

GENERATION Z

Die digitalen Überflieger

Wer als Arbeitgeber auch für Junge attraktiv bleiben will, muss mehr bieten als einen guten Lohn. Was die Generation Z auszeichnet, sind vor allem ihre digitalen Kompetenzen.

 **Rahel Lüönd**

Sie trennen Arbeit und Freizeit, wollen etwas bewirken und kommunizieren schnell. Und: Sie sind gnadenlos digital. Die Generation Z – so bezeichnet man diejenigen, die unter rund 25 sind – steckt in den Startlöchern, um die Arbeitswelt aufzumischen. Empirische Untersuchungen gibt es noch wenige, aber einige Tendenzen zeichnen sich bereits jetzt ab.

Urs Casty beschäftigt sich seit Jahrzehnten mit jungen Arbeitskräften. Das Durchschnittsalter in seinen Betrieben professional.ch und der Lehrstellenplattform Yousty ist 28 Jahre. «Wir sind älter geworden», lacht er. Welche Erwartungen haben jene, die sich in den Anfängen ihrer Zwanziger befinden, an den Arbeitsmarkt? «Sie erwarten Rahmenbedingungen, in denen sie sich entfalten können», sagt Casty. Einfach Pendenzen nach einem vorgegebenen Schema abzarbeiten, liege dieser Generation nicht. «Sie wollen zeigen, was sie können und ihre eigenen Lösungsansätze präsentieren.» Zu oft hätten sie ihre Eltern Tag und Nacht in den Computer starren sehen und für sich entschieden, dass sie das später nicht wollten. Deshalb sei auch bei den digitalen Kanälen klar geregelt, wo sie arbeiten und wo sich die Freizeit abspielt. Die Generation Z ist Studien zufolge mehr

als drei Stunden täglich online. So viel wie keine Generation vor ihr.

Casty bezeichnet die jungen Arbeitskräfte auch als Generation «Me, my Selfie and I». Anstelle von ausführlichen E-Mails laufe die Kommunikation oftmals über Screenshots. Bei Firmen, in denen Papier noch die Überhand hat, müssten sie sich erst einfinden. «Mit Papier zu arbeiten ist für sie wirklich erstaunlich. Aber sie sind anpassungsfähig.» Online und vor allem via Mobile haben die jungen Arbeitskräfte Kompetenzen, die vor ihnen niemand hatte. «Das ist die erste Generation, die diesen Speed gewohnt ist», sagt Casty. «Sie haben deshalb auch sehr hohe Anforderungen an die Tools und erwarten in der Regel unmittelbare Rückmeldungen – so, wie sie es von Social Media kennen.»

ARBEITSKLIMA GEHT VOR

Die Hergiswiler Beratungsfirma Neoviso wollte in einer Umfrage von rund 1000 Z-lern wissen, was ihnen im Zusammenhang mit Arbeit am wichtigsten ist: Ganz oben stand ein gutes Verhältnis im Team sowie eine interessante Arbeit. 95 Prozent der Befragten äusserte zudem (mehr oder weniger deutlich) den Wunsch, dass sich Arbeitgeber vermehrt mit ihrer Generation auseinandersetzen sollten. Hier setzt nebst Neoviso auch Zeam an: Die Firma will das

Potenzial von jungen Berufsleuten noch viel mehr ausschöpfen (siehe Interview).

Wie sich Arbeitgeber letztlich positionieren können, um die Generation Z anzusprechen, ist gar nicht so einfach. Urs Casty ist überzeugt, dass sich junge Leute von Videos, am besten mit toller Musik kombiniert, eher hingezogen fühlen als einem trockenen Zeitungsinserat. Gleichzeitig sind das aber auch Auftritte, die schnell ins Geld gehen. Und nicht jedes Schweizer KMU hat den Sexappeal eines jungen Start-ups. Casty relativiert: «Das mit Abstand wichtigste ist die Authentizität – und diese bringen viele KMU in der Schweiz automatisch mit.» Wer eine Mission und eine Vision hat, habe schon deutlich bessere Chancen als eine Firma, die nur wirtschaftliche Ziele verfolgt.

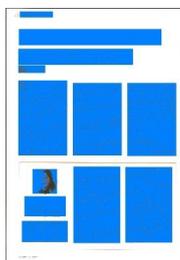
Gerade Unternehmen, die regelmässig Lernende ausbilden, hätten das Gespür für die junge Generation. Schwierig wird es für Casty vor allem da, wo die Generation Z noch nicht richtig angekommen ist. Im Hinblick auf Nachwuchsregelungen komme es da zu grossen «kulturellen Unterschieden», wenn Babyboomer vor der Pensionierung stehen und Z-ler neu einsteigen. Denn auch wenn manche Trends mit dem Älterwerden der Z-ler noch abflachen werden, so hat diese Generation vor allem in Bezug auf die Digitalisierung bemerkenswerte Eigenheiten. Die



Mehr Erfolg im Beruf

Context / Mehr Erfolg im Beruf
8021 Zürich
044/ 283 45 33
<https://www.kfmw.ch/>

Medienart: Print
Medientyp: Fachpresse
Auflage: 37'696
Erscheinungsweise: 6x jährlich



Seite: 18
Fläche: 94'921 mm²

bousty
LehrstellenTreffpunkt

Auftrag: 1097055
Themen-Nr.: 375.056

Referenz: 80454316
Ausschnitt Seite: 2/3

Wahrscheinlichkeit ist gross, dass diese Akzente bleiben.



