

Erwartungen der Generation Z an die Unternehmen

Prof. Dr. Antje-Britta Mörstedt

Agenda

- Generationsbegriff
- Abgrenzung wesentlicher Generationen
- Merkmale der Y-Generation
- Merkmale der Z-Generation

- **Karl Mannheim; Das Problem der Generationen**
- Kölner Vierteljahresheft für Soziologie 7 (1928)

Generationserlebnisse

prägende Ereignisse in Kindheit und Jugend, die einen Einfluss auf ganze Geburtsjahrgänge haben.

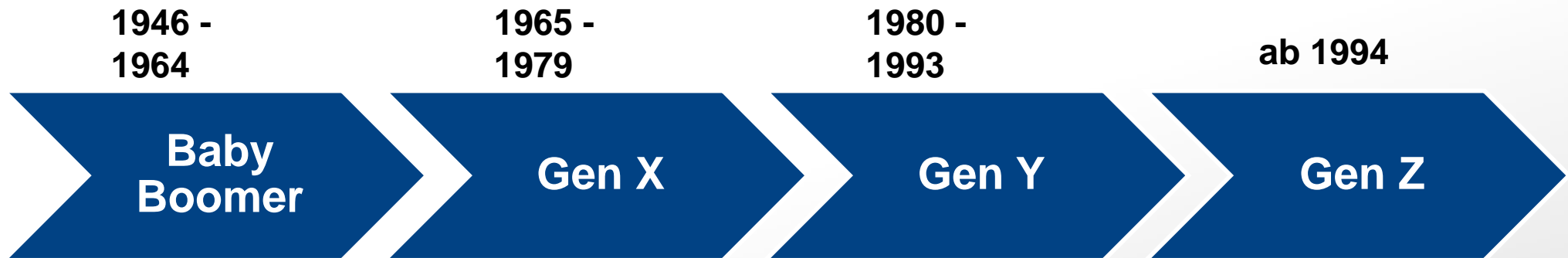
Generationenlagerung

Angehörige einer Generation leben zwangsläufig miteinander in einem bestimmten Zeitraum.

Generationszusammenhang

entsteht durch eine Verbundenheit unter dem Einfluss gleicher oder ähnlicher geistiger und sozialer Gehalte bzw. durch das Erleben von gleichen oder ähnlichen Schicksalen.

Zeitliche Einordnung und Überblick



Entwicklungen:

Nachkriegsgeneration,
Wirtschaftswunder,
Geburtenboom

Entwicklungen:

Wirtschaftskrise,
hohe
Scheidungsrate

Entwicklungen:

Internetboom,
Globalisierung,
hohes
Bildungsniveau

Entwicklungen:

Digitalisierung des
Alltags

Besonderheiten:

Wunsch nach
Veränderung

Besonderheiten:

Wunsch nach
Individualität,
ständig
misstrauisch

Besonderheiten:

Wunsch nach
Feedback

Besonderheiten:

ständige Nutzung
von Smartphones,
durchgehende
Präsenz in sozialen
Netzwerken

- Generationen sind nicht strikt in Geburtsjahrgänge einzuordnen: Es eine beachtliche Streuung innerhalb einer Generation (Integrationsvarianz).
- Trotzdem kommt es zu klaren Unterschieden zwischen den Mittelwerten der verschiedenen Generationen (Intergenerationsdifferenz).

Babyboomer

Geburtsjahrgänge	1946 - 1964
Berühmte Persönlichkeiten	Bill Gates (Gründer von Microsoft Corporation) Angela Merkel (deutsche Bundeskanzlerin)
Werte	<ul style="list-style-type: none">• Gesundheit• Idealismus• Kreativität
Merkmale	<ul style="list-style-type: none">• Teamorientiert• Karriereorientiert - schnell in Führungspositionen aufsteigen• Arbeit hat den höchsten Stellenwert
Im Arbeitsleben	<ul style="list-style-type: none">• Strukturierter Arbeitsstil• Regelmäßiger Austausch im Team• Pflege von Beziehungen und Netzwerken
Eine gute Führungskraft...	... ist immer für das Team da
Kommunikationsmedium	Telefon
Arbeitszeit	Eine lange Arbeitszeit ist nötig, um Erfolg zu haben

Motivation	<ul style="list-style-type: none">• Persönliches Wachstum• Wertschätzung für ihre Erfahrung• Gefühl, gebraucht zu werden
Mitarbeiterbindung	<ul style="list-style-type: none">• Abwechslungsreicher Aufgabenbereich• Ständige Weiterbildung und Training• Verantwortungsübernahme

Generation X

Geburtsjahrgänge	1965 - 1979
Berühmte Persönlichkeiten	Steffi Graf (ehemalige deutsche Tennisspielerin)
Werte	<ul style="list-style-type: none">• Unabhängigkeit• Individualismus• Sinnsuche
Merkmale	<ul style="list-style-type: none">• Pragmatisch• Selbstständig• Streben nach einer hohen Lebensqualität• Zeit ist wertvoller als Geld
Im Arbeitsleben	<ul style="list-style-type: none">• Ergebnisorientiert• Technisch versiert• Teilen Macht und Verantwortung
Eine gute Führungskraft...	... überzeugt durch Kompetenz und ist vertrauenswürdig
Kommunikationsmedium	E-Mail, Mobiltelefon

Generation X

Arbeitszeit	Sobald die Arbeit erledigt ist, verlässt man die Arbeit
Motivation	<ul style="list-style-type: none">• Hohe Freiheitsgrade in der Arbeitsgestaltung• Entwicklungsmöglichkeiten• Work-Life-Balance
Mitarbeiterbindung durch	<ul style="list-style-type: none">• Attraktives Gehalt und Zusatzleistungen• Hochwertige Arbeitsausstattung• Offene, informelle Unternehmenskultur

Gut ausgebildet, gut informiert, social-media-affin und mit ausgeprägtem Selbstbewusstsein, gestärkt durch die demographische Entwicklung und den drohenden Fachkräftemangel. Die leitenden Werte der so genannten „Generation Y“ und auch deren Erwartungen an den Arbeitgeber scheinen sich erheblich von denen früherer Generationen abzuheben.

