



Bitte beachten Sie die Sperrfrist: 19. November, 11.30 Uhr.

Europäische Vodafone Institute Survey zu Arbeitsmarkt, Beruf und Digitalisierung: Digitale Revolution ohne die Deutschen?

- Nur Minderheit in befragten Ländern geht davon aus, dass Digitalisierung Jobs schafft
- Italiener und Spanier wollen (digitale) Unternehmer sein, Deutschen ist es zu viel Arbeit
- Befragung junger Erwachsener in 6 Ländern zu Arbeitsmarkt, Bildung, Digitalisierung

Berlin, 19. November 2014. Verliert die digitale Revolution ihre Kinder? 33 Prozent der Deutschen im Alter zwischen 18 und 30 Jahren wollen auf keinen Fall eine Karriere in der digitalen Wirtschaft beginnen. Nur 13 Prozent der Befragten beantworten die Frage nach einem möglichen Berufseinstieg im digitalen Sektor mit einem eindeutigen Ja. Eine Mehrheit der ‚Digital Natives‘ in Deutschland kann sich zudem nicht vorstellen, für ein Start-Up zu arbeiten (70 Prozent) oder ein Unternehmen der digitalen Wirtschaft zu gründen (77 Prozent). In den krisengeschüttelten Ländern Spanien und Italien ist die Bereitschaft wesentlich höher. Das zeigt die erstmals durchgeführte Vodafone Institute Survey „Talking about a Revolution: Europe’s Young Generation on Their Opportunities in a Digitised World“.

Das Meinungsforschungsinstitut YouGov hat im Auftrag des Vodafone Instituts für Gesellschaft und Kommunikation 6000 junge Erwachsene in sechs europäischen Ländern befragt: Deutschland, Großbritannien, Italien, Niederlande, Spanien und in der Tschechischen Republik. Es ist die bisher umfangreichste Befragung der Altersgruppe zu den Themen Arbeitsmarkt, Bildung und Digitalisierung. Sie ist für Alter, Region und Geschlecht repräsentativ.

Deutschen blicken optimistisch in Zukunft, Italiener und Spanier sehr pessimistisch

43 Prozent der befragten deutschen 18- bis 30-Jährigen geht davon aus, dass sie ein besseres Leben als die Generation ihrer Eltern haben werden. In Spanien blicken lediglich 29 Prozent der jungen Erwachsenen so optimistisch in die Zukunft, in Italien sind es sogar nur 23 Prozent. Die wirtschaftliche Lage der einzelnen Länder prägt die Ergebnisse der Befragung stark. Während junge Erwachsene in Italien und Spanien die Digitalisierung für die eigene Zukunft eher positiv bewerten und sie offenbar als möglichen Weg aus der Arbeitslosigkeit schätzen, verharren insbesondere die deutschen Altersgenossen stärker in den heute bekannten Kategorien. Die Digitalisierung wird von ihnen zwar als Chance begriffen – aber nicht für sich selbst.

Seite 1/5

Pressekontakt: Christian Rapp, Leiter Kommunikation

Telefon +49 (0) 30/ 20 61 76 14, Mobil +49 (0) 174/ 334 94 00, E-Mail: christian.rapp@vodafone.com



Nur Minderheit glaubt, dass Digitalisierung in Zukunft Jobs schafft

Die Antworten zur Frage, ob die Digitalisierung Jobs kostet, neue schafft oder das Wesen der Arbeit verändert, ergeben kein einheitliches Bild. Eine Minderheit (10 bis 18 Prozent) in den sechs befragten Ländern geht davon aus, dass die Digitalisierung Jobs schafft. Die Digitalisierung als Bedrohung für Arbeitsplätze sehen zwischen 27 und 41 Prozent. Dass sich der Charakter der Arbeit verändern wird, meinen zwischen 33 und 47 Prozent. Junge Italiener und Spanier befürchten die größten Arbeitsplatzverluste in Folge der Digitalisierung. Diejenigen, die Jobverlust erwarten, rechnen mehrheitlich damit, dass mindestens 20 Prozent der Jobs wegfallen.

69 Prozent der jungen Deutschen: Vorteile der Digitalisierung überwiegen Risiken

In einer Gesamtbewertung der Risiken der Digitalisierung sind junge Briten am stärksten überzeugt, dass die Vorteile der Digitalisierung diese überwiegen. 86 Prozent von ihnen stimmen der Aussage zu. In Spanien stimmen 74 Prozent der Befragten zu, in Italien 70 Prozent, in der Tschechischen Republik 73 Prozent. Kritischer sehen dies die jungen Menschen in Deutschland und den Niederlanden. Jeweils nur 69 Prozent sehen mehr Vorteile als Risiken in der Digitalisierung.

