

SINUS-Jugendforschung

Wie ticken Jugendliche bei der BO?

Insights zu Erwartungen,
Sorgen und Bedürfnissen

Dr. Marc Calmbach | CEO Sinus-Institut



sinus:

Teil der INTEGRAL-SINUS-OPINION Gruppe

Inhalte des Vortrags

- 0 1** Vorstellung SINUS-Institut
- 0 2** Jugendliche Lebenswelten in Deutschland
- 0 3** Zukunftsoptimismus & Future Readiness
- 0 4** Berufsorientierung
- 0 5** Fazit und Empfehlungen

SINUS-Studien

Christoph Schleer · Marc Calmbach

Berufsorientierung Jugendlicher in Deutschland

Erwartungen, Sorgen und Bedarfe

sinus:

 Springer VS

Basis des Vortrags ist eine SINUS-Studie aus 2021



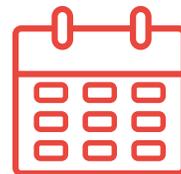
Befragungsart

Computer-Assisted-
Web-Interviews (CAWI)



Stichprobe

1.223 Befragte
im Alter von 14 bis 20 Jahren



Befragungszeitraum

16. August bis
6. Oktober 2021

01

Vorstellung SINUS-Institut

Mit ethnologischer Neugier, wissenschaftlicher Verlässlichkeit und 45 Jahren Erfahrung erforscht SINUS den gesellschaftlichen Wandel.

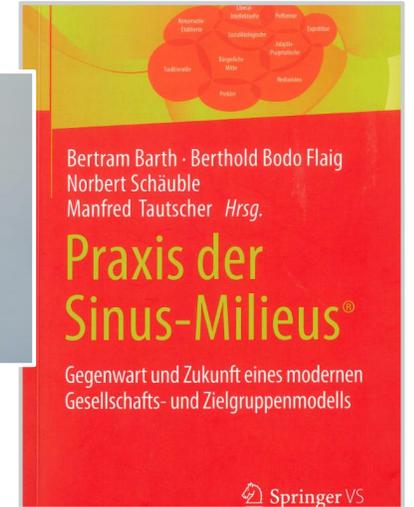


Marc Calmbach / Bodo Flaig / James Edwards
Heide Möller-Slawinski / Inga Borchard / Christoph Schleier

SINUS-Jugendstudie 2020

Lebenswelten von Jugendlichen im Alter
von 14 bis 17 Jahren in Deutschland

bpb:
Bundeszentrale für
politische Bildung



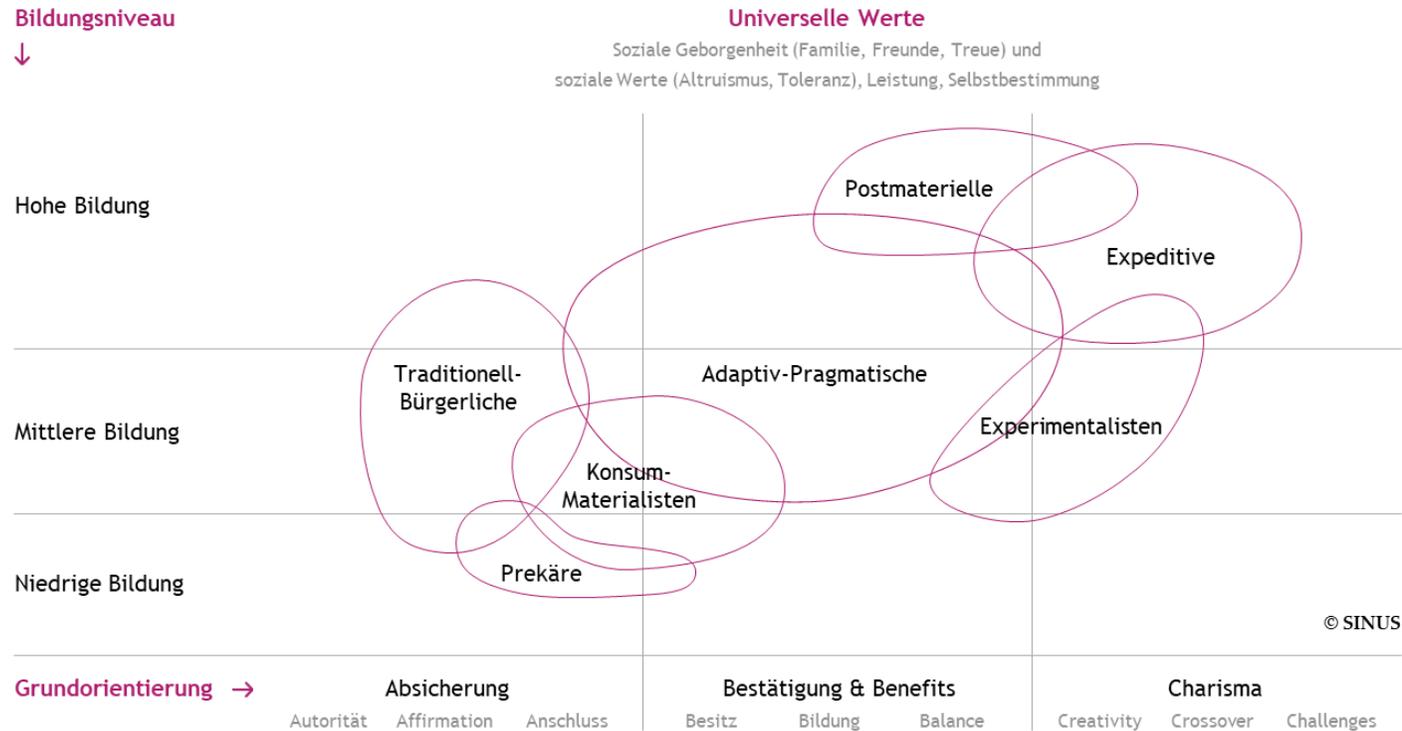
Kunden des SINUS-Instituts (kleine Auswahl)



02

Jugendliche Lebenswelten in Deutschland

SINUS-Modell für jugendliche Lebenswelten: Kurzbeschreibungen



TRADITIONELL-BÜRGERLICHE

Die natur- und heimat-orientierten Familienmenschen mit starker Bodenhaftung

PREKÄRE

Die um Orientierung und Teilhabe bemühten Jugendlichen mit schwierigen Startvoraus-setzungen und Durchbeißer-mentalität

POSTMATERIELLE

Weltgewandte bildungsnah Teenage-Bohemiens mit ausgeprägtem Gerechtigkeits-empfinden

KONSUM-MATERIALISTEN

Die freizeit- und familienorientierte untere Mitte mit ausgeprägten marken-bewussten Konsumwünschen

EXPEDITIVE

Die erfolgs- und lifestyleorientierten Networker auf der Suche nach neuen Grenzen und unkonventionellen Erfahrungen

ADAPTIV-PRAGMATISCHE

Der leistungs- und familien-orientierte Mainstream mit hoher Anpassungs-bereitschaft

EXPERIMENTALISTEN

Die spaß- und szeneorientierten Nonkonformisten mit Fokus auf Leben im Hier und Jetzt

