

Millennial-Survey 2017

Ziel der Studie:

Die Umfrage soll die Sorgen und Erwartungen von „Millennials“ in Bezug zu ihrer Zukunft aufzeigen und erläutert ihre Vorstellungen, wie die Arbeitswelt helfen könnte eine Zukunft nach ihren Vorstellungen zu erschaffen.

Key Facts:

- rund 8.000 Teilnehmer
- Befragte waren 35, oder jünger (= Millennials)
- befragt wurden Arbeitnehmer mit akademischem Abschluss in Vollzeitbeschäftigungen
- die Umfrage wurde in 30 Ländern durchgeführt

Zusammenfassendes Ergebnis der Studie:

Die Ergebnisse zeigen eine Verschlechterung der Stimmungslage unter den Millennials in Bezug auf ihre Arbeit und die Zukunft. Die Ängste vor Krieg, Terror und wirtschaftlicher, als auch politischer Unsicherheit sind gestiegen.

Hauptfragestellungen der Studie:

1. Wie fühlen Millennials die ökonomischen, sozialen und politischen Gefühle ihrer Zeit?
2. Wie wirkt sich die Geschäftswelt auf die breite Gesellschaft aus?
3. Wie sehen die Angestellten ihren Einfluss den sie durch ihre Arbeit ausüben?
4. Wie stehen die Millennials zu den Veränderungen in der Politik und der Geschäftswelt?
5. Was wünschen sich Millennials in einem Job und wie sehen sie ihre Jobsituation?
6. Wie empfinden Millennials die „Generation Z“ nach ihnen und welchen Einfluss übt diese, ihrer Ansicht nach, auf die Arbeit aus?

Ausgewählte Kernelemente der Studie:

- **Pessimismus nimmt überhand!**

In den Augen der Millennials seien die größten weltweiten Herausforderungen Krieg, Terrorismus und politische Spannungen. Ebenfalls sehen viele Millennials einen dringenden Handlungsbedarf bei Krankenversorgung, Einkommensgleichheit und im Kampf gegen Hungersnöte.

Nur Ein Drittel der Millennials in den entwickelten Ländern gehen davon aus finanziell besser und glücklicher dazustehen, als ihre Eltern.

Figure 3. Conflicts issues primarily a mature market fear; for emerging markets, crime/corruption the #1 challenge

Percent of millennials personally concerned about these issues and challenges

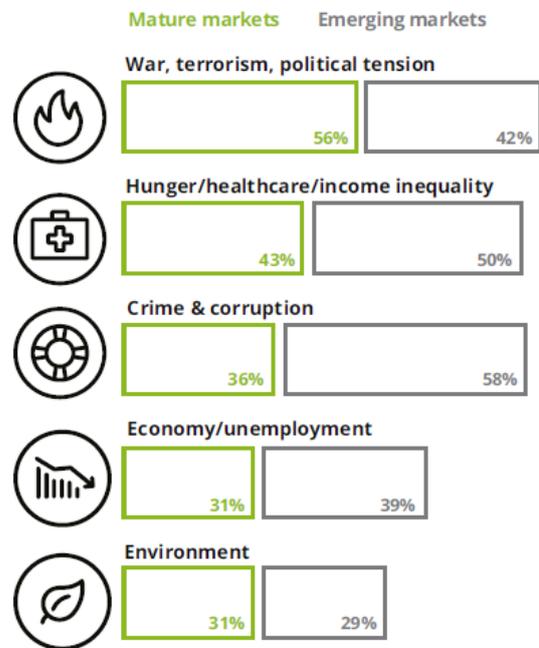
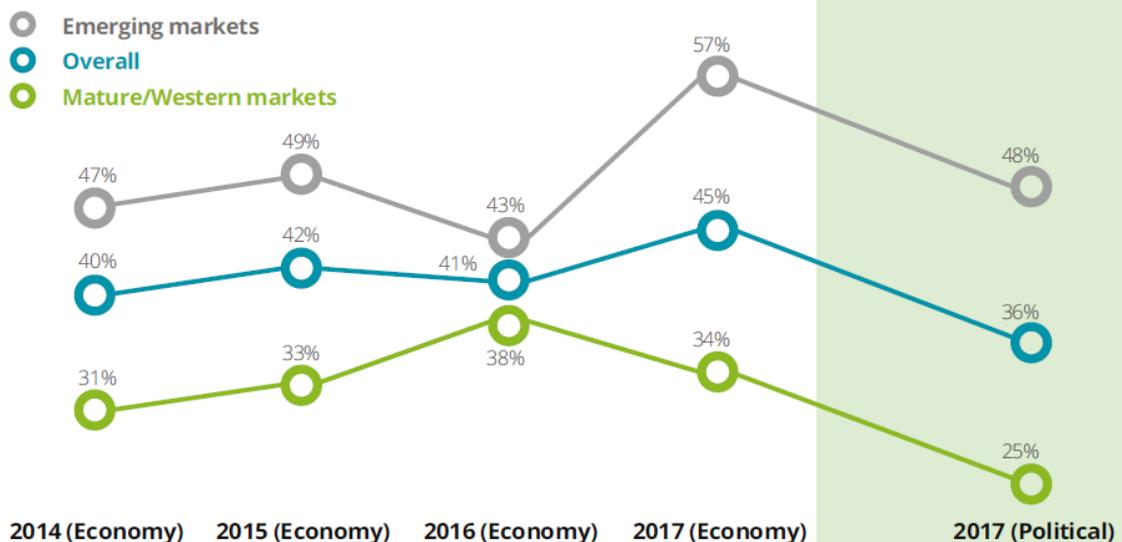


