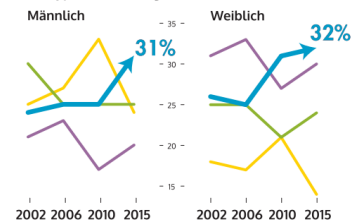


Shell Jugendstudie 2015

Business Breakfast, 05.07.2016

MEHR MACHER UNTER DEN JUGENDLICHEN

Wertetypen im Zeitvergleich 2002 bis 2015



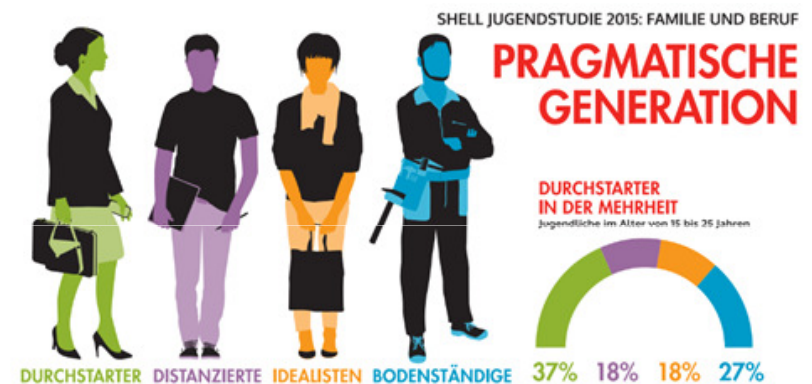
MACHER ZÖGERLICHE MATERIALISTEN IDEALISTEN



Quelle

Jugendstudie 2015:

- seit 1953, vorletzte aus 2010
- Werte, Wünsche, Befindlichkeiten
- Stichprobe von 2.558 Jugendlichen
- 12-25 Jahre
- Infratest
- Januar - März 2015



2015: „Die pragmatische Generation“

1. Quelle
2. Pragmatische Generation
3. Optimismus
4. Erwartungen an Beruf
5. Berufsorientierung
6. Bedeutung Internet
7. Wirtschaft, Politik
8. Deutschland
9. Werte
10. Bewertung

Gesamt-Überblick

2015: „Die pragmatische Generation“

- bereit zur Orientierung an Leistungsnormen
- Wunsch nach stabilen Beziehungen im persönlichen Bereich, Engagement für andere
- mehrheitlich positive Grundhaltung trotz Krisen (stabile Lage in Deutschland)
- ansteigendes politisches Interesse
- suche nach gesichertem und eigenständigen Platz in der Gesellschaft
- Arbeit, Freizeit, Familie miteinander vereinbaren können
- sicherer Beruf, auskömmliches Leben, sinnvolle und nützliche Tätigkeit
- „Generation im Aufbruch“

-
- | | | | |
|----|--------------------------------|-----|---------------------|
| 1. | Quelle | 6. | Bedeutung Internet |
| 2. | Pragmatische Generation | 7. | Wirtschaft, Politik |
| 3. | Optimismus | 8. | Deutschland |
| 4. | Erwartungen an Beruf | 9. | Werte |
| 5. | Berufsorientierung | 10. | Bewertung |

Optimismus

Eigene Zukunft:

- 61% optimistisch, 36% gemischt, 3% düster
- sozial schwache Jugendliche nur zu 33% optimistisch
- in oberer Schicht jedoch 74%

Gesellschaftliche Zukunft:

- leichte Mehrheit von 52% optimistisch
- obere Schicht 59%, untere Schicht 43%



1. Quelle
2. Pragmatische Generation
- 3. Optimismus**
4. Erwartungen an Beruf
5. Berufsorientierung
6. Bedeutung Internet
7. Wirtschaft, Politik
8. Deutschland
9. Werte
10. Bewertung

Optimismus

5 Schichten (Shell seit 2002):

- a) 13% obere Schicht
- b) 25% obere Mittelschicht
- c) 29% Mittelschicht
- d) 22% untere Mittelschicht
- e) 11% untere Schicht



