



Generation Z

Anforderungen an eine zukunftsfähige und motivierende Unternehmenskultur

Während Mitarbeitende der Babyboomer-Generation zunehmend in den Ruhestand verabschiedet werden, treten Personen der Generation Z aus den Geburtenjahrgängen 1995 – 2010 seit einigen Jahren vermehrt nach Abschluss ihrer schulischen oder akademischen Ausbildung in die Berufswelt ein.

Hierbei wird die Kultur vieler Unternehmen auf Grund des Generationenwechsels vor einer Vielzahl neuer Herausforderungen gestellt.

Allgemeinesprochen beschreibt eine Unternehmenskultur Denk-, Fühl- und Handlungsmuster, welche das Verhalten, die Wahrnehmung, Gefühle und Einstellungen von Mitarbeitenden prägen. Was dazu führt, dass Normen, Werte und Regularien entstehen, die von einer definierten Gruppenkonstellation angewendet werden.

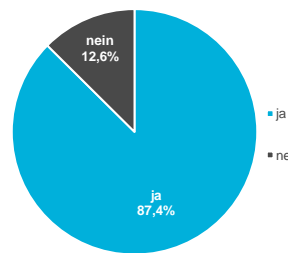
Für Führungskräfte ist es unmöglich, eine gewisse Unternehmenskultur zwanghaft vorzugeben, da diese seitens der Belegschaft gelebt werden muss.

Neben den bereits beschriebenen Funktionen einer Unternehmenskultur erzeugt diese auch eine Form der Unternehmensidentität und schafft im Idealfall eine Bindungsfunktion der Mitarbeitenden an das

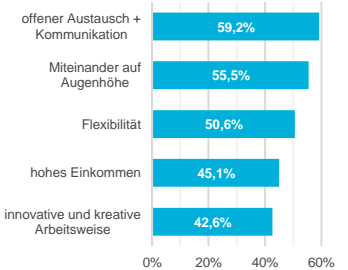
Unternehmen. Bedeutsame Charakteristika einer Unternehmenskultur sind somit Dynamik und Lebendigkeit, um agil auf sich ändernde Anforderungen durch einen Generationenwechsel reagieren zu können.

Insbesondere eine flexible, offene und anpassungsfähige Unternehmenskultur ist erforderlich, um den zukünftigen digitalen Wandel der Unternehmen voranzutreiben. Zur Einführung neuer, digitaler Technologien und Geschäftsmodelle bedarf es Mitarbeitende und Führungskräfte der Generationen Y und Z, welche als sog. „Digital Natives“ mit den Technologien aufgewachsen sind.

Achten Sie bei der Arbeitsplatzsuche auf die Unternehmenskultur des (potenziellen) Arbeitgebers?*



Was wünschen Sie sich von Ihrem (zukünftigen) Arbeitgeber?



Motivation:

- Recht auf Individualismus
- Feedback / Lob
- Finanzielle Anreize
- Freiheit
- Eigenverantwortung
- Spaß am Beruf
- Gutes Arbeitsklima

Bevorzugte Medien:

- Instagram
- Snapchat
- Netflix
- Spotify
- YouTube

Motto:

„Arbeit ist nur ein Teil des Lebens“

Merkmale:

- Starke Präsenz in sozialen Medien
- Innovationsfreudigkeit
- Ausgeprägtes Selbstbewusstsein

Werte:

- Authentizität
- Ehrlichkeit
- Sicherheit und Stabilität
- Offenheit
- Komplexität

Technologien:

- Technoholics
- Mobile-First-Generation
- Cloud-Nutzung
- Streaming

Kommunikation:

- Videochat
- Messenger

Arbeitsleben:

- Selbstverwirklichung
- Strikte Trennung von Arbeit und Privatem
- Umgang mit neuen Medien
- Privatleben trägt eine höhere Priorität

Erfahrungen:

- Globalisierung
- Smarte Technologien
- Digitalisierung im Alltag

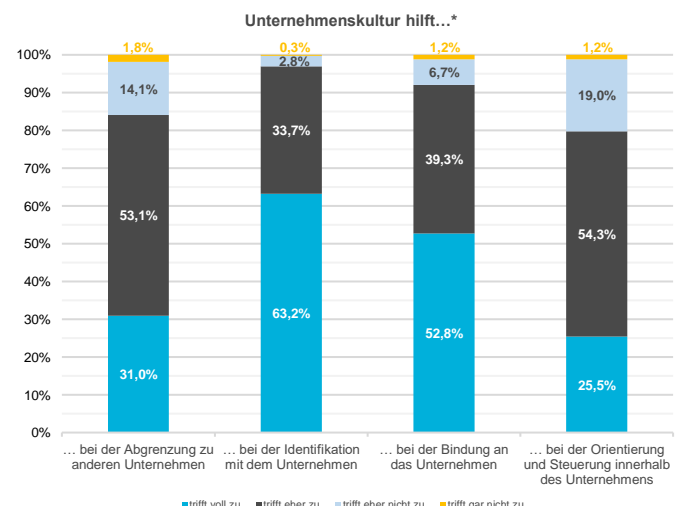
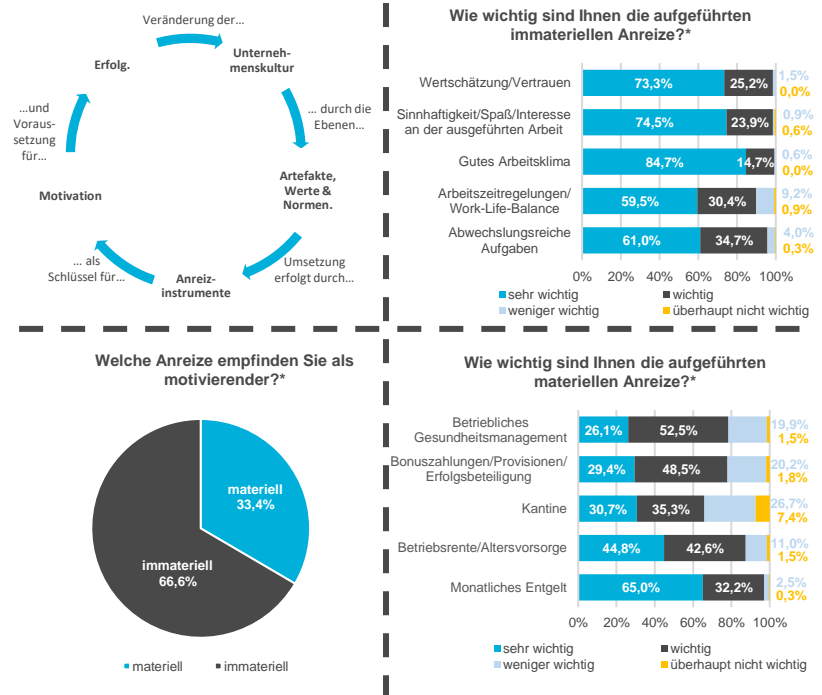


Abbildung 1: Charakteristika der Generation Z (1995-2010)

Handlungsempfehlung:

- motivierende Unternehmenskultur etablieren
- Stellenausschreibungen online via Social Media und Homepage platzieren
- moderne, ansprechende und übersichtliche Homepage mit einfachem Zugang zu den Stellenausschreibungen realisieren
- Social Media Präsenz auf verschiedene Kanäle ausweiten
- Generation Z durch Identifikation mit der Unternehmenskultur an ein Unternehmen binden
- Werte im Unternehmen auf Kompatibilität mit den Erwartungen der Generation Z überprüfen
- auf immaterielle Werte fokussieren, ohne die unverzichtbaren materiellen Anreize außer Acht zu lassen



- Offener Austausch und offene Kommunikation, Miteinander auf Augenhöhe → gutes Arbeitsklima
- Übertragung von Verantwortung und selbstständiges Arbeiten → Vertrauen
- Faires monatliches Entgelt inkl. individueller Prämien + Bonuszahlungen / Provisionen / Erfolgsbeteiligung

Wertschätzung, Respekt & Fairness



Fürsorglichkeit & Verantwortung



- Arbeitsicherheit
- Sicherheit des Arbeitsplatzes und Beständigkeit
- Betriebliches Gesundheitsmanagement
- Kantine mit einem gesunden und ausgewogenen Angebot
- Betriebsrente und Altersvorsorge

- Innovative und kreative Arbeitsweise
- Vernetzung
- Digitale Infrastruktur
- Attraktiver Arbeitsplatz, z.B. durch die Gestaltung und Ausstattung der Gebäude und Büros



Agilität & Innovation

Zukunftsfähige und motivierende Unternehmenskultur



Zukunfts- & Leistungsorientierung



- Weiterbildungs- und Entwicklungsmöglichkeiten
- Karriere- und Aufstiegschancen
- Möglichkeit zur Persönlichkeitsentwicklung

- Flache Hierarchien
- Transparenter Führungsstil mit regelmäßigem Feedback und einer offenen Fehlerkultur
- Anerkennung und Auszeichnungen
- Teamarbeit und regelmäßige Teammeetings
- Soziale und persönliche Beziehungen

Partnerschaftlichkeit & Teamgeist



Freiheit & Sinnhaftigkeit



- Flexible Arbeitszeitregelung → Work-Life-Balance
- Flexibler Arbeitsort → Home-Office-Möglichkeit
- Sinnhaftigkeit & Spaß an der Arbeit → Arbeitsinhalt
- Abwechslungsreiche Aufgaben
- Mitwirkungsmöglichkeiten und Ideeneinbringung
- Selbstverwirklichung

Abbildung 2: Werteleitbild der Unternehmenskultur der Generation Z

* Die Datengrundlage zu den Bedürfnissen der Generation Z wurde in einer Bachelorarbeit (Sarah Langenstein, 2020) erhoben, welche im Rahmen der Arbeit des Kompetenzzentrums Smart Services durchgeführt wurde. Hierzu wurden 326 Teilnehmer aus der Generation Z zu ihren Anforderungen an einen potenziellen Arbeitgeber befragt.

Unterstützt durch:



Baden-Württemberg

MINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT, ARBEIT UND TOURISMUS

Hochschule Konstanz Technik, Wirtschaft und Gestaltung
Alfred-Wachtel-Straße 8
78462 Konstanz

Kontakt

Kompetenzzentrum Smart Services
Maximilian de Geus
Telefon +49 7531 206-318
smart-service-bw@htwg-konstanz.de

www.smart-service-bw.de