Figure 2. Diverging levels of economic optimism in developed and emerging markets, pessimistic on political/social progress

Percent that expects the overall economic, social or political situation in their countries to improve (next 12 months)



Q5: Taking everything into account do you expect the overall economic situation in your country to improve, worsen or stay the same over the next 12 months?

Q6: Taking everything into account do you expect the overall social/political situation in your country to improve, worsen or stay the same over the next 12 months?

- **Ein sicherer Job ist wichtig!**

Bei zunehmender Unsicherheit wird der Wunsch der Befragten nach einer sicheren Anstellung umso größer. Laut der Studie wollen die jungen Berufstätigen zunehmend in ihren derzeitigen Jobs verbleiben, was im Gegensatz zu früheren Studien steht. Wollten noch 44% im Jahr 2016 innerhalb von zwei Jahren den Arbeitgeber wechseln, sind es heuer nur mehr 38%. Umgekehrt planen heuer 31% länger als fünf Jahre im derzeitigen Job zu bleiben, letztes Jahr waren es noch 27%.

Das neue Sicherheitsbedürfnis zeigt auch Auswirkungen auf die bevorzugte Beschäftigungsform. So kommt es, dass Zwei Drittel (65%) am liebsten eine feste Vollzeitanstellung bevorzugen.

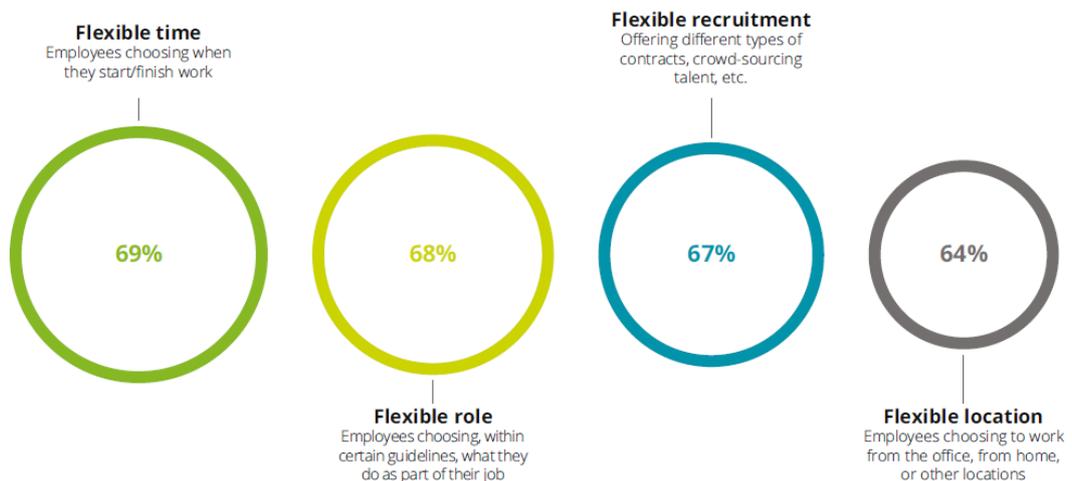
Figure 13. Twelve months later, millennials are a little more loyal (or perhaps less confident)
Percent of millennials who expect to...