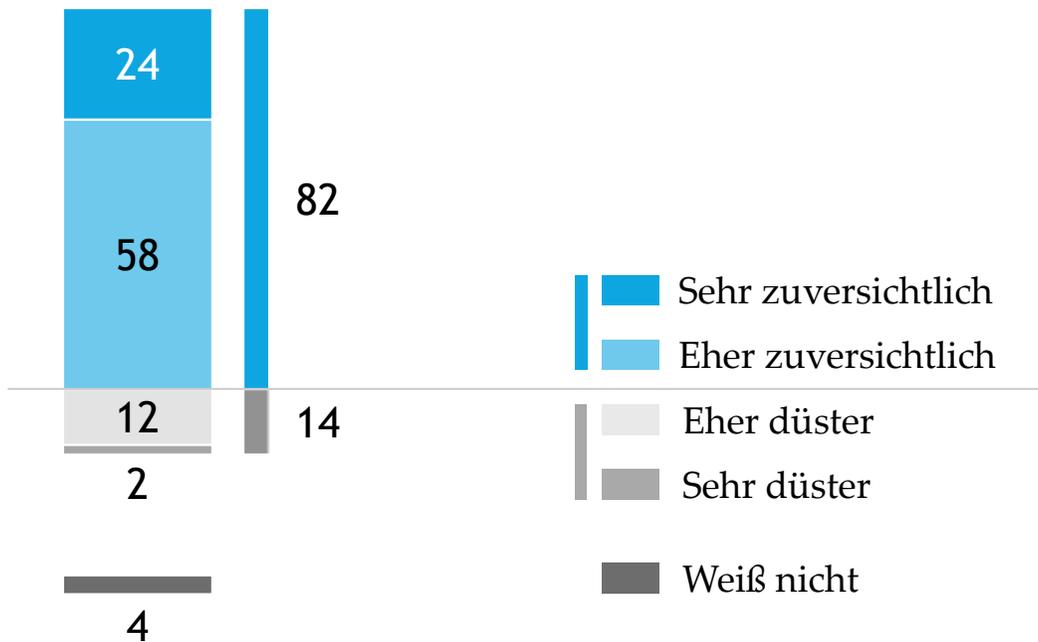
03

**Zukunftsoptimismus &
Future Readiness**

Zukunftsoptimismus

Die Jugend ist tendenziell optimistisch.

„Wie blickst du derzeit in deine persönliche Zukunft?“



Basis: n = 1.223; alle Befragten
(repräsentativ für die deutsche Bevölkerung zwischen 14 und 20 Jahren)

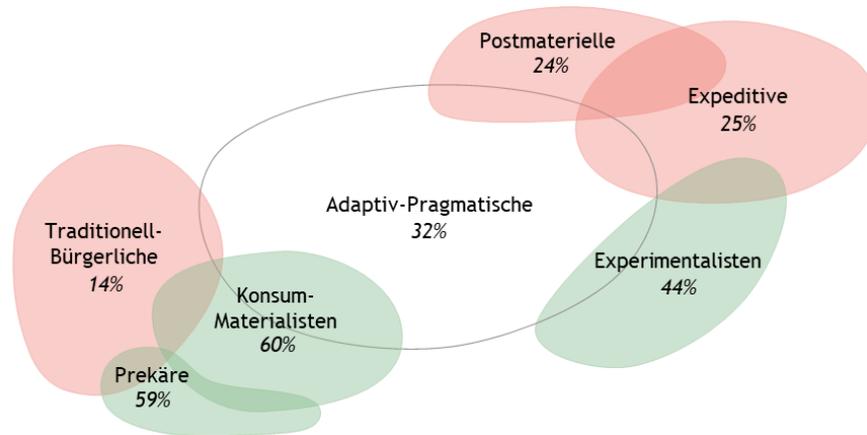
Zukunftsunsicherheit

Leistungsfatalismus kennzeichnet weite Teile der bildungsfernen Lebenswelten.
Das Thema Arbeitslosigkeit beschäftigt v.a. die unterprivilegierten Milieus.

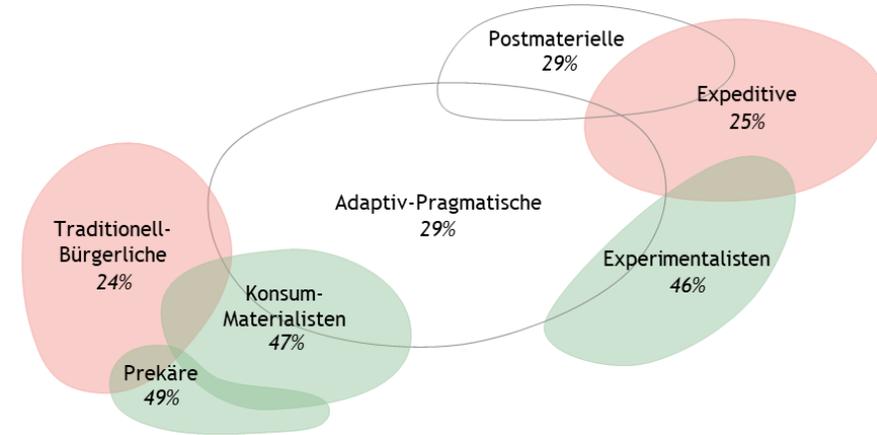
Es bringt wenig, sich berufliche Ziele zu setzen, weil heute alles so unsicher ist.

Ich mache mir Sorgen, einmal arbeitslos zu werden.

∅ = 33%



∅ = 33%



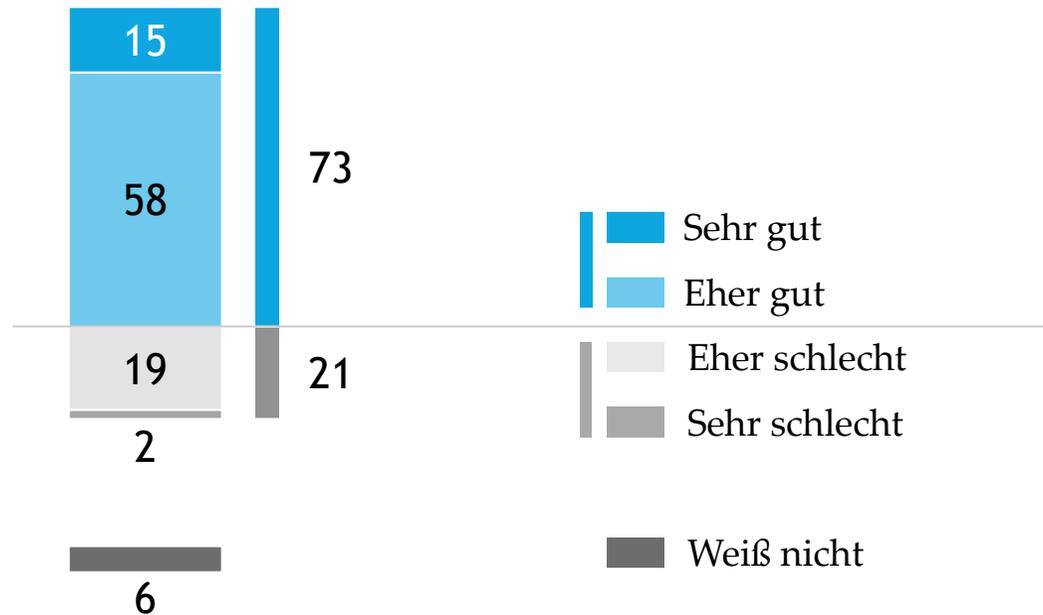
■ Überdurchschnittlich
 Durchschnittlich
■ Unterdurchschnittlich

Basis: n = 1.223; alle Befragten
(repräsentativ für die deutsche Bevölkerung zwischen 14 und 20 Jahren)
Antwortkategorie: stimme eher / stimme voll und ganz zu