1. Quelle
2. Pragmatische Generation
3. **Optimismus**
4. Erwartungen an Beruf
5. Berufsorientierung
6. Bedeutung Internet
7. Wirtschaft, Politik
8. Deutschland
9. Werte
10. Bewertung

Erwartungen an den Beruf

Schwerpunkte der Studie:

- Schul-Abschluss bedeutsam!
- sicherer Arbeitsplatz besonders wichtig (95%)

1. Nutzenorientierung

- hohes Einkommen, gute Aufstiegsmöglichkeiten

2. Erfüllung

- etwas leisten, sich auch um andere kümmern, sinnvoll arbeiten

3. Vereinbarkeit von Arbeit und Leben

- Anpassung der Arbeitszeit an eigenen Bedürfnisse, Teilzeit (wegen Kindern)

4. Planbare Berufstätigkeit

- geregelte Arbeitszeit, verlässliche Strukturen, Zeit für Kinder/Familie

5. Karriereorientierung

- hat an Bedeutung verloren, eher zweitrangig

- | | |
|--------------------------------|------------------------|
| 1. Quelle | 6. Bedeutung Internet |
| 2. Pragmatische Generation | 7. Wirtschaft, Politik |
| 3. Optimismus | 8. Deutschland |
| 4. Erwartungen an Beruf | 9. Werte |
| 5. Berufsorientierung | 10. Bewertung |

Berufsorientierung

Durchstarter (37%)

- Nutzen und Erfüllung im Beruf
- Anpassung Arbeit → Leben
- Planung und Karriere

Idealisten (18%)

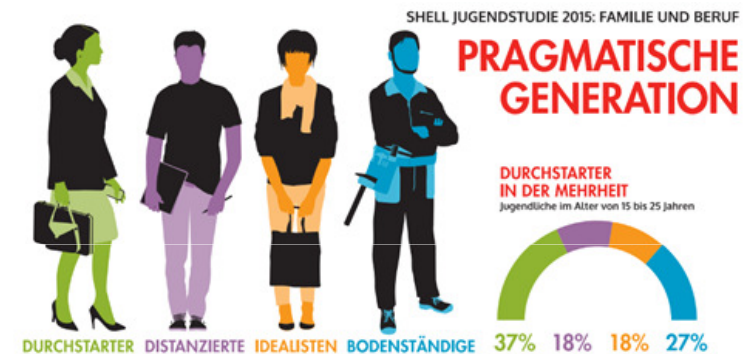
- Erfüllung und Sinn im Beruf
- für andere und zusammen mit anderen

Bodenständige (27%)

- Nutzen im Berufsleben im Vordergrund
- Karriere und planen können auch wichtig

Distanzierte (18%)

- moderate Erwartung an Nutzen, Erfüllung, Planung und Anpassung Arbeit → Leben
- weniger ausgeprägte Karriereorientierung



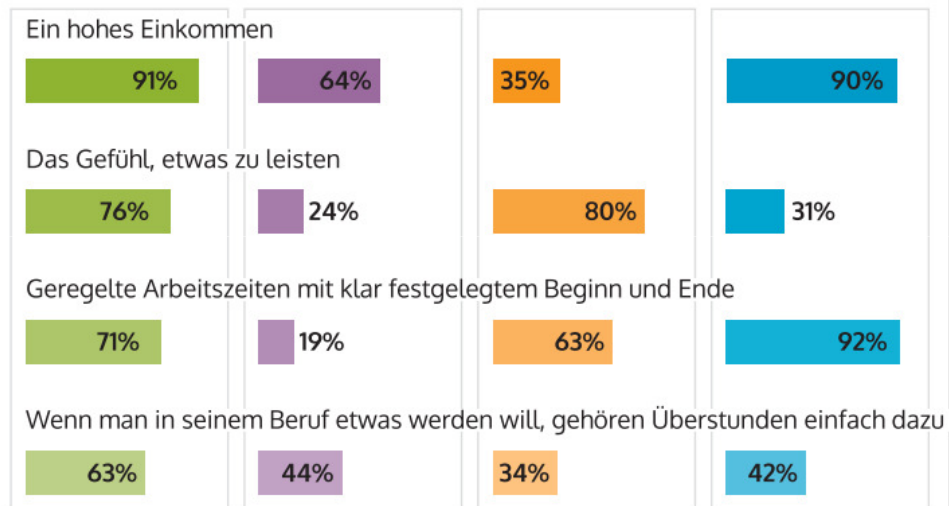
1. Quelle
2. Pragmatische Generation
3. Optimismus
4. Erwartungen an Beruf
5. **Berufsorientierung**
6. Bedeutung Internet
7. Wirtschaft, Politik
8. Deutschland
9. Werte
10. Bewertung