Generation Y

Geburtsjahrgänge	1980 – 1995
Berühmte Persönlichkeiten	Marc Zuckerberg (Gründer des Online-Netzwerks Facebook) Prinz William von England
Werte	<ul style="list-style-type: none">• Vernetzung / Teamwork• Optimismus
Merkmale	<ul style="list-style-type: none">• Leben im Hier und Jetzt• Mit neuen Technologien aufgewachsen• „24 Stunden online“
Im Arbeitsleben	<ul style="list-style-type: none">• Die Arbeit muss Spaß machen, lernbereit, arbeitswillig – aber! Forderung nach Privatleben sehr ausgeprägt• Flexibel und anpassungsbereit, selbständige und unabhängige Arbeitsweise• Führungspositionen sind ihnen nicht mehr so wichtig, eher Fachlaufbahnen und projektbezogenes Arbeiten• Meister im Multi-Tasking
Eine gute Führungskraft...	... unterstützt mich als Mentor und Ratgeber
Kommunikationsmedium	Web 2.0

Arbeitszeit	Keine kategorische Trennung von Arbeits- und Lebenszeit
Motivation	<ul style="list-style-type: none">• Selbstverwirklichung• Vernetzt sein• Mit Leuten auf der gleichen Wellenlänge Zusammenarbeiten
Mitarbeiterbindung durch	<ul style="list-style-type: none">• Flexibilität in Arbeitszeit und -ort• Zugang zu sozialen Netzwerken• Möglichkeiten für Innovation und Kreativität

Z-Generation

„Arbeitsscheu!“

„Kuschel-Kohorte!“

„Verwöhnt oder verwirrt?!“

„Radikale Egoisten!“

„Materialistische Monster!“

- Sie definieren sich über materiellen Besitz
- Gehen brutal und herablassend mit Erwachsenen und Altersgenossen um, die über weniger Geld verfügen
- Smartphones bereits in der Grundschule

Aussagen von Eltern:

Wir haben Angst vor unseren eigenen Kindern
oder

Wir vernachlässigen unsere eigenen Bedürfnisse

Spricht man von den jüngeren
Generationen hört man häufig....

... „die Jugend von heute liebt den Luxus, hat schlechte Manieren und verachtet die Autorität. Sie widersprechen ihren Eltern, legen die Beine übereinander und tyrannisieren ihre Lehrer“.