Junge Europäer trauen Europa Führungsrolle in digitaler Zukunft zu

Junge Europäer trauen Europa zu, eine führende Rolle in der Forschung und Entwicklung digitaler Technologien einzunehmen, wie die Vodafone Institute Survey zeigt. Mit dieser positiven Bewertung geht die Einschätzung der Befragten einher, dass Europa mehr in die Ausbildung digitaler Fähigkeiten investieren muss, um nicht hinter andere Weltregionen zurückzufallen. Die Wettbewerbsfähigkeit des eigenen Heimatlandes bewerten die jungen Erwachsenen sehr unterschiedlich. In Spanien fürchten 49 Prozent der 18- bis 30-Jährigen um die Wettbewerbsfähigkeit ihres Heimatlandes und den Verlust von Arbeitsplätzen in Folge der Digitalisierung, in Italien sind es 60 Prozent. Diese Sorge ist in den Niederlanden (40 Prozent), Großbritannien (31 Prozent), der Tschechischen Republik (36 Prozent) und in Deutschland (35 Prozent) deutlich geringer ausgeprägt.

Italiener und Spanier wollen (digitale) Unternehmer sein, Deutschen ist es zu viel Arbeit

Das Interesse an der Gründung eines eigenen Unternehmens oder der Mitarbeit in einem neu gegründeten Unternehmen ist in Italien und Spanien besonders hoch. Dieses Interesse besteht auch, wenn explizit nach der Gründung und Mitarbeit im digitalen Bereich gefragt wird. 35 Prozent (Italien) bzw. 32 Prozent (Spanien

Seite 2/5

Pressekontakt: Christian Rapp, Leiter Kommunikation

Telefon +49 (0) 30/ 20 61 76 14, Mobil +49 (0) 174/ 334 94 00, E-Mail: christian.rapp@vodafone.com



und Tschechische Republik) derjenigen, die sich für die Gründung eines Unternehmens interessieren, nannten die schwierige Arbeitsmarktsituation als einen wichtigen Grund. In Deutschland (18 Prozent), Großbritannien (24 Prozent) und den Niederlanden (20 Prozent) spielt dies eine geringere Rolle.

Wenn junge Deutsche ein eigenes Unternehmen gründen wollen, dann steht Selbstverwirklichung an erster Stelle. Die Realisierung eigener Ideen (44 Prozent), der eigene Chef zu sein (38 Prozent) sowie bessere Verdienstmöglichkeiten (29 Prozent) sind die drei wichtigsten Gründe. Folgende drei Erklärungen liefern junge Deutsche dafür, kein eigenes Unternehmen gründen zu wollen: Es ist ihnen zu viel Arbeit (46 Prozent), sie sehen die Balance zwischen Arbeit und Privatleben in Gefahr (43 Prozent) oder fürchten, nicht genügend Arbeitserfahrung mitzubringen (40 Prozent).

Junge Europäer fühlen sich sicher

Grundlegende digitale Fähigkeiten werden in der Zukunft eine noch größere Rolle auf dem Arbeitsmarkt spielen. Dieser Aussage stimmen alle jungen Europäer zu, insbesondere die Briten. Die Ansicht, dass zu diesen Fähigkeiten auch das Coding – also Programmieren – gehört, ist bei Italienern und Spaniern besonders stark verbreitet. Wenn nach konkreten Fähigkeiten in der digitalen Wirtschaft gefragt wird, zeigt sich: Junge Europäer sehen für die Zukunft vor allem die heute bekannten Fähigkeiten – wie den Umgang mit E-Mail- oder Textverarbeitungsprogrammen – aber kaum Fähigkeiten auf dem Feld der Hardware als wichtig. Insbesondere Italiener und Spanier messen den komplexeren Fähigkeiten eine höhere Bedeutung zu als junge Erwachsene in den anderen Ländern. In den Kompetenzbereichen, die die Befragten als wichtig einstufen, fühlen sie sich sicher. Eine Ausnahme bildet das Thema Datensicherheit.

Digitale Bildung: Schlechte Noten für die allgemeinbildenden Schulen

Unternehmen beklagen oft, dass Job-Bewerber nicht die richtigen Fähigkeiten mitbringen. Zur Überwindung der „Kompetenzlücke“ fordern junge Europäer deshalb eine engere Kooperation

zwischen Unternehmen, Schulen und Universitäten. Für die Frage, welche Institution die Hauptverantwortung für die digitale Bildung tragen soll, gibt es zwischen den befragten Ländern keinen Konsens. So halten junge Briten vor allem die allgemeinbildenden Schulen für verantwortlich (49 Prozent, in anderen Ländern zwischen 17 und 26 Prozent). Dass Unternehmen mit ihren Ausbildungsangeboten die Vermittlung digitaler Kenntnisse federführend übernehmen sollen, findet die geringste Zustimmung in Großbritannien (3 Prozent, sonst zwischen 14 bis 26 Prozent) und die größte in Deutschland (26 Prozent).