Future Readiness

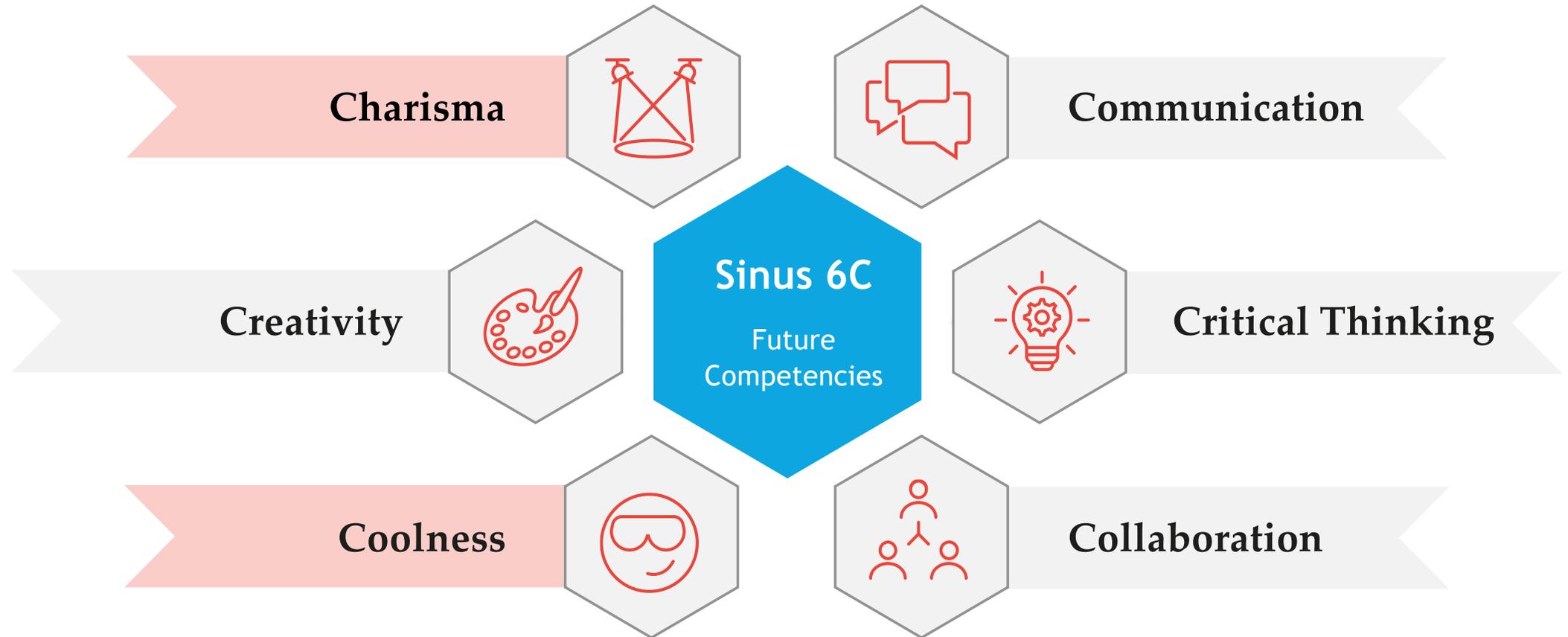
Mit Blick auf die eigene Zukunft sieht sich nur ein kleiner Teil wirklich gut vorbereitet.

„Wie siehst du dich ganz allgemein auf deine berufliche Zukunft vorbereitet?“



Basis: n = 1.223; alle Befragten
(repräsentativ für die deutsche Bevölkerung zwischen 14 und 20 Jahren)

Welche Skills gelten gemeinhin als Zukunftskompetenzen?



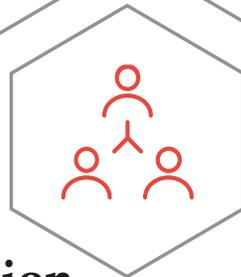
Zukunftskompetenzen: Selbsteinschätzung vs. Zukunftsrelevanz

Bei vielen (“klassischen”) Zukunftskompetenzen sehen sich die Jugendlichen auf dem richtigen Weg

Communication



Creativity /
Curiosity



Collaboration



Critical Thinking

Selbsteinschätzung

„da bin ich eher gut“

70%-90%

Zukunftsrelevanz

„in der Zukunft wichtig“

70%-90%

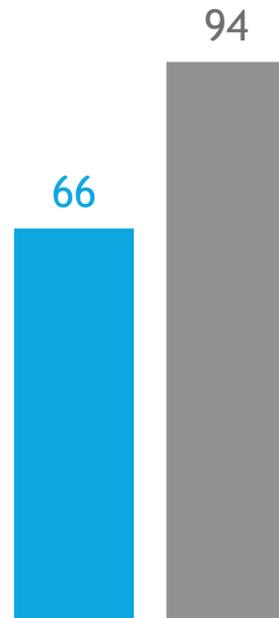
Zukunftskompetenzen: Selbsteinschätzung vs. Zukunftsrelevanz

Zeitsouveränität gilt als wichtige Zukunftsressource

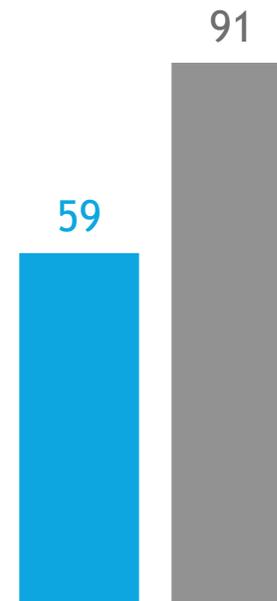


Coolness

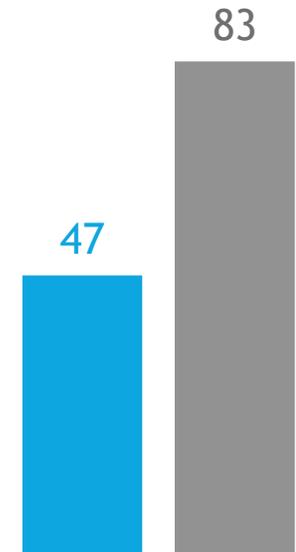
■ „da bin ich eher gut“
■ „in der Zukunft wichtig“



*In stressigen
Situationen einen
kühlen Kopf bewahren*



*Meine Zeit richtig
einteilen*



*In stressigen Phasen
auf mich und meine
Gesundheit achten*

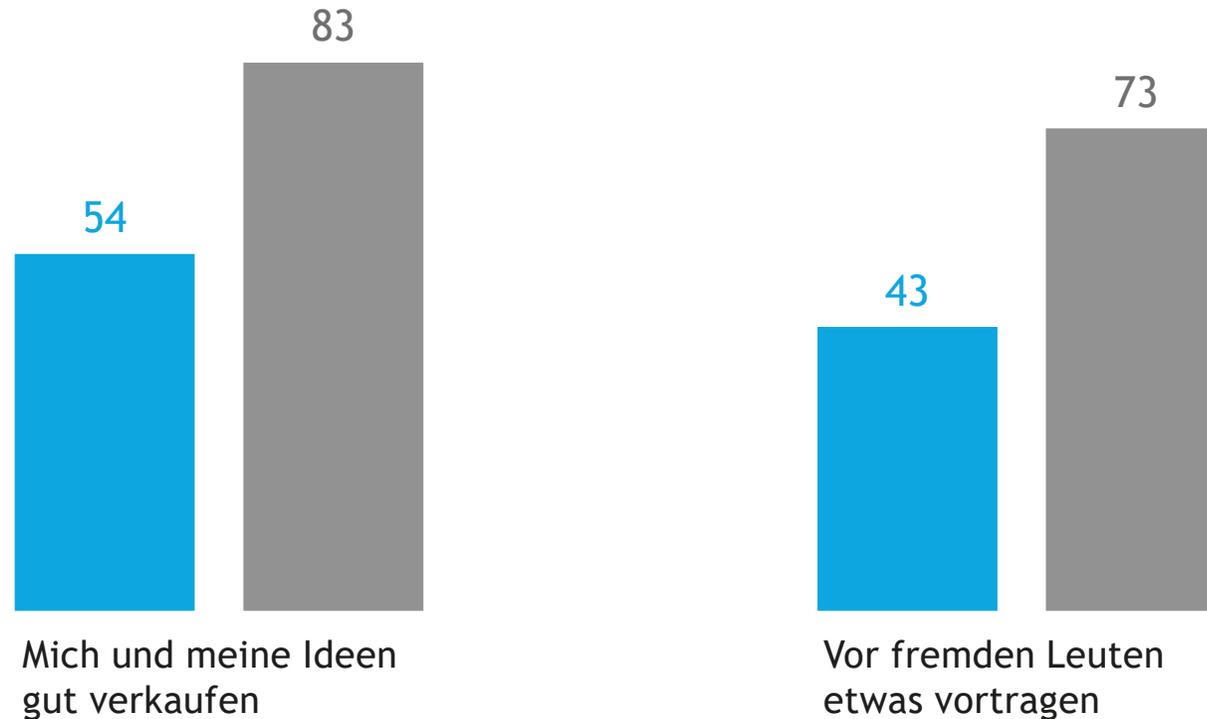
Zukunftskompetenzen: Selbsteinschätzung vs. Zukunftsrelevanz

Performative Skills werden aus Jugendsicht sehr wichtig werden. Hier sieht man noch Luft nach oben bei sich.



