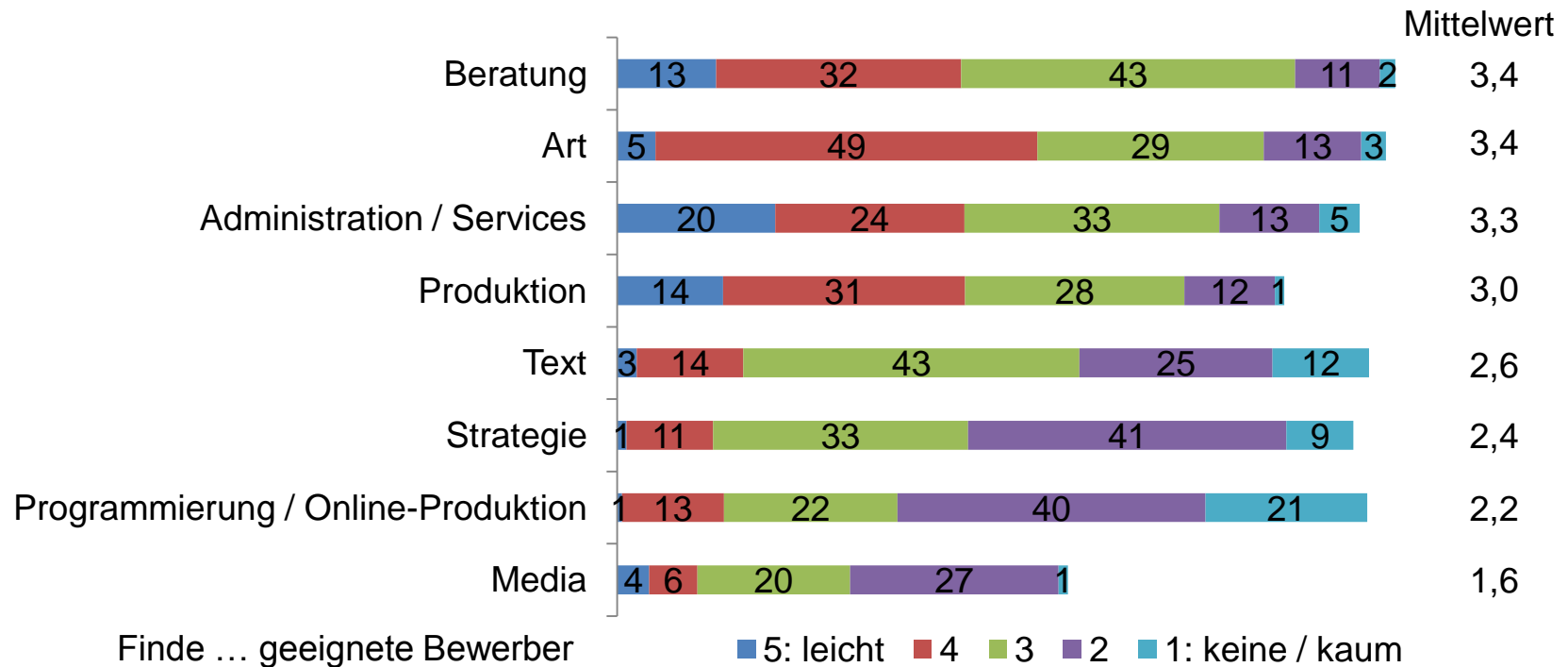


Basis: Gesamt (N=64), gewichtet

Anteile in %

# Schwierigkeit, geeignete Bewerber zu finden

„In wie weit finden Sie in den folgenden zu besetzenden Einstiegspositionen geeignete Bewerber auf dem gewünschten Qualifikationsniveau?“