«Ein lockerer Umgang ist das A und O»

Louisa Fortkord, 22, studiert Modejournalismus und Kommunikation in Berlin

«Ein gutes Arbeitsklima ist mir extrem wichtig! Ich bevorzuge ein junges, modernes Team und lege immer mehr Wert auf die Arbeitsumgebung. Ich kann mir nur sehr schwer vorstellen, in einem alten Büro mit veralteter Firmenphilosophie zu arbeiten. Ich würde mir wünschen, dass der Umgang mit Online-Tools zur Norm wird und die Denkweisen allgemein offener werden. Da muss man sich allenfalls auch mal von den jüngsten Mitarbeitenden auf den neusten Stand bringen lassen. Das ist meiner Meinung eine Win-Win-Situation, da sich die Jungen ernstgenommen fühlen und die Älteren etwas von ihnen

lernen können. Schliesslich wird es schnell mal unangenehm, wenn sich die ü50-Mitarbeitenden an TikTok versuchen ...

Unsere Generation ist extrem schnellelebend. Wir haben eine sehr kurze Aufmerksamkeitsspanne und alles muss sofort und überall verfügbar sein. Daher suchen wir konstant Lösungen, um Prozesse in allen Bereichen noch mehr zu automatisieren und zu beschleunigen. An erster Stelle steht aber natürlich unsere Social-Media-Affinität. Wir sind mit dem Internet aufgewachsen und kennen uns mit jeglichen Plattformen sehr gut aus.

Ein guter Lohn ist natürlich wünschenswert, steht bei mir aber nicht an erster Stelle. Flexible Arbeitszeiten, Gleichberechtigung und eine flache Hierarchie sind mir da wichtiger. Gute Kommunikation im Team ist mir allgemein sehr wichtig, nur so können Fehler vermieden werden. Meinem Arbeitgeber sollte die Harmonie innerhalb seines Teams wichtig sein und er sollte auch ab und zu mal spassige Aktivitäten einbauen. Ein lockerer Umgang ist meiner Meinung nach das A und O.»



Mehr Erfolg im Beruf

Context / Mehr Erfolg im Beruf
8021 Zürich
044/ 283 45 33
<https://www.kfmv.ch/>

Medienart: Print
Medientyp: Fachpresse
Auflage: 37'696
Erscheinungsweise: 6x jährlich

Seite: 18
Fläche: 94'921 mm²

busty
LehrstellenTreffpunkt

Auftrag: 1097055
Themen-Nr.: 375.056

Referenz: 80454316
Ausschnitt Seite: 3/3



«Ich möchte keine billige Arbeitskraft sein»

**Lara Monteiro, 20, arbeitet
zurzeit im Stundenlohn bei Denner
(vor dem Studium)**

«Meine Arbeit muss mir Freude machen. Dabei soll nicht vergessen werden, dass jeder nebenbei noch ein Privatleben hat. Überstunden sind okay, ich möchte aber abschalten können, wenn ich nach Hause gehe und mir nicht noch bis spät in die Nacht Gedanken machen müssen. Mir ist es auch wichtig, dass ein angenehmes Arbeitsklima herrscht. Das heisst für mich, dass sich die Mitarbeitenden untereinander gut verstehen und auch der oder die Vorgesetzte einen guten Bezug zu seinem Team hat. Man muss sich ge-

genseitig vertrauen können und Verständnis für kulturelle Unterschiede oder andere Lebenssituationen aufbringen. Fairness ist ein weiterer Punkt, der mir am Herzen liegt. Ich möchte nicht für einen Betrieb arbeiten, dem die Umwelt egal ist oder der beispielsweise Kinderarbeit toleriert.

Wichtig ist mir zudem, dass ich für meine Arbeit gut bezahlt werde. Wenn mein Lohn mit der Zeit gesteigert wird, habe ich damit kein Problem. Ich möchte aber keine billige Arbeitskraft sein.

Ich hoffe auf mehr Jobs, die man auch als Quereinsteiger machen kann. Ich merke das gerade bei mir, dass nur mit einem Maturaabschluss viele Jobangebote von Anfang an wegfallen, einfach weil es mir an Arbeitserfahrung fehlt oder ich nicht genügend Wissen habe. Ich finde, da sollte es mehr Angebote geben. Ich habe sowieso das Gefühl, dass meine Generation viel offener gegenüber Neuem ist. Die Welt entwickelt sich immer weiter und damit auch Ansichten, Perspektiven und Normen.

Viele Leute hängen an der Vergangenheit. Das finde ich jetzt nicht gut oder schlecht, denn gewisse Sachen können wir auch von vorherigen Generationen lernen - aber von uns kann man auch lernen.»

X, Y und Z

Die Einteilung von Generationen in bestimmte kennzeichnende Merkmale gibt es schon lange. Je nach Quelle weichen die Jahrgänge etwas voneinander ab. Alle, die zwischen 1946 und 1964 geboren wurden, gehören zu den Babyboomern. Die geburtenstarke Generation ist in der Nachkriegszeit aufgewachsen und hat praktisch grenzenloses wirtschaftliches Wachstum miterlebt.

Im Anschluss erfolgt die Einteilung nach X (1965-1979), Y (1980-1993) und Z (1994-2010). Während die X-ler als ambitioniert und materiell motiviert gelten, haben sich die Millennials (Gen. Y) der Selbstverwirklichung verschrieben.

Übrigens: Ab zirka 2010 folgt die Generation Alpha.