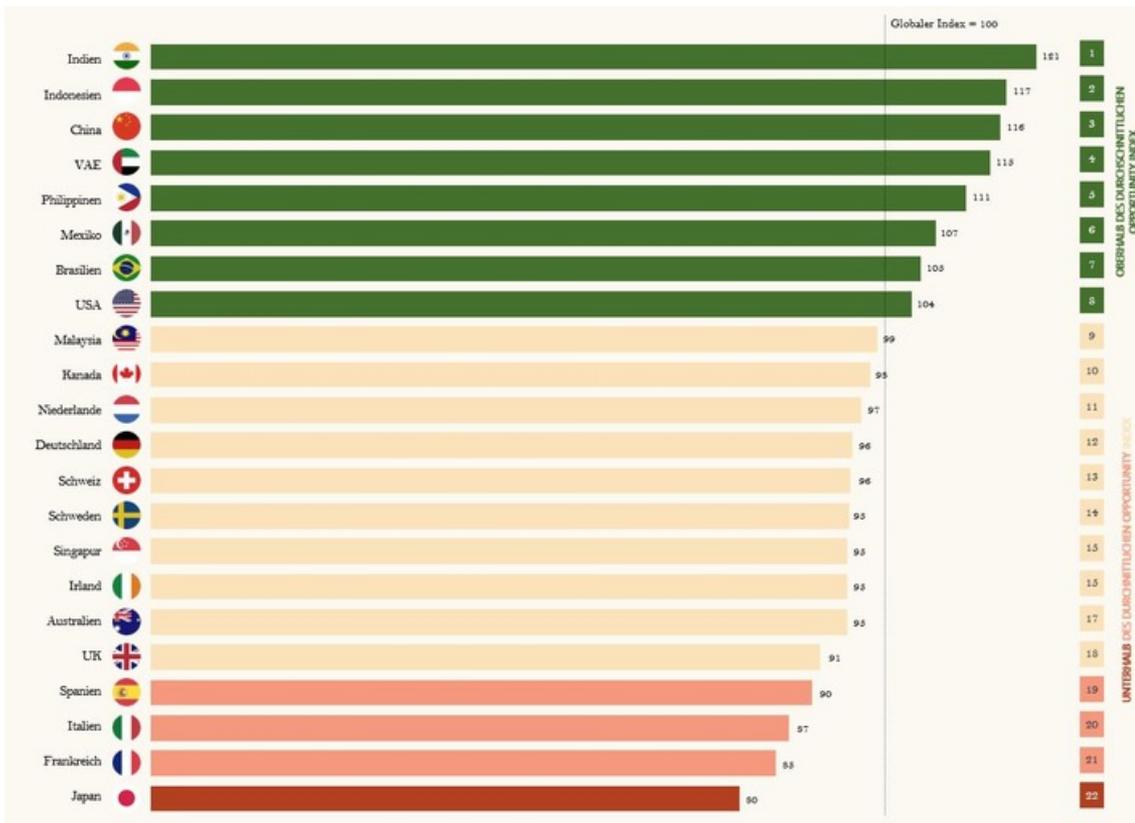


12.02.2020 – 09:00 Uhr

## LinkedIn Opportunity Index: Fast jede zweite Schweizerin kämpft um berufliche Anerkennung



München (ots) -

Globale Studie von LinkedIn ermittelt, wie Menschen ihre beruflichen Chancen einschätzen / Größere Zuversicht in der Schweiz als in anderen europäischen Ländern / Vor allem Frauen und die Generation Z geben mangelndes Selbstvertrauen und fehlende Anerkennung im Beruf als dringende Herausforderungen an / Schweizer sorgen sich mehr um Umweltfragen als jede andere Nation

Wie gut sind meine beruflichen und privaten Möglichkeiten? Schweizer blicken laut dem LinkedIn Opportunity Index 2020 (<http://linkedin.com/opportunityindex>) weniger optimistisch in die Zukunft als es Menschen im internationalen Durchschnitt tun - aber deutlich positiver als die Arbeitnehmer der meisten anderen europäischen Länder. Am optimistischsten schätzen dagegen Menschen in Wachstums- und Schwellenländern wie Indien, Indonesien oder China ihre Chancen auf berufliches und privates Glück ein. Die größten Herausforderungen hierzulande sind der Befragung zufolge Sorgen um die Umwelt, mangelndes Selbstvertrauen sowie Benachteiligungen durch das eigene Alter - egal ob jung oder alt.