Charisma

- „da bin ich eher gut“
- „in der Zukunft wichtig“



04

**Berufsorientierung
Jugendlicher**

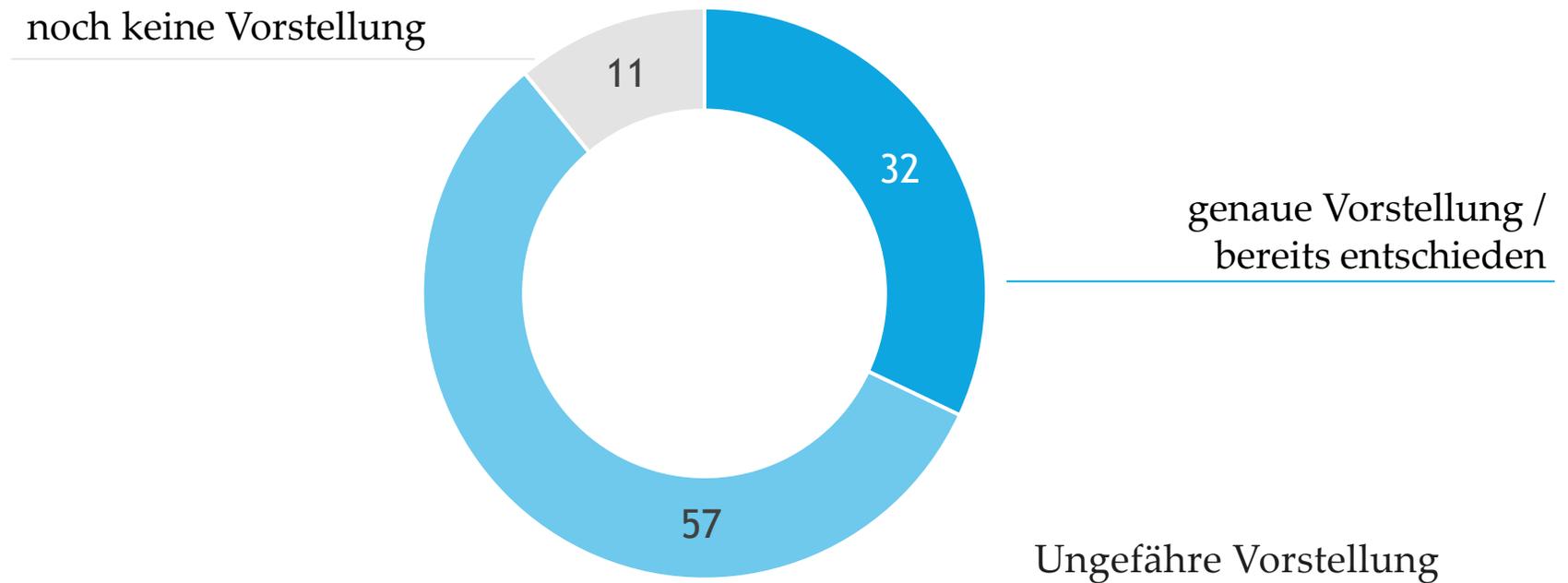


Status der
Entschiedenheit bei
der Berufswahl

Status der Entschiedenheit bei der Berufswahl

Die große Mehrheit der Jugendlichen hat zumindest eine ungefähre Vorstellung davon, was sie beruflich machen möchte. Wirklich sicher, ist aber nur jede*r Dritte.

„Weißt du schon, was du später beruflich einmal machen möchtest?“

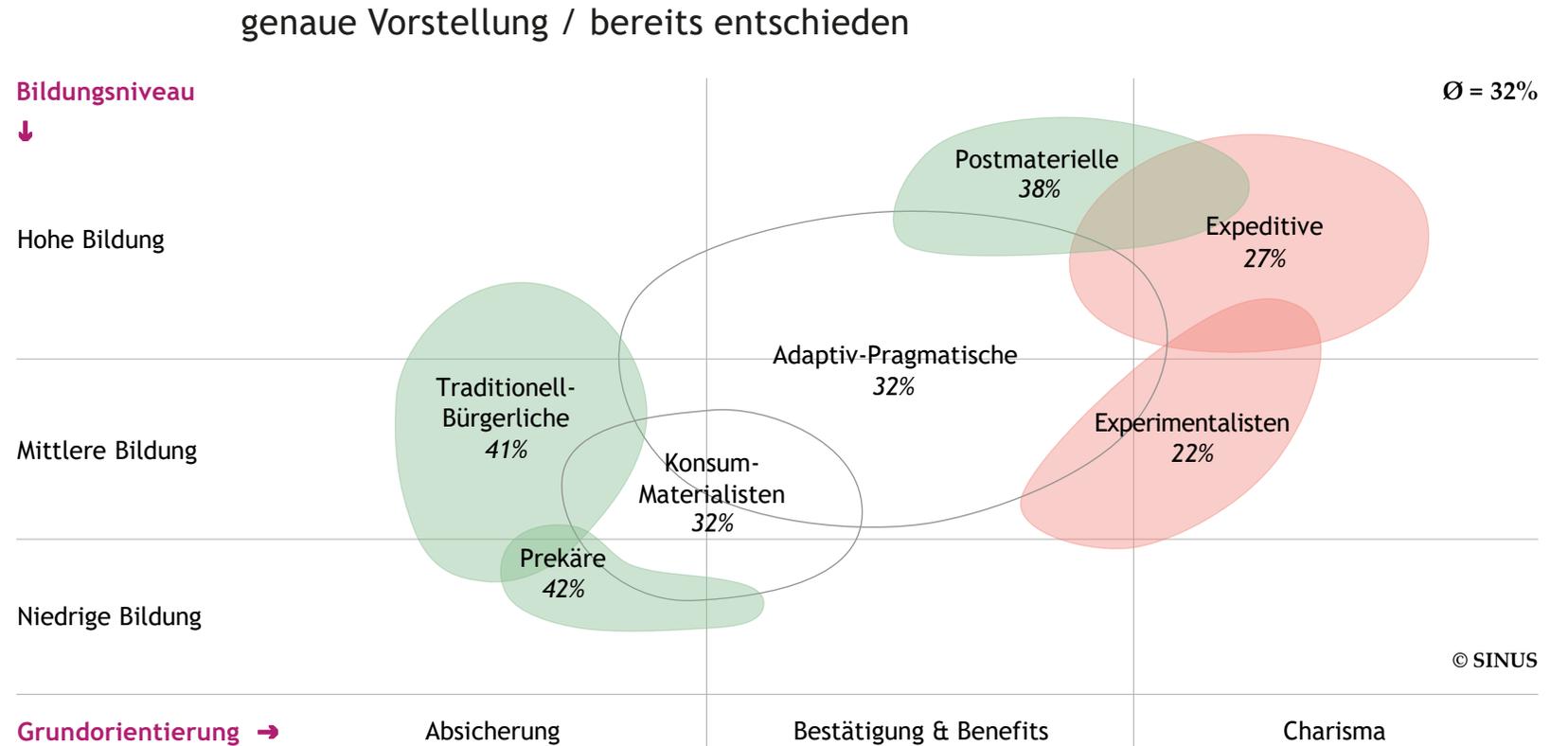


Basis: n = 1.223; alle Befragten
(repräsentativ für die deutsche Bevölkerung zwischen 14 und 20 Jahren)
Antwortkategorie: stimme eher / stimme voll und ganz zu

Status der Entschiedenheit bei der Berufswahl

In den postmodernen Milieus der Expeditiven und Experimentalisten, die stark im Hier und Jetzt leben, hat man im Milieuvvergleich am seltensten eine genaue Berufsvorstellung.