- **Die Millennials schätzen ihre Freiheiten im Arbeitsleben.**

Flexibilität im Arbeitsalltag spielt bei den Befragten eine große Rolle und wird von diesen auch als etwas Positives angesehen. 84 % geben an, dass ihre Unternehmen flexible Arbeitsbedingungen bieten. Die individuelle Gestaltung des Arbeitsalltags, fördert die Produktivität und das Engagement der Angestellten. Gleichzeitig werden dadurch das persönliche Wohlbefinden und die Zufriedenheit gesteigert. So bieten bereits 64% der Arbeitgeber ihren Angestellten die Möglichkeit frei zu entscheiden, ob sie von zuhause aus, oder im Büro arbeiten wollen.

Figure 15. Globally, two-thirds of millennials say their employers have adopted flexible arrangements.



- **Millennials wollen etwas ändern!**

Die wenig optimistische Grundhaltung der Millennials mindert ihr großes Verlangen nach Partizipation und sozialem Engagement keineswegs. Millennials wollen einen gesellschaftlichen Beitrag leisten und das am besten gleich im Zuge ihrer Arbeit, oder im Arbeitsumfeld. Die meisten fühlen sich dazu angehalten sich für Umweltschutz und soziale Gleichheit zu engagieren. Dennoch fällt auf, dass in etwa nur ein Drittel der Befragten angibt mit ihrem Wirken einen Einfluss zu erzielen.

Figure 9. On "big issues", millennials feel more accountable than influential

Percent with a great deal/fair amount of influence and accountability upon the following

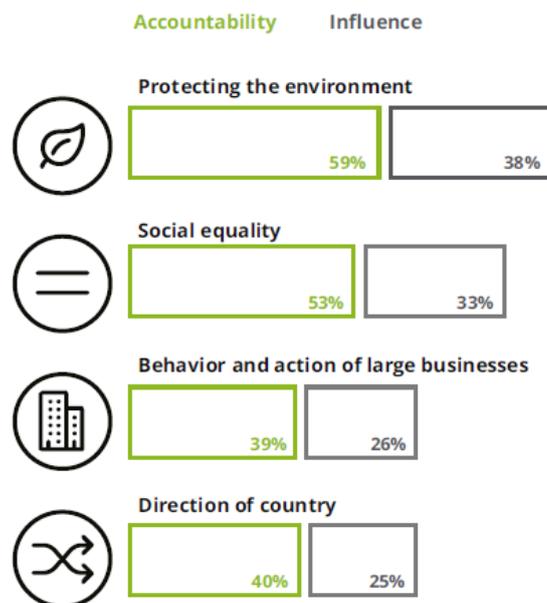
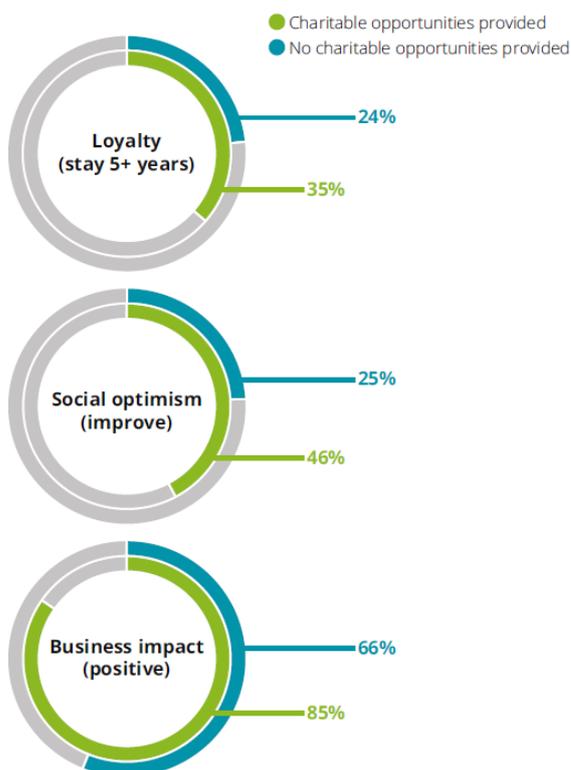


Figure 8. Empowered * millennials more optimistic and loyal



Q18. Has your organization enabled you to support or contribute to charities/'good causes' while at work?

*By empowered, we mean those that feel have an influence on their workplace and society

Mehr als die Hälfte der Millennials gibt an auch die Möglichkeit vom Arbeitgeber aus zu haben, sich sozial engagieren zu können.

Die Ergebnisse zeigen auch, dass Millennials, die sich im Job auch sozial engagieren können, eine höhere Loyalität gegenüber ihren Arbeitgebern haben.

Im Durchschnitt sind diese auch weniger pessimistisch hinsichtlich der aktuellen Situation und haben eine positivere Meinung zu wirtschaftlichem Handeln.