Zitat wird häufig Sokrates zugesprochen

Beeinflussung der Z-Generation auf der gesellschaftlichen Ebene

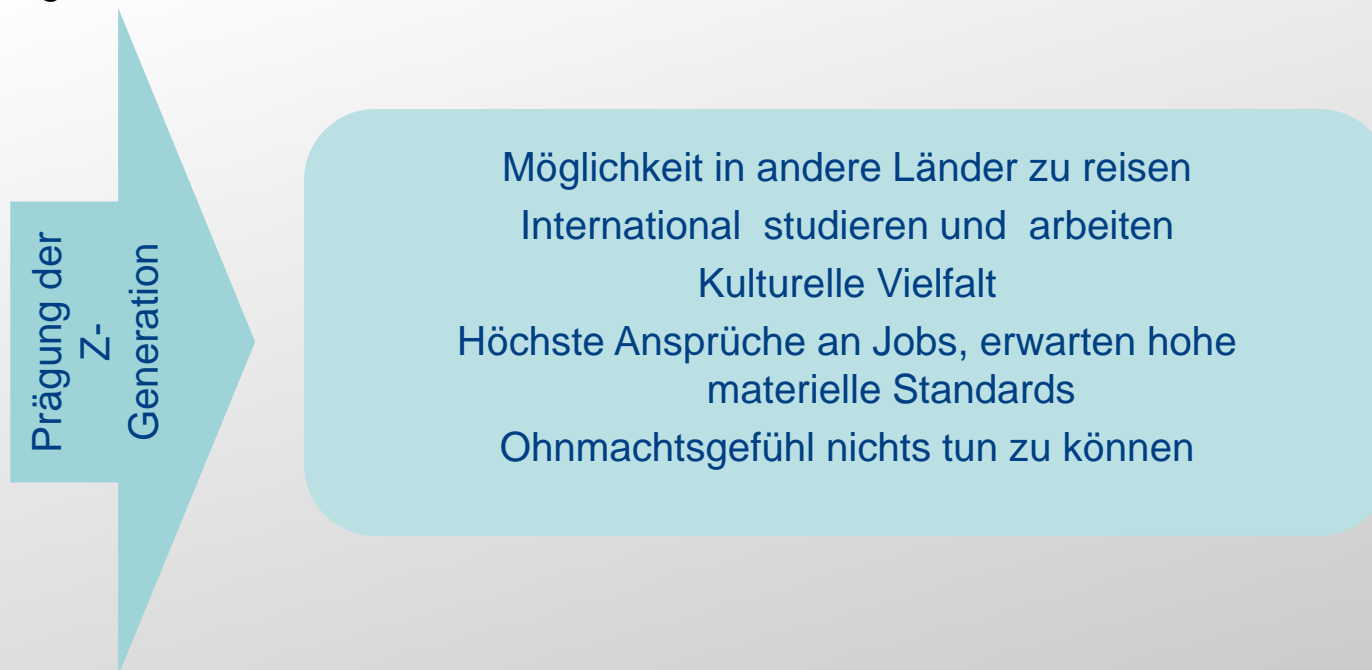
Globalisierung

Internationale Verflechtung des Wirtschaftsgeschehens infolge von Markt deregulierungen, Fortschritten in der Informationstechnologie, sowie sinkende Kommunikations- und Transportkosten

Geburtenrate

Die Geburtenrate beträgt 1,3 Kinder. Die Z-Generation wächst häufig als Einzelkind mit einer Rundum-Versorgung durch überfürsorgliche Eltern mit hohen Standards auf und sie hören viel vom Fachkräftemangel (Helikoptereltern).

Allgegenwärtigkeit von Krisen



- „Die Betreuung der Generation Z durch ihre Eltern entspricht dabei eher der Natur der Kaiserpinguine und Orang-Utans (intensive Betreuung) als der von Schildkröten und Haien (wenig Betreuung).“

(Scholz, Generation Z, S. 41)

Beeinflussung der Z-Generation auf der gesellschaftlichen Ebene

Internet

Wesentlichste Veränderung während der formativen Phase der Generation Z ist das Internet und sind digitalen Medien (Social Media wie You Tube, What's App oder Twitter)

Mediales Angebot

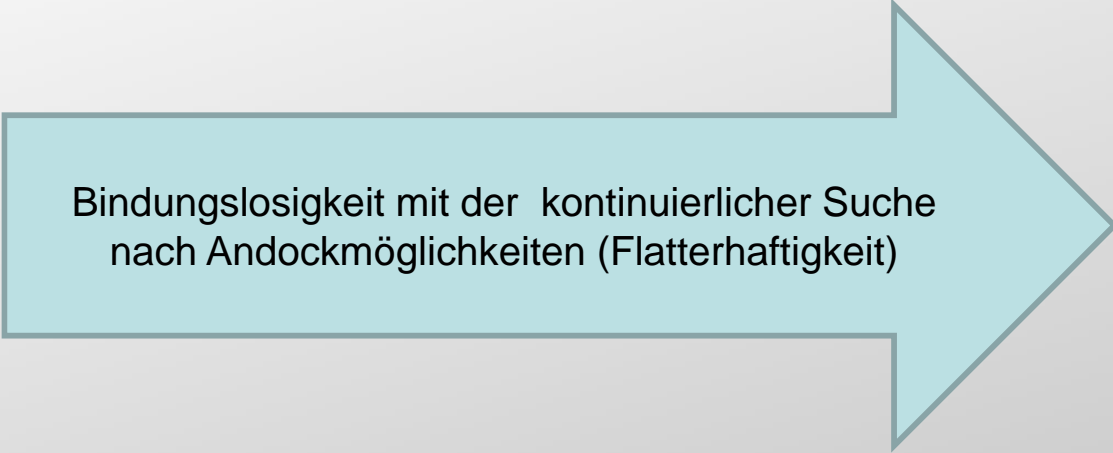
Deutliche Kommerzialisierung des Sendeangebotes bei Rundfunk- und Fernsehveranstaltungen. Vermittlung eines glamourösen Lebensstils durch Serien wie „Dschungelcamp“, oder „Germany's Next Top Model“ zeigen, ehemals wichtige Voraussetzungen nicht mehr bedeutsam sind für Berühmtheit und ggf. Karriere

Prägung der Z- Generation

Multichannel-Einkauf rund um die Uhr
Mit der ganzen Welt vernetzt sein, immer online
Hohes Maß an Verfügbarkeit an Informationen
Traditionelle gesellschaftliche Werte müssen nicht den Lebensstil leiten
Jeder kann im Leben Erfolg haben
Bei IT-Innovationen sind die Vertreter der Z-Generation Gewohnheitstiere
Fokussierten trotz oder sogar wegen des weltweiten Informationsangebotes auf ihre kleine lokale Gemeinschaft, wo sie Sicherheit und Geborgenheit finden

Beeinflussung der Z-Generation auf der gesellschaftlichen Ebene

- Generation Z sucht keine langfristige Bindung weder zu Unternehmen noch zu anderen Gruppierungen, abgesehen möglicherweise von der Familie
- Für sie ist das Leben eine Ansammlung aus unterschiedlichen Lebensabschnittspartnerschaften aus unterschiedlichen Bereichen



Bindungslosigkeit mit der kontinuierlicher Suche nach Andockmöglichkeiten (Flutterhaftigkeit)

Beeinflussung der Z-Generation auf der Absatzmarkt-Ebene

Konsumentensouveränität und Angebots-Individualisierung

Ausweitung des internationalen Handels, Auftreten von internationalen Billigpreisanbietern wie primark oder H & M führt zu einer Vielfalt an Preis-, Leistungs-, und Markttransparenz. Unternehmen versuchen durch veränderte Marketingaktivitäten dezidierte Alleinstellungsmerkmale zu schaffen, um Kundenbindung über emotionale Markenwelten zu erreichen.