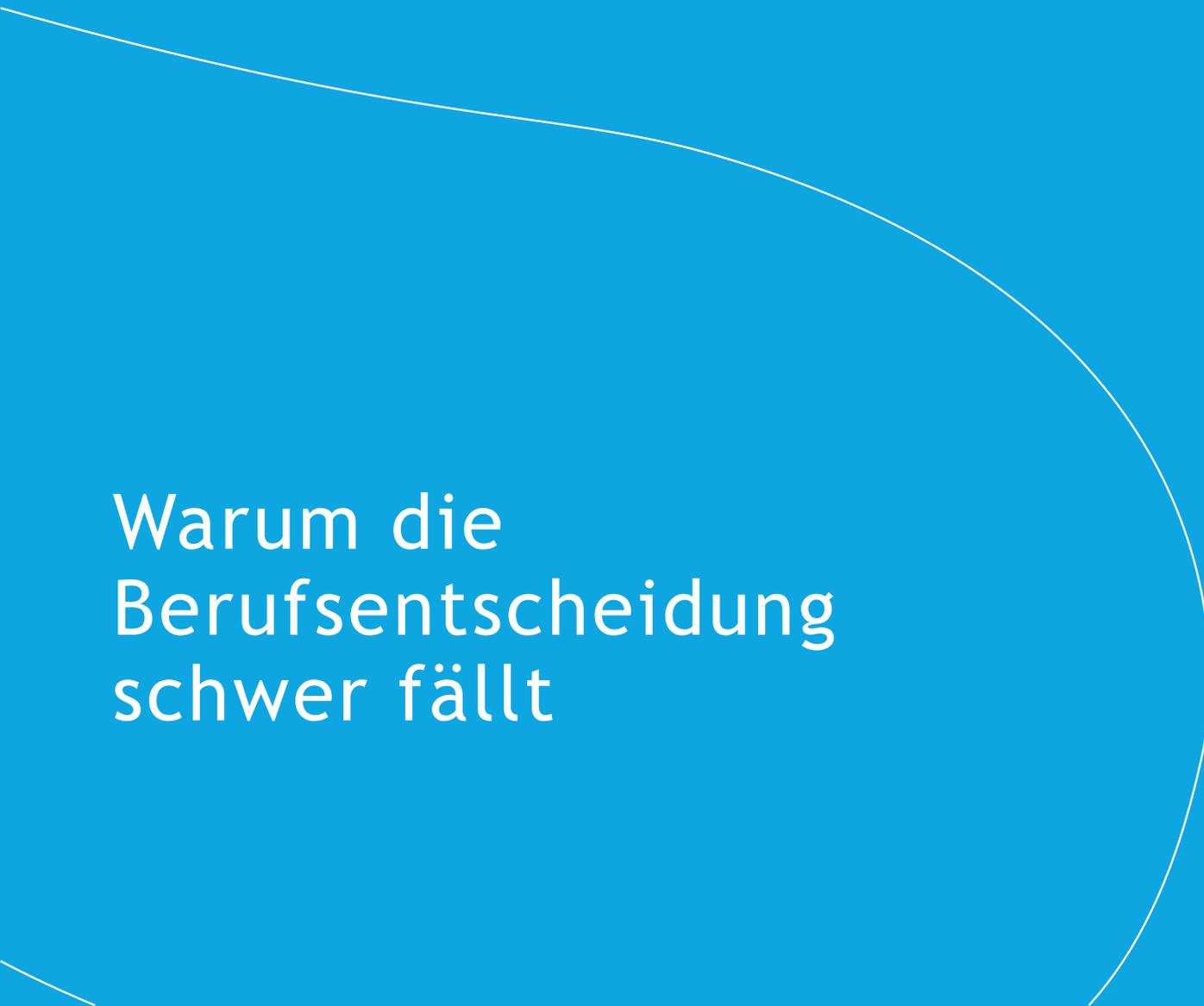
„Weißt du schon, was du später beruflich einmal machen möchtest?“



Basis: n = 1.223; alle Befragten
(repräsentativ für die deutsche Bevölkerung zwischen 14 und 20 Jahren)

Überdurchschnittlich
Durchschnittlich

Unterdurchschnittlich



Warum die
Berufsentscheidung
schwer fällt

Warum die Berufsentscheidung schwer fällt (Top5 Gründe)

Dass die Berufsentscheidung schwer fällt, liegt weniger an fehlender Motivation als an der Vielzahl beruflicher Möglichkeiten und Unsicherheit darüber, welche Berufe zu den persönlichen Skills passen.

Fehlender Überblick über die gesamte Bandbreite an beruflichen Möglichkeiten

57

Unsicherheit, welcher Beruf zu den eigenen Fähigkeiten passt

57

Vielzahl an beruflichen Möglichkeiten erschwert es, sich für eine Option zu entscheiden.

51

Unsicherheit, welcher Beruf zu den eigenen Interessen passt

50

Unsicherheit über die eigenen Fähigkeiten

49

Basis: n = 1.223; alle Befragten
(repräsentativ für die deutsche Bevölkerung zwischen 14 und 20 Jahren)

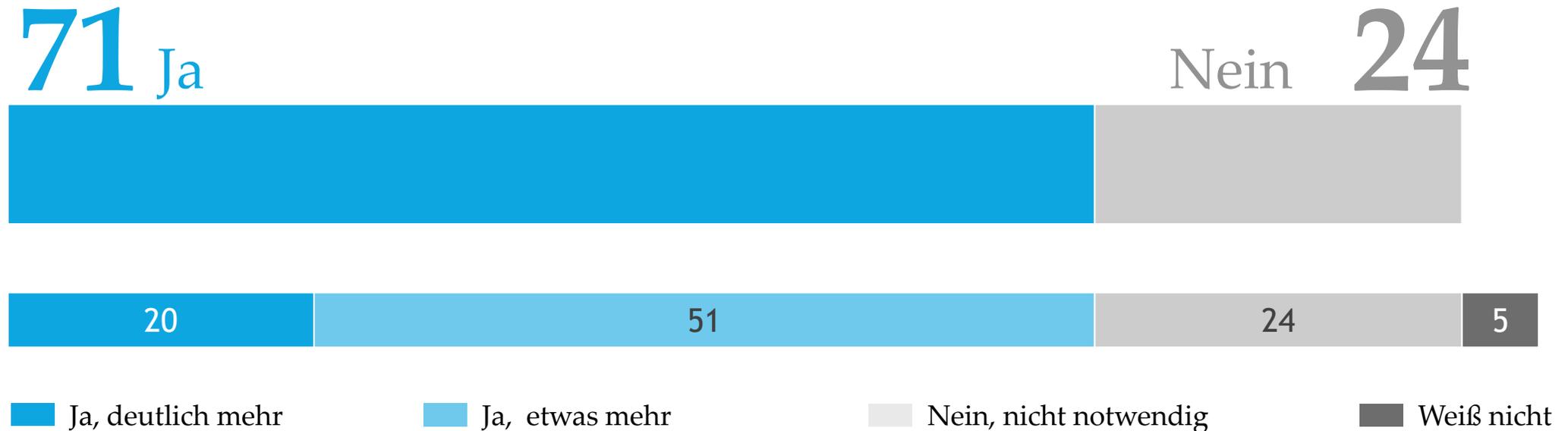


Bedarfe bei der
beruflichen
Orientierung

Unterstützungsbedarf bei der Berufsorientierung

Drei von vier wünschen sich mehr Unterstützung bei der Berufswahl.