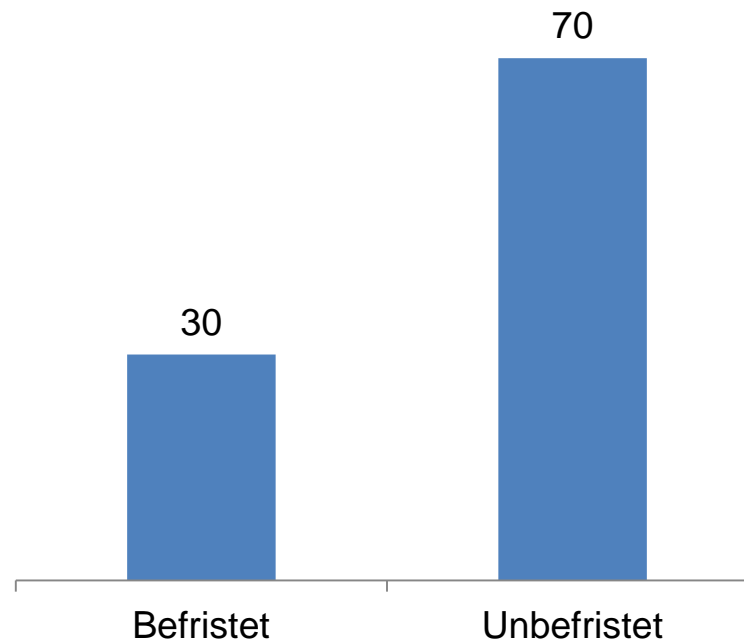


Basis: Gesamt (N=64), gewichtet

Anteile in %, fehlende zu 100 % sind „keine Angabe“

# Vertragskonditionen von Berufseinsteigern

„Vergeben Sie für Berufseinsteiger in der Regel befristete oder unbefristete Verträge?“