Normcore: Generation Z hat kaum noch eine Chance auf Rebellentum und Individualismus, jeder Ansatz wird sofort kommerzialisiert und auf Massenware getrimmt.

Prägung der Z- Generation

Intensive Nutzung des Internets im Hinblick auf Informationen über Anbieter, Produkte und Leistungen

Nutzung von Bewertungsportalen von Unternehmen als Anbieter und Arbeitgeber

Nutzung des Angebots von Suchmaschinen und damit Reduktion der Informationskosten

Abnahme der Kundenloyalität

Wahlmöglichkeiten fördern den Individualismus und damit den Wunsch sich über das individuelle Kaufverhalten zu profilieren (Niketurnschuhe individuell konfigurieren)

Normcore (akzentuierte, aber etwas langweilige Normalität)

Beeinflussung der Z-Generation auf der Arbeitsmarkt-Ebene

Arbeitsmarkt und Arbeitgeberwahl

Praktikum, Leiharbeit und Werkverträge (z.B. Liquid workforce bei IBM) als Perspektive
Verlagerung von Arbeitsplätzen in das Ausland
Winterkorns Millionen!

Prägung der
Z-Generation

Arbeitsplatzsuche: Nutzung des Internets und hier insbesondere das Beschaffen von Informationen über die Unternehmenshomepage, Social Media wie Unternehmens-Blog, Arbeitgeberbewertungsportale,

Keine Bindung an Unternehmen

Privatleben dominiert ganz klar

Wunsch nach Entwicklungs- und Selbstverwirklichungsmöglichkeiten ist für junge Berufseinsteiger ein wichtiges Entscheidungskriterium bei der Wahl des künftigen Arbeitgebers.

Wunsch nach internationalem Tätigkeitsfeld

Kollegiale Arbeitsatmosphäre

Beeinflussung der Z-Generation auf individueller Ebene

Pluralisierung der Lebensformen

Soziale Vernetzung

Normierende gesellschaftliche Faktoren verlieren an Gültigkeit

Prägung der
Z-Generation

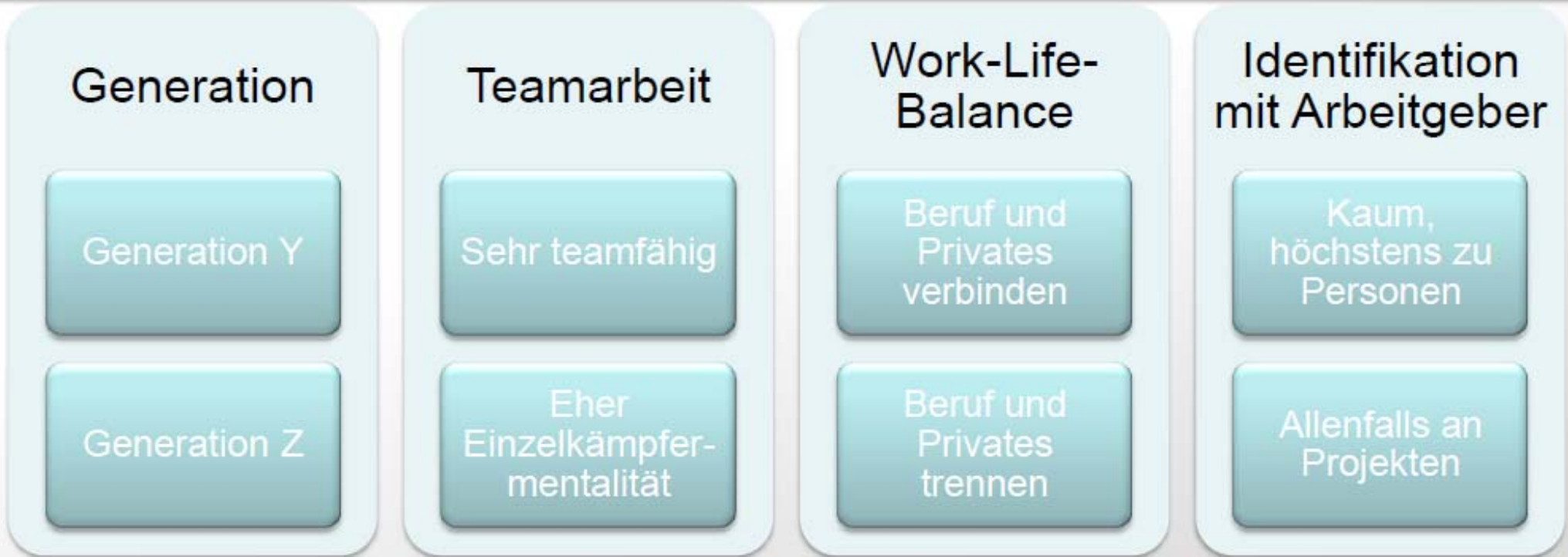
Traditionelle Familienverbände neben alternativen Lebensgemeinschaften

Scheidung einreichen, sich selbst verwirklichen oder hohe Kredite aufnehmen, fällt ihnen leichter als vorangehenden Generationen

Väter übernehmen zunehmend die Kinderbetreuung

Soziale Netzwerke dienen dem Austausch von Wissen, Erfahrungen, Meinungen sowie der gegenseitigen Stützung
Netzwerke sind nicht mehr wie früher stärker real, lokal und exklusiv sondern vielschichtiger in ihrer Zusammensetzung und global orientiert