Würdest du dir mehr Unterstützung bei der Berufswahl wünschen bzw. hättest du gerne mehr Unterstützung gehabt?

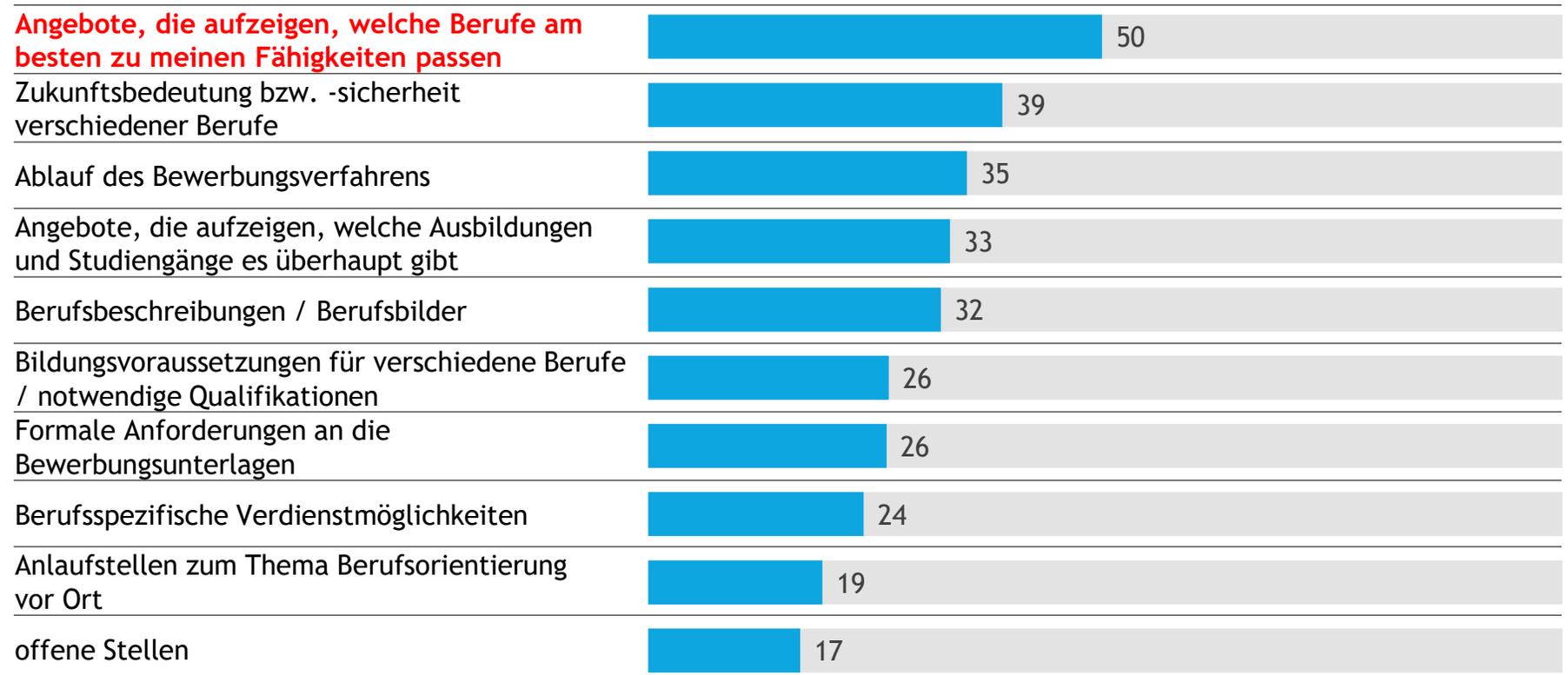


Basis: n = 1.223; alle Befragten
(repräsentativ für die deutsche Bevölkerung zwischen 14 und 20 Jahren)

Informationsbedarfe bei der Berufsorientierung

Jugendliche wünschen sich v.a. einen Eignungstest (Skills vs. Berufsanforderungen).
Mehr Informationen zu offenen Stellen oder formalen Anforderungen an die Bewerbung sind ihnen weniger wichtig.

„Worüber hättest du gerne mehr Informationen (gehabt)? Bitte wähle drei Aspekte aus, die dir am wichtigsten sind.“



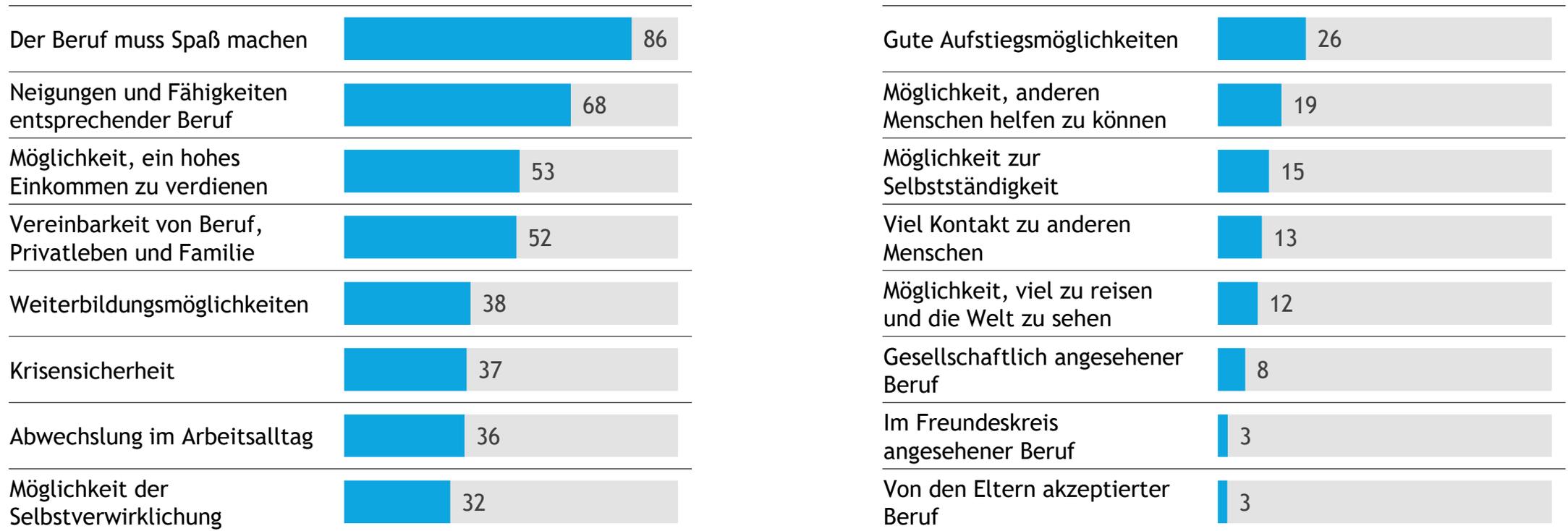
Basis: n = 1.223; alle Befragten
(repräsentativ für die deutsche Bevölkerung zwischen 14 und 20 Jahren)



Erwartungen an den Beruf

Erwartungen an den Beruf

Ein hohes Einkommen ist für mehr als die Hälfte der Jugendlichen ein wichtiges Kriterium. Noch wichtiger ist den jungen Menschen allerdings, dass der Beruf ihren Neigungen und Fähigkeiten entspricht und dass er Spaß macht.