Für den Opportunity Index 2020 haben LinkedIn, das weltweit größte Netzwerk für beruflichen Austausch, und die Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) global mehr als 30.000 Menschen befragt, 1.030 davon in der Schweiz\*.

Schweizer und Niederländer sind zuversichtlicher als Italiener und Franzosen

Während Schweizer und Deutsche auf dem gemeinsamen Rang zwei (von neun untersuchten europäischen Märkten) ihre beruflichen und privaten Möglichkeiten mit 96 Punkten noch verhältnismäßig optimistisch einschätzen (globaler Index = 100), ist die Skepsis in Italien und Frankreich sehr viel ausgeprägter. Schweden, Irland, Großbritannien und Spanien liegen im europäischen Vergleich im Mittelfeld, die Niederlande stehen an der Spitze. Eine Ausnahme unter den etablierten Industrienationen sind die USA, wo weiterhin großer Optimismus herrscht. An der Spitze der Gesamtauswertung stehen Indien, Indonesien und China.

"Die Ergebnisse unserer Studie zeigen: In der Schweiz sind viele Menschen davon überzeugt, dass ihnen der Arbeitsmarkt ausreichend Möglichkeiten zur beruflichen Verwirklichung bietet. Zugleich wissen viele nicht, wie sie diese Chancen für sich nutzen können", sagt Barbara Wittmann, Country Managerin DACH bei LinkedIn.

Quelle: LinkedIn Opportunity Index 2020

Frauen und jungen Menschen mangelt es an Selbstvertrauen

Weltweit sehnen sich Menschen nach einem ausgeglichenen Arbeits- und Privatleben sowie nach Erfüllung und Sicherheit im Job. Gleichzeitig haben viele das Gefühl, dass ihnen ihre finanzielle Situation, der schwieriger werdende Arbeitsmarkt und das eigene Alter dabei im Weg stehen. Auch in der Schweiz stehen Menschen vor diesen Problemen: 27 Prozent der Schweizer beklagen die Situation auf dem Arbeitsmarkt, 26 Prozent sehen ihren finanziellen Status als Hindernis und ebenso viele ihr Alter.

Oft ist außerdem fehlendes Selbstvertrauen ein Faktor. Frauen betrifft das wesentlich häufiger als Männer (19 vs. 13 Prozent). Auch viele junge Menschen kennen das Problem: In der Generation Z (18-22 Jahre) beklagen 29 Prozent, dass ihnen das nötige Selbstvertrauen fehlt. Unter der Altersgruppe am anderen Ende des untersuchten Spektrums, den Babyboomern (55-65 Jahre), sind es hingegen nur acht Prozent.

Was sich die Schweizer davon abhält wünschen	Was sie dem näherbringt	Was sie
Das zu tun, was man liebt (42 Prozent)	Veränderungsbereitschaft (80 Prozent)	Schwieriger Arbeitsmarkt (27 Prozent)
Job mit guter finanzieller Status (26 Prozent)	Gleichberechtigter Zugang zu Chancen und Möglichkeiten (39 Prozent)	Jobsicherheit (38 Prozent)
Work-Life-Balance (39 Prozent)	Die richtigen Leute kennen oder die richtigen Verbindungen haben (72 Prozent)	Alter (26 Prozent)
Zeit mit Freunden und Familie (37 Prozent)	Bildung (69 Prozent)	
Körper und Geist aktiv halten (34 Prozent)	Glück (66 Prozent)	
Fehlendes Selbstvertrauen (34 Prozent)		(16 Prozent)