Der Einzelne nimmt für sich in Anspruch, ein „Recht“ auf Individualismus zu haben. Äußere Zwänge, etwa gesetzliche Vorgaben oder allgemeingesellschaftlich akzeptierte Regeln erscheinen zunehmend weniger bindend, sie werden vom Einzelnen seiner Einstellung gemäß interpretiert und ausgelegt. Blinden Gehorsam darf man von den Z-Vertretern nicht erwarten, hohes Anspruchsdenken jedoch durchaus



Die Generationen scheinen sich zunächst ähnlich zu sein. Schließlich überschneiden sich die ersten Geburtsjahrgänge einer älteren Generation mit den der jüngeren Generation. Doch in Sachen Teamarbeit werden erste Unterschiede unterstellt. Die Generation Z wirkt zudem sehr ichbezogen, weil sie noch stärker mit den sozialen Netzwerken aufgewachsen ist. Als weitere Gemeinsamkeiten werden die hohe Erwartungshaltung an den späteren Job (Spaß und Abwechslung bei hohem Gehalt), sowie oft großes Selbstvertrauen erkannt.

Vgl. Frankowski, S.: Erfolgreiche Personalführung der Generation Y und Z, S. 60.

Vgl. Scholz, C.: Generation Z: Willkommen in der Arbeitswelt

Vgl. Holste J. H.: Arbeitgeberattraktivität im demographischen Wandel, S. 20-21

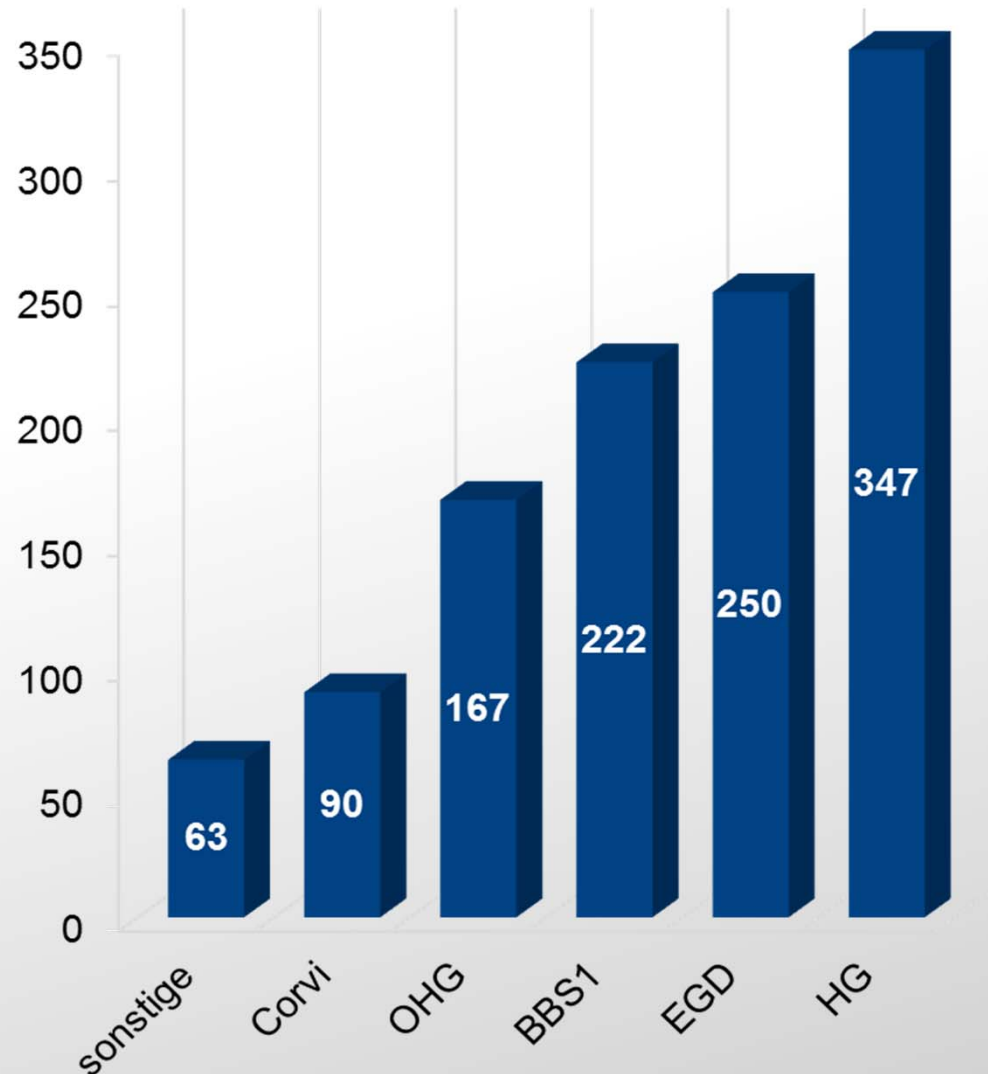
Vgl. Urban, T.: Why Generation Y Yuppies Are Unhappy, <http://waitbutwhy.com/2013/09/why-generation-y-yuppies-are-unhappy.html>

Vgl. <http://www.arbeitswelten.at/demografie/die-generation-z-kommt/> (Stand 07.11.2014)

Die Generation Z (1994 – heute)

