

Wie ticken deutsche Absolventen und Young Professionals?

05.09.2008, 11:55 | Politik, Recht & Gesellschaft

Pressemitteilung von: *EARSandEYES GmbH - Institut für Markt- und Trendforschung*

Hamburg, 4. September 2008. Flexibel, optimistisch und leistungsbereit, ohne auf die work-life-balance oder nette Kollegen verzichten zu wollen – so sehen sich junge Uni-Absolventen und Berufseinsteiger heute, wie die von EARSandEYES und dem UNICUM Verlag herausgegebene Studie „Absolventenmatrix 08“ belegt.

Gemeinsam mit dem UNICUM Verlag befragt das Markt- und Trendforschungsinstitut EARSandEYES alle drei Jahre Absolventen nach Einstellungen, Werten, Plänen und Einschätzungen in den Bereichen Arbeits- und Konsumwelt, Privatleben, Politik und Gesellschaft. Markenvorlieben werden ebenso eruiert wie politisches Engagement, Anschaffungspläne genauso abgefragt wie Mediennutzung. Neu ist in dieser Auflage ein Sonderteil zum Thema „Ingenieure“.

„Mit unserer Studie“, so UNICUM Werbeleiter Björn Schumbrutzki, „geben wir allen, die diese immens attraktive Zielgruppe ansprechen wollen, eine instruktive Datengrundlage.“

Bis zum Erscheinungstag, dem 15. September 2008, wird die Studie zum Subskriptionspreis von 350 Euro (statt 490 Euro) verkauft.

Portrait

Das Hamburger Markt- und Trendforschungsinstitut EARSandEYES ist 1998 als Pionier der onlinebasierten Marktforschung gestartet. Europaweit wurden seit-dem mehr als eine halbe Million Menschen befragt. Insgesamt führten die Hamburger in den vergangenen Jahren rund 1.500 Erhebungen durch. Zusätzlich berichten regelmäßig 500 Trend-Korrespondenten aus 50 Metropolen weltweit an die Zentrale in Hamburg. Zu den Kunden von EARSandEYES zählen Unternehmen wie Beiersdorf, Campbell's, Deutsche Bank, Nintendo, Osram, Quelle, Tchibo, T-Mobile und TUI.
www.earsandeyes.com

Die Unternehmensgruppe UNICUM besteht aus dem UNICUM Verlag, der fünf Zeitschriften und unter <http://www.unicum.de> ein Internetportal für Abiturienten, Studenten sowie Berufseinsteiger anbietet, und der Unicum Marketing GmbH, die sich auf Below-the-Line-Marketingmaßnahmen im Schul- und Hochschulbereich spezialisiert hat. Weitere Infos unter <http://www.unicum-verlag.de> und <http://www.unicum-marketing.de>.

<https://www.openpr.de/news/239902/Wie-ticken-deutsche-Absolventen-und-Young-Professionals.html>