



Jenseits aller Grenzen: Junge Menschen wollen Karriere und Zeit für die Familie gleichermaßen

Jenseits aller Grenzen: Junge Menschen wollen Karriere und Zeit für die Familie gleichermaßen
Internationale "Continental-Studentenumfrage" 2013: Studenten bewerten Karriereperspektiven positiv und haben ambitionierte Pläne - Junge Menschen wünschen "Finanzielle Sicherheit" und Zeit für "Familie/Partnerschaft" - Studierende sehen Männer gegenüber Frauen bei der Karriere im Vorteil - Arbeiten im Ausland bei guten Verdienstmöglichkeiten für Studenten denkbar - Über kulturelle wie politische Grenzen hinweg sehen Studierende in Deutschland, Rumänien, China und Brasilien ihre Karrierechancen ausgesprochen positiv. Sie streben eine erfolgreiche berufliche Karriere an und wünschen sich gleichzeitig Zeit für Privatleben und Familie. Sie bevorzugen einen Job im jeweiligen Heimatland und würden bei einem Auslandseinsatz am liebsten in den USA oder Westeuropa arbeiten. Enorme Unterschiede hingegen gibt es bei der Einschätzung der Studierenden hinsichtlich der Gleichberechtigung bzw. Chancengleichheit von Frauen und Männern im Beruf. Hier sehen sich rund zwei von drei deutschen wie auch chinesischen Studentinnen klar benachteiligt. Dagegen sieht das nur jede vierte Studentin in Brasilien so. Dies sind die Kernaussagen der internationalen "Continental-Studentenumfrage 2013", die der internationale Automobilzulieferer, Reifenhersteller und Industriepartner in Deutschland, Rumänien, China und Brasilien hinsichtlich der Erwartungen junger Studierender zu Arbeitswelt, Beruf und Karriere erarbeitet hat. Für die repräsentative Umfrage befragte das Institut für angewandte Sozialwissenschaft (Infas) jeweils mehr als 1.000 Studenten mit den Hauptfächern Ingenieurwissenschaften, Naturwissenschaften, Mathematik, Informatik und Wirtschaftswissenschaften. Die Ergebnisse der internationalen Studie zeigen, dass junge Menschen den Wunsch haben im Berufsleben erfolgreich zu sein. Gleichzeitig wünschen sie sich eine Arbeitswelt, in der sie Karriere machen können und genügend Zeit für ihr Privatleben haben. Die Ergebnisse zeigen außerdem, dass sich in allen befragten Ländern - bis auf China - inzwischen mehr Männer als Frauen vorstellen können, ihre beruflichen Ziele für die Familie zurückzustellen. Beruf und Karriere - Die befragten Studentinnen und Studenten in Deutschland, Rumänien, China und Brasilien schätzen ihre Karrierechancen positiv ein. Mit 80 Prozent zeigen die brasilianischen Studenten das größte Selbstbewusstsein und bewerten ihre Karriereaussichten als (sehr) gut. Aber auch die jungen Menschen in Deutschland (72 Prozent) sehen die Chancen auf eine Karriere positiv. 69 Prozent der chinesischen Studenten und 63 Prozent in Rumänien beurteilen ihre Aussichten (sehr) gut. Diese optimistische Grundeinstellung spiegelt sich auch in der Einschätzung der persönlichen Wettbewerbsfähigkeit im internationalen Vergleich wider. Work-Life-Balance und Diversity "Finanzielle Sicherheit" sowie "Familie und Partnerschaft" werden durchweg als zentrale Lebensbereiche zu Beginn der Karriere genannt, sie stehen bei Studierenden in Rumänien und Brasilien ganz vorne. In Deutschland rangiert "Beruf und Arbeit" ganz oben auf der Agenda, gefolgt von "Familie und Partnerschaft" sowie "Finanzieller Sicherheit". In China liegt "Schulung und Qualifizierung" noch vor "Familie und Partnerschaft" sowie "Beruf und Arbeit". "Schulung und Qualifizierung" liegen in Brasilien und Rumänien auf Platz drei. Während in Rumänien (57 Prozent), China und Brasilien (je 51 Prozent) jeder zweite Student Gleichberechtigung zwischen Männern und Frauen in allen gesellschaftlichen Bereichen sieht, ist es in Deutschland nur rund jeder Dritte (28 Prozent). Laut Studie bewerten in Deutschland deutlich mehr männliche (36 Prozent) als weibliche Studierende (21 Prozent) Gleichberechtigung in allen gesellschaftlichen Bereichen als erfüllt. In China (Studenten 53 Prozent; Studentinnen 48 Prozent), Rumänien (58 zu 57 Prozent) und Brasilien (54 zu 47 Prozent) liegt die Einschätzung der Studentinnen und Studenten bei Männern und Frauen jeweils etwa gleich auf. Internationalität - Wenn es darum geht, in welchem Land die Befragten zukünftig einmal arbeiten würden, stehen die USA bei allen gleichermaßen hoch im Kurs: 78 Prozent der brasilianischen, 74 Prozent der chinesischen, 65 Prozent der rumänischen und 52 Prozent der deutschen Studenten können sich vorstellen, dort zu arbeiten. Chinesische (71 Prozent) und deutsche Studenten (60 Prozent) würden auch in der Schweiz arbeiten, 70 Prozent der Studenten in Rumänien würden einen Arbeitsplatz in Westeuropa annehmen. 74 Prozent der brasilianischen Studierenden würden für einen Arbeitsplatz nach Europa kommen. Ein Arbeitsplatz im Ausland wird für die Mehrheit der Studienteilnehmer vor allem durch eine überdurchschnittliche Bezahlung attraktiv: 55 Prozent in Brasilien, 51 Prozent in China und jeweils 45 Prozent in Deutschland und Rumänien. Eine zeitliche Befristung der Position im Ausland ist vor allem für die jungen Menschen in Deutschland (42 Prozent), China (32 Prozent) und Rumänien (20 Prozent) wichtig. Laut Studie ist für 87 Prozent der deutschen, 79 Prozent der brasilianischen, 67 Prozent der chinesischen und 65 Prozent der rumänischen Studenten Familie und Partnerschaft der wichtigste Grund, einen Job im Ausland nicht anzunehmen. An zweiter Stelle stehen Freunde und Bekannte: 51 Prozent der deutschen, 34 Prozent der brasilianischen und jeweils 32 Prozent der rumänischen und chinesischen Befragten. Continental AG - Vahrenwalder Straße 9 - 30165 Hannover - Deutschland - Telefon: +49 - (0)511 - 938 01 - Telefax: +49 511 938-81770 - Mail: mail_service@conti.de - URL: <http://www.conti-online.com> - 

Pressekontakt

Continental AG

30165 Hannover

conti-online.com
mail_service@conti.de

Firmenkontakt

Continental AG

30165 Hannover

conti-online.com
mail_service@conti.de

nsere Welt sind hoch entwickelte, intelligente Technologien für die Mobilität der Menschen, den Transport ihrer Materialien und Stoffe sowie die Übertragung ihrer Daten. Wir wollen auf jedem unserer Märkte und für jeden unserer Kunden die beste Lösung bereitstellen. Auf diese Weise werden wir von allen unseren Bezugsgruppen (?Stakeholdern) als ihr im höchsten Maße zuverlässiger und geschätzter Partner wahrgenommen, der höchstmöglichen Wert schafft.