

Pressemeldung

Junge ÖsterreicherInnen und ihre Vorstellungen vom Berufsleben

25.11.2013

Dr. Angelika Kofler
Sozial- und
Organisationsforschung
T +43 1 717-10 DW 137
Angelika.Kofler@gfk.com

Dipl.-Des. Evelina Fuhrmann, BA
Corporate Communications
T +43 1 717-10178
F +43 1 717-10176
evelina.fuhrmann@gfk.com

Laut der GfK Jugendstudie 2013 denken sechs von zehn, dass sie in den nächsten 15 Jahren Arbeit und auch Spaß bei der haben werden, obwohl nur etwas mehr als die Hälfte glaubt, dass sich ihre eigentlichen Berufswünsche erfüllen würden. Unternehmensbindung ist keine Selbstverständlichkeit, auch nicht die Bereitschaft ins Ausland zu gehen.

Vorsichtige Zuversicht in Beschäftigungssituation

Von den befragten 1.200 jungen ÖsterreicherInnen im Alter zwischen 12 und 24 Jahren glauben nur 53 %, dass sie in den nächsten 15 Jahren beruflich das werden würden, was sie sich wünschen. Aber sechs von zehn denken, dass sie nicht arbeitslos sein und auch Spaß bei der Arbeit haben werden. Die Erwartung von Vergnügen bei der Arbeit wird im Zusammenhang mit Qualifikationen erkannt und ist umso größer, je höher das gegenwärtig angestrebte oder auch bereits abgeschlossene Bildungsniveau ist.

Relativ wenige (23 %) glauben allerdings, dass sie lange bei einem Unternehmen bleiben werden. Dieser Anteil ist höher bei bereits Berufstätigen (28 %) und Verheirateten (30 %). „Diese schon ‚erwachseneren‘ Lebenserfahrungen korrelieren offenbar mit einer höheren Orientierung an Stabilität und einer größeren Bereitschaft sich länger an ein Unternehmen zu binden“, interpretiert Angelika Kofler, Leiterin der GfK Austria Sozial- und Organisationsforschung.

Mobilität im Inland

Berufliche Mobilität wird vom Großteil der jungen Menschen insgesamt akzeptiert, aber vorwiegend innerhalb Österreichs konzipiert, denn ebenfalls nur ein Viertel erwägt aus beruflichen Gründen ins Ausland zu gehen. „Andererseits“, relativiert Kofler, „wenn man bedenkt, dass von der in Österreich lebenden Bevölkerung insgesamt nur etwa ein Zehntel irgendwann einmal im Ausland gelebt hat, zeigt das doch eine große, wenn auch theoretische Offenheit der jungen Menschen dafür, über den nationalen Tellerrand hinauszudenken.“

Die größte Offenheit für ein Berufsleben außerhalb Österreichs zeigt sich bei jungen GroßstädterInnen und bei noch in alle Richtungen Ungebundenen, also in Wien und bei noch in Ausbildung Befindlichen, bei

GfK Austria GmbH
Ungargasse 37
1030 Wien
Österreich

T +43 1 717 10 -0
F +43 1 717 10-194
www.gfk.com/at
at@gfk.com

Geschäftsführer
Peter Damisch
Dr. Tomas Krasny

Registriert beim Handelsgericht
Wien unter FN 119110m
Gesellschaftssitz: Wien

der Altersgruppe zwischen 16 und 22 Jahren, auch deutlich öfter bei Ledigen als bei Verheirateten oder jungen Menschen in Lebensgemeinschaft (26 % im Vergleich zu 16 %). Die Bereitschaft für ein Berufsleben im Ausland ist übrigens auch bei den weiblichen Befragten etwas größer als bei den männlichen (28 % im Vergleich zu 23 %).