- „Digital Natives“
 - als erste Generation komplett in digitaler Welt aufgewachsen
 - durchgehende Präsenz in sozialen Netzwerken
- Technologieaffinität
 - in jeden Lebensbereich integriert
 - Technologie ist integraler Bestandteil für Problemlösung
 - folglich hoher Anspruch an moderne Ausstattung und Internetzugang am Arbeitsplatz
- Einzelkämpfer
 - ausgeprägtes Selbstbewusstsein
 - Aufgabe allein anstatt in Teamarbeit erledigen
- Sinnhaftigkeit und Spaß an der Arbeit
- regelmäßiges Feedback gewünscht
 - durch ihre Aktivität in sozialen Netzwerken gewohnt

Teilnehmer – Anzahl der Antworten der befragten Schulen



- Pretest
- Online-Befragung
- für Schülerbefragung
→ aufwendiger Genehmigungsprozess der Landesschulbehörde
- teilweise vor Ort:
 - Hainberg-Gymnasium
 - Otto-Hahn-Gymnasium
 - Berufsbildende Schulen 1
 - Gymnasium Corvinianum Northeim
 - Eichsfeldgymnasium Duderstadt
- insgesamt wurden **1.139** Schüler befragt

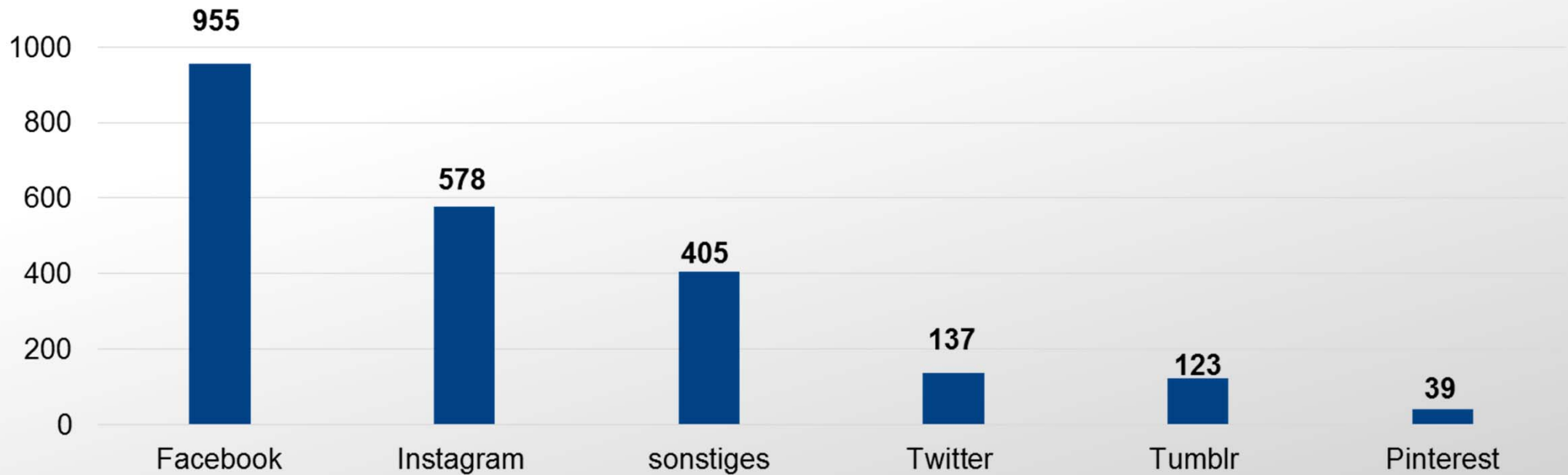
Abiturientenenumfrage

Überprüfung der Lernpräferenzen von Gen Z

	Hypothese bestätigt	Hypothese nicht bestätigt	Ergebnis	Interpretation
Ich diskutiere Lernstoff gern mit anderen.	<input checked="" type="checkbox"/>		Nur 28% der Befragten gaben an, dass diese Annahme kaum oder nicht auf sie zutrifft.	Dieses führt zu der weiterführenden Hypothese, dass die Gen Z vom Einzelkämpfer zum Teamplayer werden kann, wenn sie sich einen Vorteil verspricht.
Ich erarbeite mir Wissen lieber selber, anstatt Informationen vorgetragen zu bekommen.	<input checked="" type="checkbox"/>		Etwa Zweidrittel der Jugendlichen wählten bei dieser Frage die Antwortmöglichkeiten „trifft teilweise zu“ und „trifft genau auf mich zu“.	Bei der Vermittlung von Wissen sollte auf diese Vorliebe geachtet werden, um optimale Lernergebnisse zu erzielen.
Ich bereite mir meinen Lernstoff gern grafisch auf, anstatt ihn im Text zu lernen.	<input checked="" type="checkbox"/>		53% gaben an, dass diese Aussage kaum oder nicht zutrifft.	Die Präferenz mit Grafiken oder Texten zu lernen scheint kein Generationsmerkmal zu sein, sondern ist je nach Person unterschiedlich ausgeprägt.