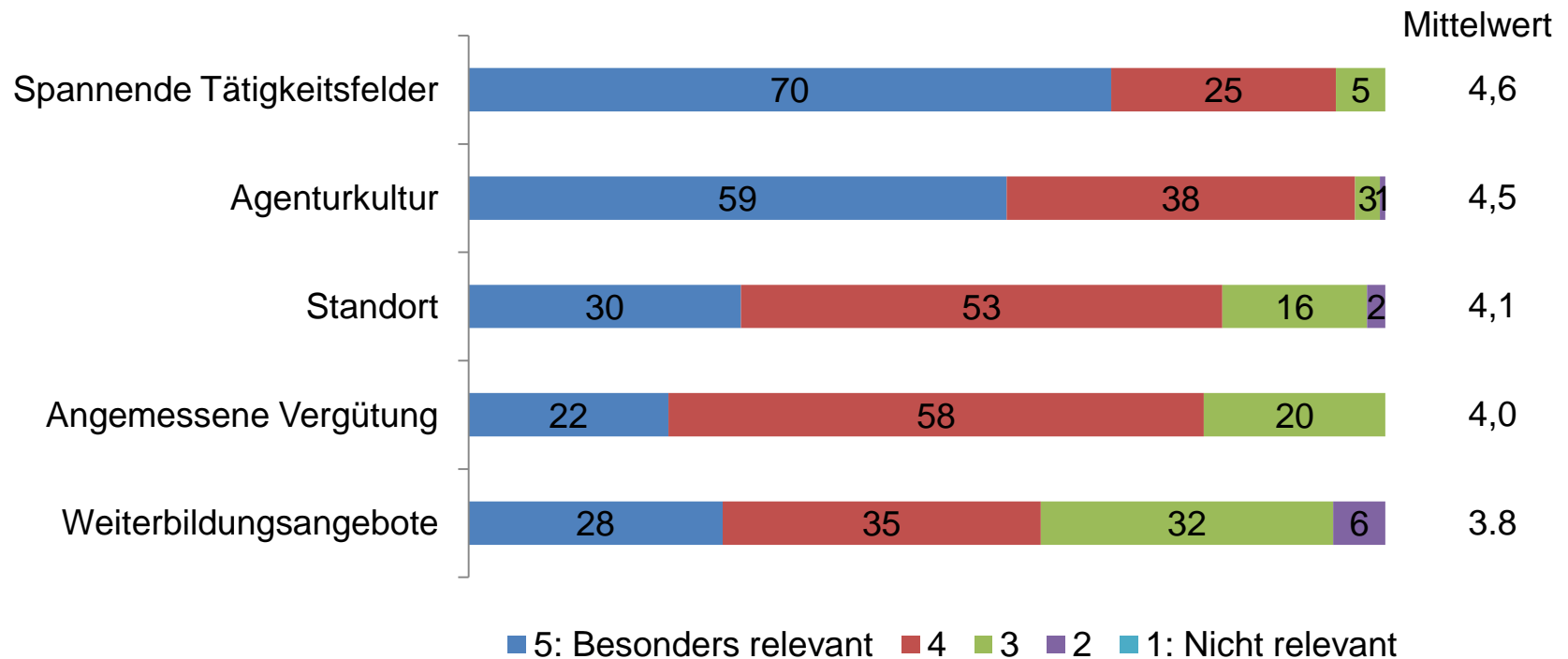


Basis: Gesamt (N=64), gewichtet

Anteile in %

# Gewinnung von Talenten

„Bitte geben Sie an, inwieweit die folgenden Aspekte relevant sind, um junge Talente für Ihre Agentur anzuziehen!“

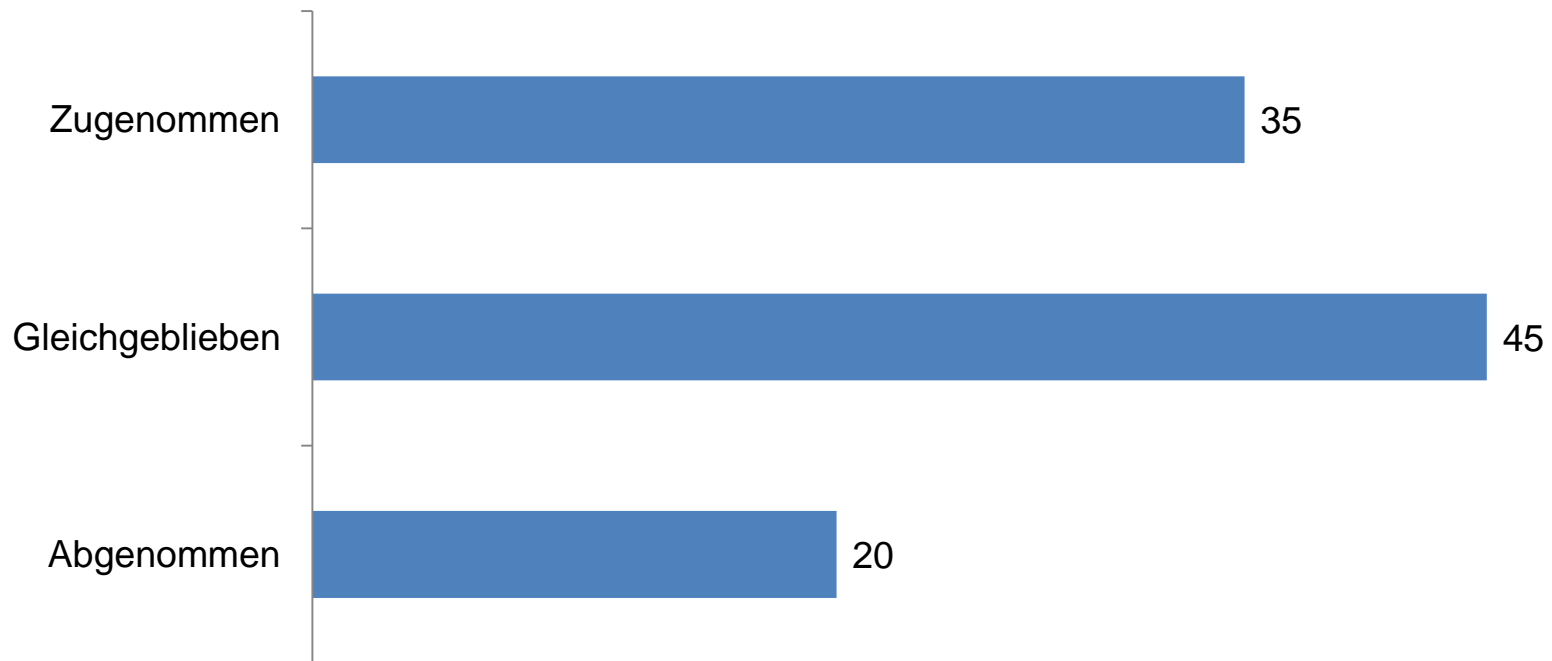


Basis: Gesamt (N=64), gewichtet

Anteile in %

# Entwicklung der Initiativbewerbungen

„Haben die Initiativbewerbungen in Ihrer Agentur in den letzten drei Jahren zu- oder abgenommen?“