Berufsorientierung

UNTERSCHIEDLICHE ANFORDERUNGEN

Themenprofil der vier Typen zur Berufsorientierung

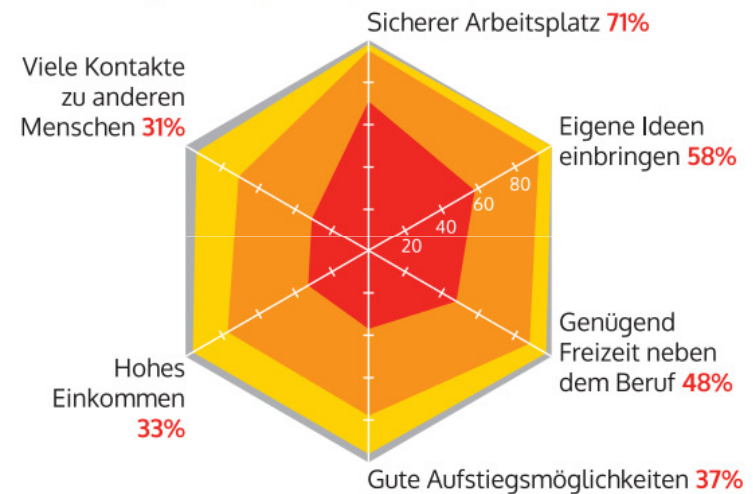
Werte auf einer Skala von 1 bis 5



SICHERER ARBEITSPLATZ AM WICHTIGSTEN

Erwartungen an die Berufstätigkeit

sehr wichtig wichtig weniger wichtig unwichtig



Quelle: Shell Jugendstudie 2015, www.shell.de/jugendstudie

Basis: Jugendliche von 12 bis 25 Jahren, *ohne eigene Kinder

- Quelle
- Pragmatische Generation
- Optimismus
- Erwartungen an Beruf
- Berufsorientierung**
- Bedeutung Internet
- Wirtschaft, Politik
- Deutschland
- Werte
- Bewertung

Bedeutung Internet

Nutzung:

- 99% sind online (vorher 66%), wie selbstverständlich
- mehr als 18 Std. pro Woche (durchschnittlich)
- Jungen und Mädchen etwa gleich

Social Web:

- 39% sind kritisch, lassen sich nicht auf alles ein
- 32% geben sich kritisch, wollen trotzdem dabei sein
- 26% sind eher unkritisch
- 3% lehnen Kritik am Internet generell ab



- | | | | |
|----|-------------------------|-----|---------------------------|
| 1. | Quelle | 6. | Bedeutung Internet |
| 2. | Pragmatische Generation | 7. | Wirtschaft, Politik |
| 3. | Optimismus | 8. | Deutschland |
| 4. | Erwartungen an Beruf | 9. | Werte |
| 5. | Berufsorientierung | 10. | Bewertung |

Bedeutung Internet

Alltag im Internet:

- 25% sind Info-Nutzer
- 24% sind Medienkonsumenten
- 20% sind digitale „Bewohner“
- 19% Gelegenheitsnutzer
- 12% interaktive Selbstdarsteller



- | | | | |
|----|-------------------------|-----|---------------------------|
| 1. | Quelle | 6. | Bedeutung Internet |
| 2. | Pragmatische Generation | 7. | Wirtschaft, Politik |
| 3. | Optimismus | 8. | Deutschland |
| 4. | Erwartungen an Beruf | 9. | Werte |
| 5. | Berufsorientierung | 10. | Bewertung |