Abiturientenenumfrage

Nutzung sozialer Netzwerke – Antworten auf die vorgegebenen Auswahlmöglichkeiten

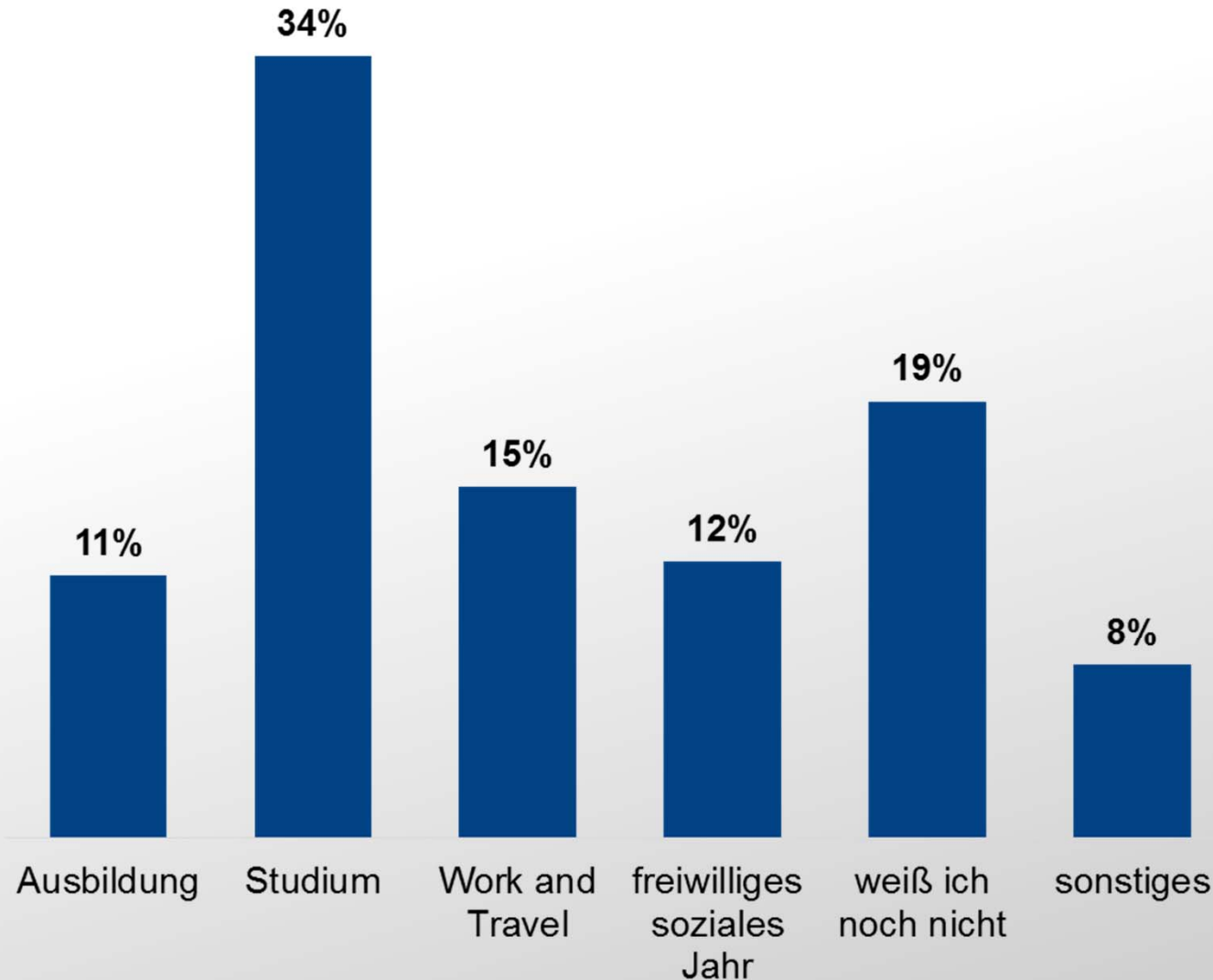


Ergebnis

- Antwortmöglichkeit „sonstiges“ über 400 Mal gewählt
 - andere Netzwerke ebenfalls relevant
 - hohe Relevanz von WhatsApp: 247 mal gewählt, obwohl es nicht als Antwortmöglichkeit zur Verfügung stand
- eher zur Information über ihren Freundeskreis und zu Unterhaltungszwecken, anstatt tatsächlich selbst aktiv zu posten
- lediglich 7% gaben an, soziale Netzwerke für die Suche nach Informationen über Ausbildungsunternehmen zu nutzen
 - geringe Relevanz für die Akquise von Auszubildenden