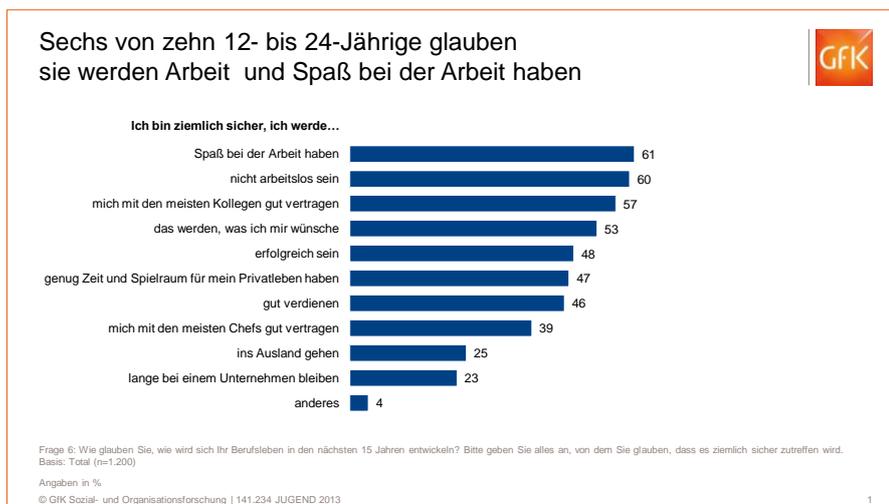
Meist traditionell geschlechtsspezifische Karriereerwartungen

Davon abgesehen verlaufen die Erwartungen an die nächsten 15 Jahre im Beruf etwas mehr entsprechend traditionellen Geschlechterrollen und auch der gesellschaftlichen Realität: Mann glaubt öfter als weibliche Befragte an seinen Erfolg (plus 8 Prozentpunkte) oder gutes Einkommen (plus 16 Prozentpunkte). Weibliche Befragte erwarten öfter, dass ihnen genug Zeit und Spielraum für ihr Privatleben bleiben werden. Die Erwartungen von Erfolg, gutem Verdienst, sowie guten Beziehungen zu den Vorgesetzten sind auch umso höher, je höher die Sozialschicht der Befragten ist.

„Reiches Unglück“ für Oberösterreich und rebellisches „Wunschkonzert“ für Tirol?

Auch das eine oder andere Bundesland fällt auf: Der Glaube an guten Verdienst ist bei jungen OberösterreicherInnen besonders hoch (55 % im Vergleich zu 46 % im österreichischen Durchschnitt), während sie aber gleichzeitig auch am wenigsten oft Spaß bei der Arbeit erwarten (51 % in Oberösterreich im Vergleich zu 61 % in Österreich insgesamt).

„Tirol isch lei oans“. Dieses Bundesland sticht auf andere Weise hervor: Dort erwarten die Befragten am seltensten sich mit den meisten ihrer Chefs zu vertragen (34 % im Vergleich zu 39 % im österreichischen Durchschnitt). Gleichzeitig glauben die jungen TirolerInnen auch am öftesten, dass ihr zukünftiges Berufsleben ein „Wunschkonzert“ mit work-life-Balance sein würde: 53 % der TirolerInnen im Vergleich zu 47 % im Österreich-Durchschnitt glauben sie werden genug Zeit und Spielraum für ihr Privatleben haben, und 59 % im Vergleich zu 53 % im Landesdurchschnitt sind sich auch ziemlich sicher, sie würden das werden, was sie sich wünschen.



Quelle: GfK Austria Sozial- und Organisationsforschung, GfK Jugendstudie 2013, Onlinebefragung von n=1.200 Personen in Österreich zwischen 12 und 24 Jahren, durchgeführt Juni 2013. (Unveröffentlichte Daten und Auswertungen, aber Themenbände „Medien und Internet“, sowie „Leben und Sport“ erhältlich im freien Verkauf.)

GfK Austria Sozial- und Organisationsforschung

Die GfK Austria [Sozial- und Organisationsforschung](#) bietet quantitative und qualitative Forschungsdienstleistungen und Umsetzungsbegleitung zu fünf Forschungsschwerpunkten: International, [Arbeit & Wirtschaft](#), [Spezialzielgruppen](#), Grundlagen & Aktuelles und Politik.

GfK Austria Online Access Panel

Das Online Access Panel der GfK Austria ist auf Grundlage der internationalen Norm ISO 26362 zertifiziert. Fachliche Qualität und Seriosität sind damit auch durch eine unabhängige Instanz bestätigt!

Über GfK

GfK ist eines der größten Marktforschungsunternehmen weltweit. Annähernd 13.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter erforschen, wie Menschen leben, denken und konsumieren. Dabei setzt GfK auf permanente Innovation und intelligente Lösungen. So liefert GfK in über 100 Ländern das Wissen, das Unternehmen benötigen, um die für sie wichtigsten Menschen zu verstehen: ihre Kunden. Im Jahr 2012 betrug der Umsatz der GfK 1,51 Milliarden Euro.

Weitere Informationen erhalten Sie unter www.gfk.com. Folgen Sie uns auf Twitter: www.twitter.com/gfk_de