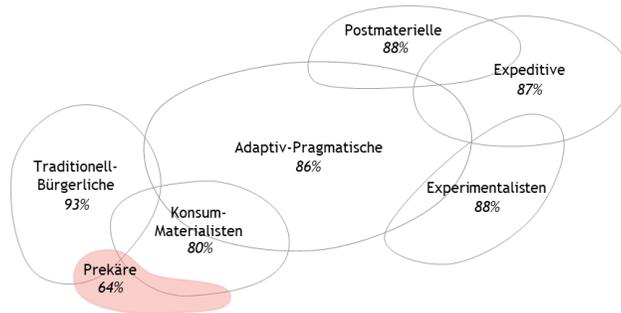
Basis: n = 1.223; alle Befragten
(repräsentativ für die deutsche Bevölkerung zwischen 14 und 20 Jahren)
Frage: „Welche Kriterien sind für dich bei der Berufswahl am wichtigsten?
Bitte wähle die für dich fünf Wichtigsten aus.“

Erwartungen an den Beruf

In der Prekären Lebenswelt ist man bei der Berufswahl mit Abstand am seltensten intrinsisch motiviert - „Hauptsache Job“

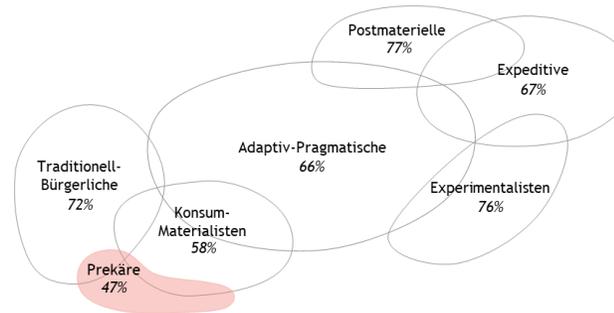
Der Beruf muss mir Spaß machen.

Ø = 86%



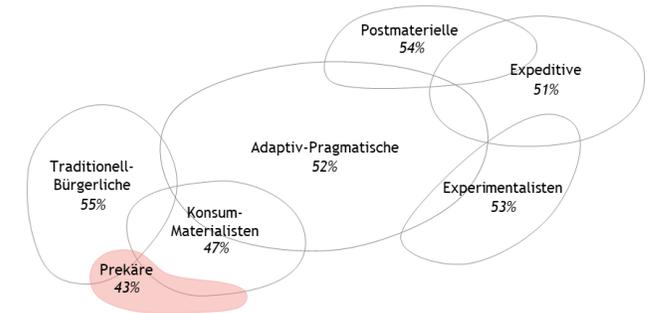
Der Beruf muss meinen Neigungen und Fähigkeiten entsprechen.

Ø = 68%



Der Beruf muss sich gut mit Privatleben und Familie vereinbaren lassen.

Ø = 52%



Basis: n = 1.223; alle Befragten
(repräsentativ für die deutsche Bevölkerung zwischen 14 und 20 Jahren)

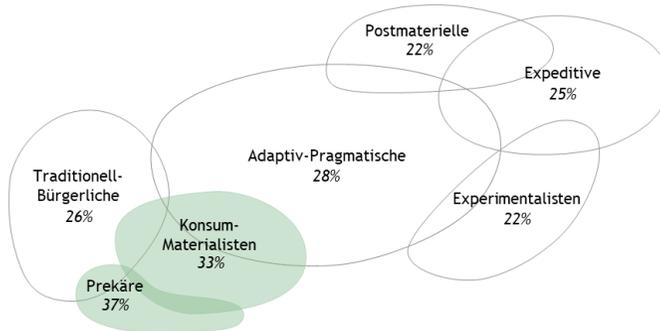
■ Überdurchschnittlich
□ Durchschnittlich
■ Unterdurchschnittlich

Erwartungen an den Beruf

In den unterschichtigen Lebenswelten spielen Status-Aspekte und Aufstiegschancen bei der Berufswahl die größte Rolle.

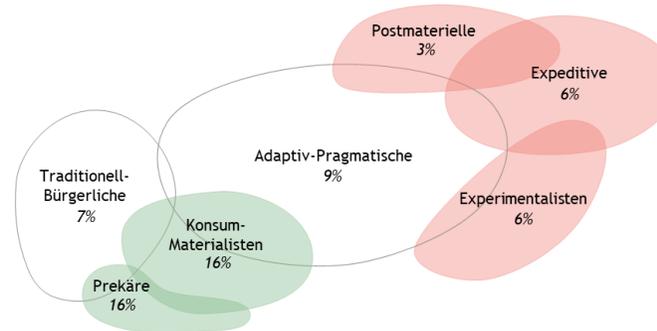
Der Beruf muss gute
Aufstiegsmöglichkeiten garantieren.

Ø = 26%



Der Beruf muss in der Gesellschaft
angesehen sein.

Ø = 8%



Basis: n = 1.223; alle Befragten
(repräsentativ für die deutsche Bevölkerung zwischen 14 und 20 Jahren)