Wirtschaft, Politik

Gesellschaftliche Zukunft positiv (52%), dennoch:

- 51% Angst wegen wirtschaftlicher Lage
- 48% Angst davor, keinen Ausbildungsplatz zu bekommen (Wert gesunken)
oder den Arbeitsplatz zu verlieren (Zeitverträge)
- 73% politische Sorge (Terror-Anschläge)

Interesse an Politik:

- 41% sind interessiert (Tiefpunkt 2002 mit 30%)
- vom Wert der Wendezeit (57%) entfernt
- Interesse-Wert abhängig von Schicht/Bildung
- politische Einordnung Mitte links
- weniger Vorbehalte gegenüber Nichtdeutschen
- Zuwanderung mehr im Westen als im Osten akzeptiert

1. Quelle
2. Pragmatische Generation
3. Optimismus
4. Erwartungen an Beruf
5. Berufsorientierung
6. Bedeutung Internet
7. **Wirtschaft, Politik**
8. Deutschland
9. Werte
10. Bewertung

Deutschland

Aspekte:

- wichtige Position in der Welt
- bedeutsamer Akteur (68%)
- nicht in Konflikte einmischen
- Qualität der Produkte
- kulturell und sozial attraktiv
- Vorbild für andere in der Welt

**MADE IN
GERMANY**

Nation:

- gewisser Stolz auf das Heimatland (62%)
- Ansicht 1: stolz auf die eigene Leistung, Herkunft unwichtig
- Ansicht 2: stolz auf deutsche Kultur (Mehrheit)

1. Quelle
2. Pragmatische Generation
3. Optimismus
4. Erwartungen an Beruf
5. Berufsorientierung
6. Bedeutung Internet
7. Wirtschaft, Politik
- 8. Deutschland**
9. Werte
10. Bewertung

Werte

Solides Wertesystem:

- Freundschaft, Partnerschaft, Familie ganz oben
- 89% für gute Freunde
- 85% für Partner, dem sie vertrauen
- 72% für gutes Familienleben
- 84% für Respekt vor Gesetz und Ordnung
- eine eigenständige Persönlichkeit werden
- gut aufgehoben in und gefördert von Familie
- grundlegende Regeln für Gemeinwesen
 - wichtiger als kreativ zu sein oder
 - das Leben genießen
- Fleiß, Ehrgeiz wichtig (2010 mit 60%, 80er Jahre nur 36%)
- Einstellung zu Religion uneinheitlich, dennoch konstante Größe



1. Quelle
2. Pragmatische Generation
3. Optimismus
4. Erwartungen an Beruf
5. Berufsorientierung
6. Bedeutung Internet
7. Wirtschaft, Politik
8. Deutschland
- 9. Werte**
10. Bewertung

Bewertung

Aspekte für Unternehmen/ Unternehmer:

- verlässliche Arbeitswelt bindet junge Mitarbeiter/innen
- flexible Arbeitswelt attraktiv (Zeiten, Ort, Einsatz)
- Betreuung der Kinder wichtig
- hohe Belastung oder Überlastung abschreckend
- Junge Menschen sind zu Leistung und Verantwortung bereit
- sehen sich auch größtenteils in der Lage dazu
- Transparenz, Offenheit und verlässliche Arbeitsbedingungen bedeutsam



1. Quelle
2. Pragmatische Generation
3. Optimismus
4. Erwartungen an Beruf
5. Berufsorientierung
6. Bedeutung Internet
7. Wirtschaft, Politik
8. Deutschland
9. Werte
10. **Bewertung**

Kontakt

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

MANZEL Unternehmensentwicklung GmbH

Giesebrechtstraße 10

10629 Berlin

Telefon: + 49 (30) 805 847 20

Telefax: + 49 (30) 805 847 19

E-Mail: mail@manzel.de

Homepage: www.manzel.de