Auch wenn junge Europäer sich uneinig sind, wo der ideale Ort für die Vermittlung von digitalen Kenntnissen und Fähigkeiten liegt – sie sind einer Meinung, wo derzeit die schlechteste Vorbereitung auf den digitalen

Seite 3/5

Pressekontakt: Christian Rapp, Leiter Kommunikation

Telefon +49 (0) 30/ 20 61 76 14, Mobil +49 (0) 174/ 334 94 00, E-Mail: christian.rapp@vodafone.com



Arbeitsmarkt stattfindet: in den allgemeinbildenden Schulen. Um dort besser zu werden, so die Befragten, sollten mehr Kurse zu Informations- und Kommunikationstechnologien angeboten werden, die Lehrer im Umgang mit diesen besser ausgebildet und die Nutzung außerhalb des Informatikunterrichts oder der dafür vorgesehenen Kurse intensiviert werden.

Einer von fünf jungen Europäern hat bereits im Ausland gelebt

In allen sechs untersuchten Ländern hat bereits einer von fünf jungen Erwachsenen im Ausland gelebt, ein substantieller Teil der jungen Generation wächst also als mobile Europäer auf. Insbesondere junge Erwachsene aus Deutschland (25 Prozent) und Italien (24 Prozent) zieht es ins Ausland, der Anteil ist am niedrigsten in den Niederlanden (17 Prozent).

Der Aussage „Ich plane, ins Ausland zu gehen, weil dort die Jobchancen besser sind.“ stimmen insbesondere junge Italiener (61 Prozent Zustimmung), Spanier (58 Prozent) und Tschechen (42 Prozent) zu. In Deutschland stimmen 27 Prozent der Befragten zu.

„Die Vodafone Institute Survey zeigt deutlich, dass Europa mehr tun muss, damit jungen Menschen die beruflichen Chancen und Möglichkeiten der Digitalisierung erkennen und ergreifen. Wir brauchen mehr pragmatischen Optimismus und Innovationsfreude an Schulen und Universitäten. Zudem müssen Bildungseinrichtungen, Arbeitgeber, Gründer und digitale Innovatoren enger kooperieren“, sagt David Deissner, Leiter Strategie und Programme des Vodafone Instituts für Gesellschaft und Kommunikation. „Die Ergebnisse für Deutschland erwecken den Eindruck, die Generation der 18- bis 30-Jährigen ist sich nicht bewusst, dass die digitale Revolution noch überhaupt nicht richtig Fahrt aufgenommen hat. Digitaler Unternehmergeist ist lange nicht so verbreitet wie es den Anschein hat. Unternehmertum als Bildungsinhalt und besserer Zugang zu Fördermitteln und Wagniskapital können hier helfen.“

Weiter Ergebnisse zu Deutschland im Überblick:

- 76 Prozent der jungen Deutschen sehen die Gefahren der zunehmenden Digitalisierung ihres Lebens im steigenden Stresslevel.
- Widersprüchlich: Zwar sieht eine große Mehrheit den Bereich der ICT als denjenigen mit den besten Jobaussichten. Aber nur 13 Prozent wollen in diesem Bereich ihre Karriere machen, ein Drittel (33 Prozent) schließt es sogar aus, in diesen Bereich zu gehen.
- 83 Prozent der Befragten sagen, dass digitale Technologien integraler Bestandteil ihres Lebens sind.

Seite 4/5

Pressekontakt: Christian Rapp, Leiter Kommunikation

Telefon +49 (0) 30/ 20 61 76 14, Mobil +49 (0) 174/ 334 94 00, E-Mail: christian.rapp@vodafone.com



- Generation Y: Mehr als die Hälfte der berufstätigen jungen Deutschen zwischen 18 und 30 Jahren (56 Prozent) hat ihren aktuellen Job gewählt, weil sie ein Interesse daran hatten – für nur 33 Prozent war die Bezahlung der Hauptgrund.
- Nur 1,3 Prozent der Befragten sind bisher wegen eines Jobs ins Ausland gegangen.

Die Befragung erscheint im Vorfeld der Konferenz ‚digitising europe – opportunities for the next generation‘ des Vodafone Instituts. Multiplikatoren aus Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und der europäischen Gründerszene werden diskutieren, wie sich Bildung, Arbeit und Wirtschaft im Zuge einer zunehmenden Digitalisierung verändern. Bundeskanzlerin Angela Merkel wird eine Grundsatzrede halten, weitere Gäste sind unter anderem u.a. Vodafone Group CEO Vittoria Colao, Intel-President Renée James, Start-Up-Gründerin Dupsy Abiola und Machine Learning-Experte Michael A. Osborne. ‚digitising europe‘ findet am 4. Dezember 2014 in Berlin statt. Informationen zum Programm und den Referenten finden Sie auf www.digitising-europe.eu

Über das Vodafone Institut:

Das Vodafone Institut für Gesellschaft und Kommunikation beschäftigt sich mit der Frage, wie digitale und mobile Technologien politische, soziale und ökonomische Teilhabe erhöhen sowie den Zugang zu Bildung eröffnen. Als Think and Do Tank fördert das Institut den Dialog zwischen Wissenschaft, Wirtschaft und Politik. Hierzu entwickelt es eigene Projekte, initiiert Forschungs Kooperationen, publiziert Studien und praktische Handlungsempfehlungen. Auf Veranstaltungen und in digitalen Medien bietet das Institut Raum für öffentliche Debatten.