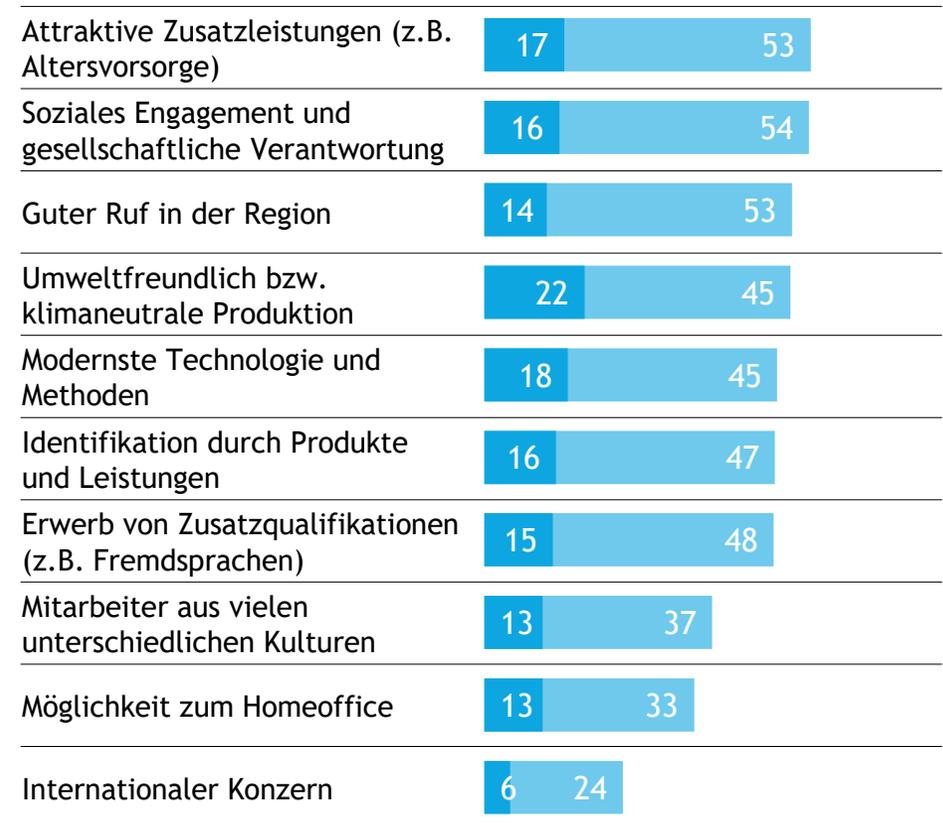
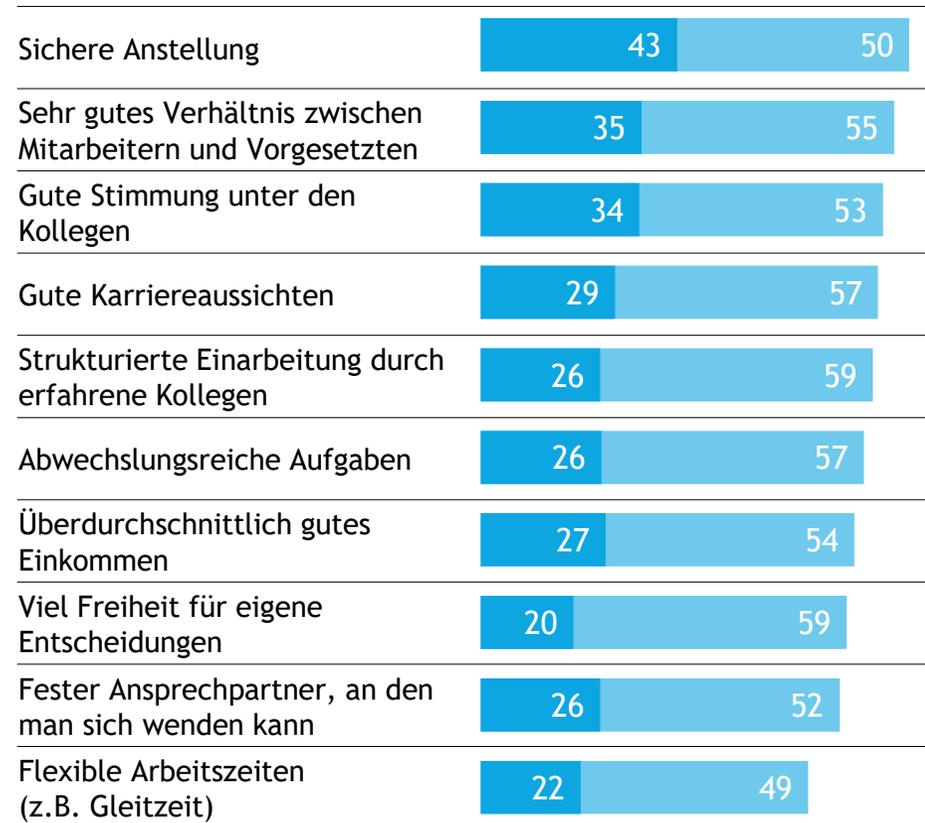
■ Überdurchschnittlich
■ Durchschnittlich
■ Unterdurchschnittlich



Erwartungen an den
Arbeitgeber

Erwartungen an den Arbeitgeber

Jobsicherheit und ein gutes Arbeitsklima sind die Haupteerwartungen an Unternehmen.
Internationalität und Homeoffice-Option sind den wenigsten Jugendlichen wichtig.



Basis: n = 1.223; alle Befragten
(repräsentativ für die deutsche Bevölkerung zwischen 14 und 20 Jahren)

■ Besonders wichtig ■ Wichtig

05

Fazit und Empfehlungen

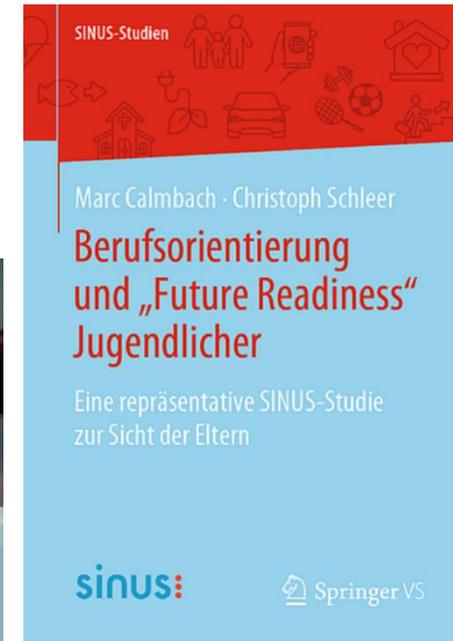
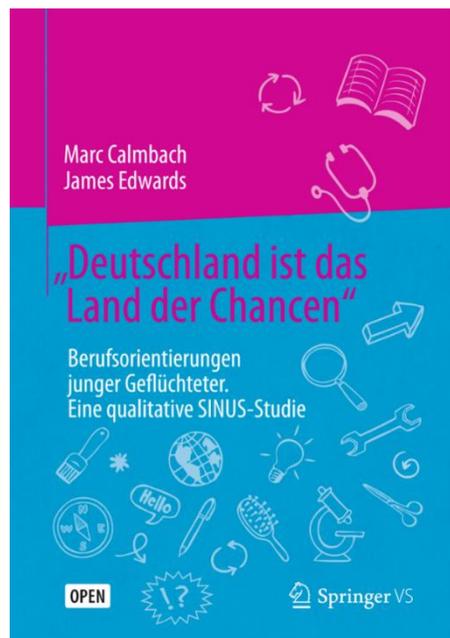
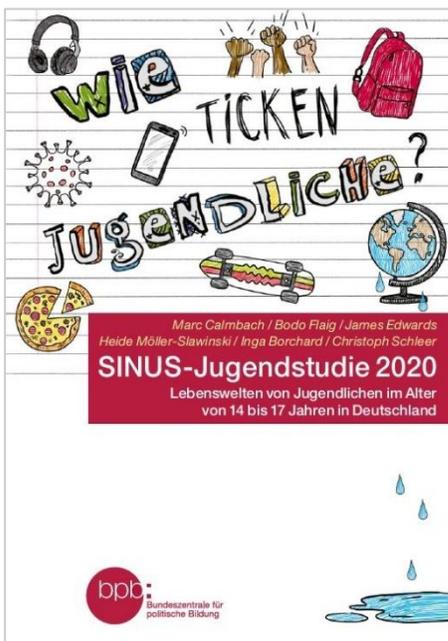
Die Ergebnisse „in a Nutshell“

- 0 1** Keine Zukunftseuphorie,
aber Bewältigungsoptimismus
- 0 2** Überforderung im beruflichen Multioptions-Dschungel
Unsicherheit: Was kann man? Was passt zu einem?
- 0 3** Beruf soll: Spaß machen, zu einem passen, Sicherheit geben,
Führung und Karriere ermöglichen, gutes Arbeitsklima bieten
- 0 4** Deutliche Informationsdefizite,
Wunsch nach Unterstützung
- 0 5** Besonders hilfreich bei der Berufsorientierung sind First-Hand-Insights

Empfehlungen auf Basis der Befunde

- 0 1** Angebote zur Selbstreflexion und zur Bandbreite an Berufen verstärken, (v.a. erste) Berufswahl entdramatisieren
- 0 2** Stärken stärken und Schwächen schwächen – besonders bei „Bildungsfernen“ – außerschulische Kompetenzen im Blick haben
- 0 3** Zeit-Souveränität und performative Skills fördern
– bei diesen Zukunftskompetenzen sieht man viel Luft nach oben
- 0 4** Praxis-Erfahrungen bzw. Kontakte zu Praktiker*innen ermöglichen, Kooperationen zwischen Schule, Universität und Wirtschaft intensivieren
- 0 5** Zielgruppenspezifische Zugänge beachten: z.B. Social Media bei Konsum-Materialisten, klassische Formate bei Adaptiv-Pragmatischen
- 0 6** Milieuspezifische Berufsaffinitäten berücksichtigen
z.B. Kreativbranche (Expeditiv), Verwaltung (Traditionelle), Blue-Collar (Prekäre) etc.

Zum Schluss: Hinweise zu SINUS-Publikationen zum Thema



marc.calmbach@sinus-institut.de

www.sinus-institut.de