Jüngere kämpfen für Akzeptanz - Ältere darum, den Anschluss nicht zu verlieren

Mehr als jeder zweite Babyboomer (57 Prozent) sieht in seinem Alter einen entscheidenden Faktor, der ihn von der Verwirklichung der eigenen Ziele und Wünsche abhält. Altersdiskriminierung sowie die Herausforderung, den Anschluss an die sich rasant wandelnde Arbeitswelt nicht zu verlieren, werden zum Problem. Babyboomer halten Veränderungsbereitschaft (84 Prozent) deshalb für wichtiger als jede andere Altersgruppe, außerdem betonen 73 Prozent den Wert von Bildung.

Für junge Menschen geht es hingegen darum, überhaupt auf dem Arbeitsmarkt Fuß zu fassen. Die Generation Z hat verstanden, dass ein gleichberechtigter Zugang zu Verwirklichungschancen (82 Prozent) dafür zentral ist. Sie suchen nach einer Chance, ihre Fähigkeiten bestmöglich einzubringen (44 Prozent), wünschen sich Anerkennung für ihre Arbeit (34 Prozent) und wollen am Arbeitsplatz gleichwertig behandelt werden (25 Prozent).

"Weil wir immer früher in den Beruf einsteigen und später in Rente gehen, wird der Arbeitsplatz zunehmend zum Schmelztiegel der Generationen. Nicht nur für Arbeitnehmer, sondern auch für Arbeitgeber stellt das eine Herausforderung dar. Gleichzeitig bieten sich große Chancen: Vom Erfahrungsschatz der Babyboomer können nachfolgende Generationen immens profitieren - und die Generation Z bringt wertvolle neue Ideen in das Unternehmen", sagt Barbara Wittmann.

Eine weitere Gruppe, die verstärkt um berufliche Anerkennung kämpfen muss, sind die Frauen. Sie verfolgen wesentlich häufiger als Männer das Ziel, am Arbeitsplatz gleichwertig behandelt zu werden (18 vs. 10 Prozent).

Niemand fürchtet den Klimawandel mehr als die Schweizer

Weltweit sorgen sich Menschen um die Umwelt, doch in keinem Land dominiert das Thema so sehr wie in der Schweiz (18 vs. 26 Prozent). Umweltfragen sind hier mit Abstand die größte Sorge, wobei junge Schweizer den Klimawandel mit 41 Prozent sogar noch einmal deutlich sorgenvoller betrachten. Einzig im Nachbarland Frankreich sind die Menschen diesbezüglich mit 26 Prozent ähnlich besorgt. In allen anderen untersuchten Ländern ist der Klimawandel zwar auch ein wichtiges Thema, aber kein dermaßen dominantes. Am zweitmeisten beschäftigten Gesundheitsfragen (11 Prozent) die Schweizer. Sicherheit (10 Prozent) folgt an dritter Stelle.

Besonders junge Menschen fürchten um den Zustand der Umwelt. In der Generation Z sehen 41 Prozent hierin ihre größte Sorge, unter den Millennials sind es immerhin noch 27 Prozent. Die Angehörigen der Generation X (23 Prozent) und die Babyboomer (22 Prozent) halten öfter andere Sorgen für wichtiger.

\*\*\*

#### \*Methodik

LinkedIn veröffentlicht den Opportunity Index gemeinsam mit dem unabhängigen Marktforschungsinstitut Gesellschaft für Konsumforschung (GfK). Insgesamt wurden im Rahmen der Erhebung mehr als 30.000 Menschen in 22 Märkten befragt, davon 1.030 in der Schweiz. Der Index untersucht, welche Chancen und Ziele Menschen in unterschiedlichen Lebensphasen weltweit verfolgen, welchen Hürden sie begegnen und welche Erfolgsfaktoren in unterschiedlichen Kontexten maßgeblich sind. Es handelt sich um einen zusammengesetzten Index, der sieben Makro- und Mikrofaktoren umfasst. Dazu zählen:

- Erwartungen an die allgemeine wirtschaftliche Entwicklung in den kommenden zwölf Monaten
- Erwartungen an die persönliche finanzielle Situation in den kommenden zwölf Monaten
- Lebensqualität, gemessen in Zufriedenheit
- Lebensqualität, verglichen mit den Eltern
- Gegenwärtige Verfügbarkeit von Verwirklichungschancen [opportunities]
- Erwartungen an die Verfügbarkeit von Verwirklichungschancen in den kommenden zwölf Monaten
- Zuversicht in den eigenen Erfolg

Für mehr Infos: [www.linkedin.com/opportunityindex](http://www.linkedin.com/opportunityindex)

#### Über LinkedIn

Mit über 675 Millionen Mitgliedern weltweit und über 14 Millionen Mitgliedern im deutschsprachigen Raum ist LinkedIn das größte digitale Netzwerk für beruflichen Austausch, Information, Inspiration, Weiterentwicklung und Jobs. Wir vernetzen berufstätige Menschen und helfen ihnen dabei, im Beruf erfolgreich und zufrieden zu sein. In der LinkedIn Community teilen unsere Mitglieder ihre Beiträge in einem professionellen Rahmen und unterstützen sich gegenseitig. Die Mitgliedschaft ist dabei für sie in großem Umfang kostenlos.

In Deutschland beschäftigen wir mittlerweile über 140 Mitarbeiter auf die Standorte München und Berlin verteilt. Unseren Kunden aus den Bereichen Recruitment, Marketing, Sales und Learning bieten wir umfassende Möglichkeiten, Mitarbeiter und potenzielle Mitarbeiter sowie weitere geschäftliche Zielgruppen zu erreichen, für sich zu begeistern und zu entwickeln.

Mit dem LinkedIn Economic Graph zeichnen wir die erste digitale Abbildung des weltweiten Arbeitsmarktes. Datenbasiert visualisieren wir gegenwärtige Trends in Echtzeit und laden Vertreter aus Politik, Wirtschaft und NGOs zur Diskussion darüber ein, wie wir als Gesellschaft auf die Veränderungen unserer Zeit reagieren können.

#### Kontakt:

Pressekontakt LinkedIn Deutschland, Österreich, Schweiz

Julia Christoph

E-Mail: [jchristoph@linkedin.com](mailto:jchristoph@linkedin.com)

Twitter: @LinkedInDACH / Facebook: LinkedIn DACH

LinkedIn: [www.linkedin.com/in/julia-christoph/](http://www.linkedin.com/in/julia-christoph/)

Steffen Wist E-Mail: [swist@linkedin.com](mailto:swist@linkedin.com)

Twitter: @LinkedInDACH / Facebook: LinkedIn DACH

LinkedIn: [www.linkedin.com/in/steffenwist/](http://www.linkedin.com/in/steffenwist/)

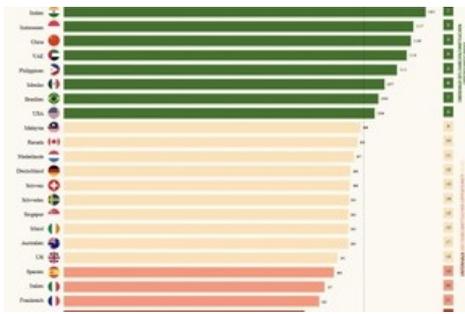
Hotwire Public Relations Germany GmbH

Michaela Marsch

Tel.: +49 89 21 09 32 78

E-Mail: [michaela.marsch@hotwireglobal.com](mailto:michaela.marsch@hotwireglobal.com)

#### Medieninhalte



LinkedIn Opportunity Index 2020 / Fast jede zweite Schweizerin kämpft um berufliche Anerkennung / Weiterer Text über ots und [www.presseportal.de/nr/64022](http://www.presseportal.de/nr/64022) / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke honorarfrei. Veröffentlichung bitte unter Quellenangabe: "ots/LinkedIn Corporation"

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100011749/100841603> abgerufen werden.