

Wie tickt die „Generation Z“?

10.12.2018

von



Redaktion, Blog

Kurzgefasst

Ob Politik, Medien oder Unternehmen - wer jungen Menschen attraktive Angebote machen will, muss sie zunächst einmal verstehen, so Zukunftsforscher Prof. Christian Scholz beim BankenImpuls.

Schlagworte

Generation Z
Jugend
Jugendstudie



Diesen Ratschlag gab der Zukunftsforscher Prof. Dr. Christian Scholz den Teilnehmern zur Einstimmung auf die Diskussions-

Blog

veranstaltung „Generation Z - zwischen Ego und Verantwortungsbereitschaft“ des Bundesverbands deutscher Banken.

|

Zwischen der „Generation Z“ - zu der in der Regel junge Menschen ab dem Geburtsjahrgang 1995 gezählt werden - und den ihr vorangehenden Generationen bestehen deutliche Unterschiede, die sich nicht nur auf die vergleichsweise geringe Lebenserfahrung der Jüngsten zurückführen lassen. Will man die Mitglieder der Generation Z gesellschaftlich und wirtschaftlich einbinden, müsse man diese Unterschiede anerkennen und verstehen, argumentiert Prof. Dr. Christian Scholz von der Universität Saarbrücken.

Andere Denkweisen und verlässliche Strukturen

„Wir haben unterschiedliche Wertesysteme, und wir haben unterschiedliche Generationen, die Dinge auch einfach anders sehen“, sagt der Forscher. So zeigten Jugendliche und junge Erwachsenen heute vollständig andere Denkweisen als Vertreter entsprechender Altersstufen noch vor 15 oder 30 Jahren, so Scholz. Die „Generation Z“ brauche verlässliche Strukturen, zeige ein ausgeprägtes Streben nach Sicherheit und Wohlfühl und habe darüber hinaus den Willen, sich selbst zu verwirklichen.

|

Das sei unter anderem für die Personalabteilungen großer Unternehmen eine elementar wichtige Erkenntnis - gerade beim Rekrutieren neuer Arbeitskräfte. Scheinbar moderne Mitarbeiterkonzepte wie Vertrauensarbeitszeit oder Desk-Sharing seien für die Mitglieder dieser Generation keine attraktiven Angebote mehr. Im Gegenteil - flexible Arbeitszeiten würden von ihnen häufig eher als Mechanismus zur Selbstausbeutung verstanden. „Das heißt, es ist überlebenskritisch zu verstehen, dass da überhaupt Unterschiede sind“, betonte Scholz.

Lösungsansätze aus dem Mittelstand

Tendenzen, diese Erkenntnis gestalterisch umzusetzen, erkennt der Zukunftsforscher derzeit allerdings kaum. Weder Politik noch Medien würden für die „Generation Z“ angemessene Konzepte bereithalten oder sie auf Augenhöhe ansprechen. Einige Unternehmen seien hier allerdings schon weiter. Vor allem den Mittelstand hebt Scholz lobend hervor: „Hier gibt es zur Zeit teilweise faszinierende Lösungen, wie man mit dieser Generation umgehen kann.“