Abiturientenumfrage

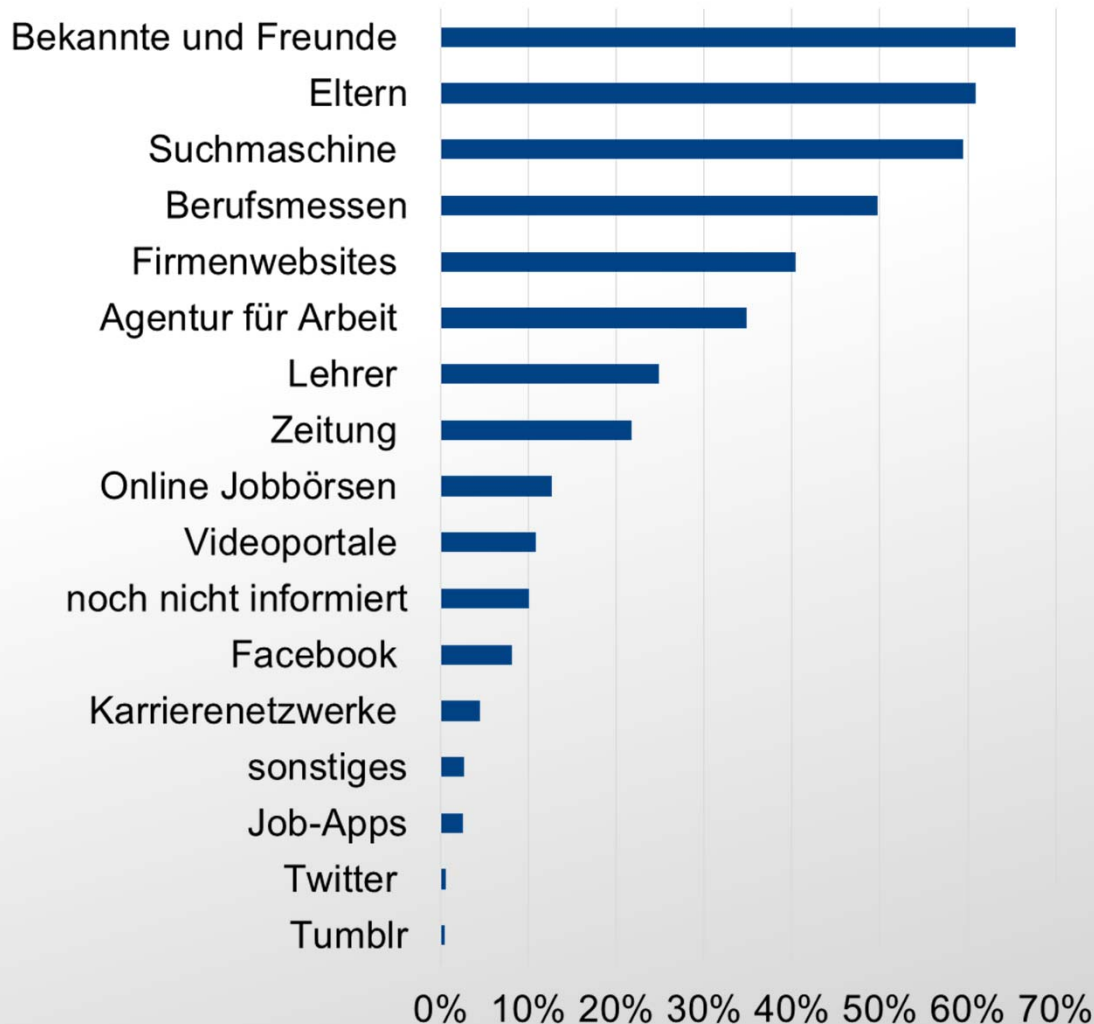
Was strebst du direkt nach der Schulzeit an?



- mit 34% ist das Studium die am häufigsten gewählte Antwortmöglichkeit
- lediglich 11% der Schüler streben eine Ausbildung an
- fast ein Fünftel weiß dagegen noch nicht, was es nach der Schule machen möchte

Abiturientenumfrage

Wie informierst du dich über mögliche Ausbildungsunternehmen?



- an erster Stelle: Austausch mit Eltern sowie Freunden und Bekannten
- ebenfalls wichtig: Suchmaschinen
- 50% der Schüler besuchen Berufsmessen
- weniger relevant: soziale Netzwerke (Twitter, Tumblr, Facebook), Karrierenetzwerke (Xing, LinkedIn) sowie Job-Apps

Abiturientenumfrage

Was sollte die Ausbildung deiner Meinung nach enthalten?

laut Schülern sollte eine Ausbildung enthalten:

- Spaß (99,3%)
- moderne Technik am Arbeitsplatz (90,3%)
- finanzielle Anreize (89,9%)
- Weiterbildung (86,8%)

• laut Schülern sollte eine Ausbildung nicht enthalten:

- private Nutzung des Internets in der Arbeitszeit (74,1%)
- internes Unternehmens-“Facebook“ (72,8%)
- Azubi Filiale/ Fabrik (49,6%)

Abiturientenenumfrage

Ergebnis der Befragung – soziale Netzwerke

- Facebook ist das populärste soziale Netzwerk (84%)
- Verlagerung des Nutzungsschwerpunkts: Schüler in sozialen Netzwerken zwar angemeldet, nutzen diese aber nicht als Plattform zur Selbstdarstellung
- Anmeldung von der Gruppe erwartet
→ ohne Profil in den Netzwerken verpasst man etwas
- Unterhaltung, Zeitvertreib und gezielte Kommunikation statt ‚Füttern des Newsfeeds‘
- Schüler nutzen daher überwiegend die Features der Netzwerke, die auch Instant Messenger anbieten
 - erklärt zahlreichen Nennungen von WhatsApp als soziales Netzwerk
 - mit der Lösung „WhatsApp Web“ bietet WhatsApp neuerdings ebenfalls die Nutzung per PC an

Abiturientenumfrage

Ergebnis der Befragung – Digital Natives

- Schüler bejahten nahezu vollständig die Aussagen:
 - „Digitale Medien sind aus meinem Alltag nicht wegzudenken.“
 - „Informationen suche ich am liebsten online.“
- hohe Ansprüche an moderne Technik am Arbeitsplatz ließen sich belegen
- kein Wunsch, private Endgeräte und das Internet in der Arbeitszeit zu nutzen

Abiturientenumfrage

Ergebnis der Befragung – hohes Einkommen

- Generation Z ist bei der Suche nach einem Ausbildungsbetrieb, während der Ausbildung und auch im Berufsleben danach ein hohes Gehalt und finanzielle Zuschüsse wichtig
- extrinsische Motivation und Recruiting durch finanzielle Anreize (Handyvertrag, Führerschein...) möglich

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

PROF. DR. ANTJE-BRITTA MÖRSTEDT
MOERSTEDT@PFH.DE