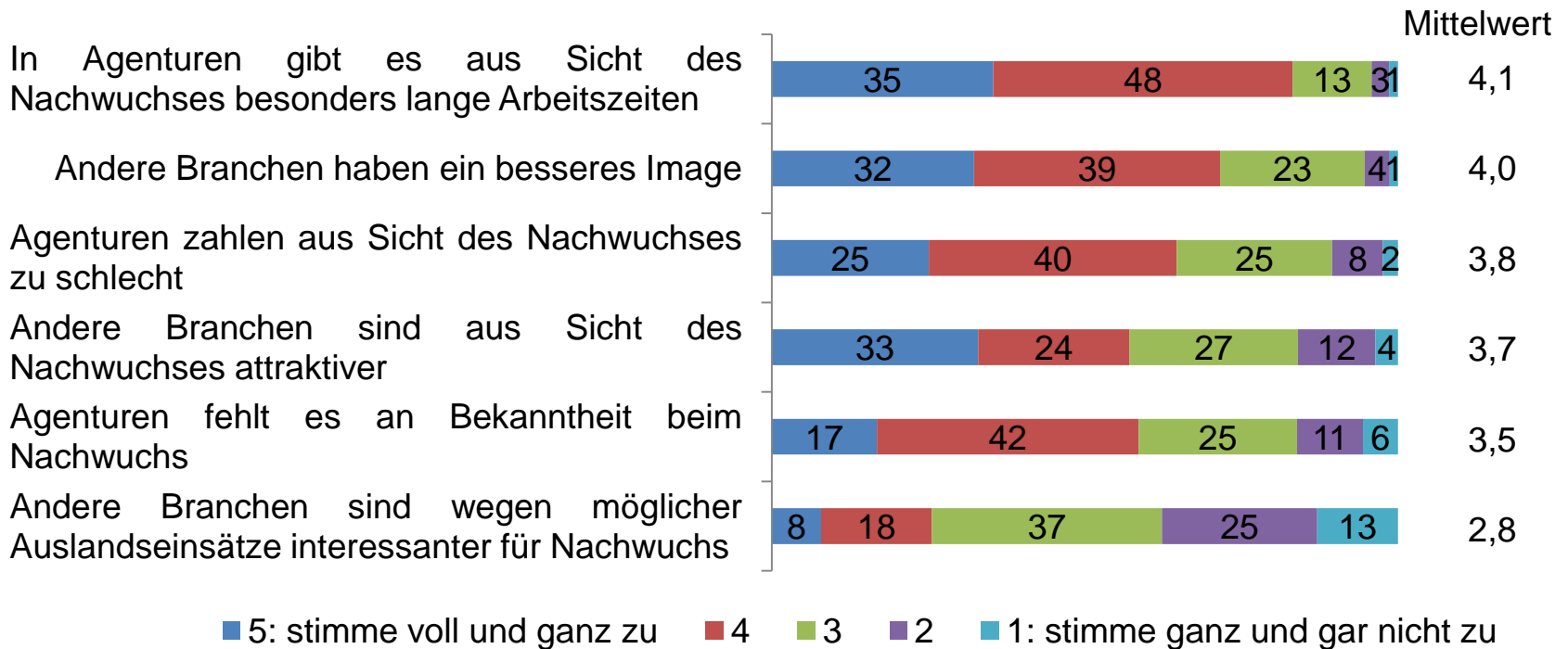
Basis: Gesamt (N=64), gewichtet

Anteile in %



# Nachteile von Agenturen für Nachwuchs

„Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?“



Basis: Gesamt (N=64), gewichtet

Anteile in %