

FREUDE AN DER ARBEIT IST AM WICHTIGSTEN

Ergebnisse einer Studierendenbefragung

>> von Annegret Zimmermann und Stephan Fischer >

Durch den demografischen Wandel und die sich daraus ergebenden strukturellen Änderungen in der Gesellschaft verändert sich die Situation auf dem Arbeitsmarkt, und der Kampf um qualifizierte Fachkräfte wird immer stärker (Stichwort: „War for talents“). Vor allem junge und gut ausgebildete Fachkräfte sind bereits heute und zukünftig verstärkt „Mangelware“. Wer ist jedoch die Generation, mit der die heutigen Personalverantwortlichen zu tun haben und zukünftig zu tun haben werden? Die sogenannte „Generation Y“, die nach 1980 geboren wurde, tickt ganz anders als die Generationen zuvor. In den Medien werden Thesen verbreitet wie:

„Die Arbeitnehmergeneration unter 35 fordert von ihren Chefs viele Freiheiten – und will gleichzeitig Betreuung wie bei Mutti“,

oder auch:

„Spaß, Selbstverwirklichung und Yoga – Eine neue Generation revolutioniert den Arbeitsmarkt“

Sind diese Vorurteile begründet, hat ein Wandel der Werte und der Prioritäten zwischen den Generationen stattgefunden? Welche Bedürfnisse und Wünsche hat die „Generation Y“?

Diesen und weiteren Fragen ging ein studentisches Forschungsprojekt an der Hochschule nach. Am Beginn stand eine Open-Space-Veranstaltung mit 60 Studierenden aus verschiedenen Studiengängen. Dieses Format - mit einem fest vorgegebenen und moderierten Ablauf anhand von Leitfragen - bot den Studierenden sehr viele Möglichkeiten, sich Gedanken über ihre zukünftige Arbeitswelt zu machen. Basierend auf den Ergebnissen der Open-Space-Veranstaltung haben sich 413 Studierende aller drei Fakultäten an der Onlinebefragung beteiligt. Die Ergebnisse bestätigen die vermutete Haltung der „Generation Y“ und die daraus resultierenden Veränderungen, auf welche die Unternehmen im Zeichen des Fachkräftemangels reagieren müssen. Unternehmen und Personalabteilungen sollten die Bedürfnisse und Wünsche der kommenden Generation kennen, um langfristig qualifiziertes Personal zu rekrutieren und zu binden und so wettbewerbsfähig zu bleiben. Die Ergebnisse der Untersuchung widerlegen jedoch auch einige Ansichten, die in der Presse propagiert werden.

An der Onlinebefragung haben überwiegend Studierende aus den Bachelor-Programmen teilgenommen: 265 Studierende aus der Fakultät Wirtschaft und Recht, 95 aus der Fakultät für Technik und 40 aus der Fakultät für Gestaltung.

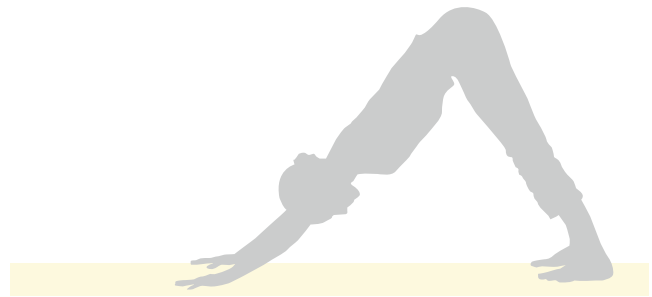


Welche Erwartungen und Wünsche hat die „Generation Y“ an ihre zukünftigen Arbeitgeber?

Die neue Generation hat andere Vorstellung davon, wie, wann und wie lange sie arbeiten will. 63% der Befragten - vor allem die Studierenden der Betriebswirtschaften, gefolgt von den Gestaltern - geben an, dass ihnen eine individuelle Gestaltung der Arbeitszeit sehr wichtig sei. Auch im Hinblick auf den Arbeitsort und die Karriereplanung fordert die „Generation Y“ individuelle Lösungen. Dies ist 54% der Studierenden sehr wichtig. Vor allem den Studierenden der Gestaltung (68%) ist die individuelle Gestaltung des Arbeitsortes sehr wichtig. Eine individuelle Karriereplanung wird von 59% der Studierenden der Technik als sehr wichtig erachtet.

Entgegen vieler Meinungen ist 40% der Studierenden ein Arbeitsplatz vor Ort im Unternehmen „sehr wichtig“, weitere 45% bewerten dies als „wichtig“. Gleichzeitig erwartet mehr als die Hälfte der zukünftigen Arbeitnehmer, auch im Home-Office arbeiten zu können.

Mit knapp 80% legt die „Generation Y“ viel Wert auf Teamgefühl und den Austausch mit Kollegen und Vorgesetzten. Als weniger wichtig oder auch unwichtig werden neue Kommunikationsformen wie Twitter oder auch YouTube bewertet. Entgegen vieler Meinungen sehen die Studierenden Soziale Netzwerke in ihrem Berufsleben als tendenziell weniger wichtig an. Xing stellt hier eine Ausnahme dar und wird von 20% der Studierenden als „sehr wichtig“ und 34% als „wichtig“ für den Beruf eingestuft.

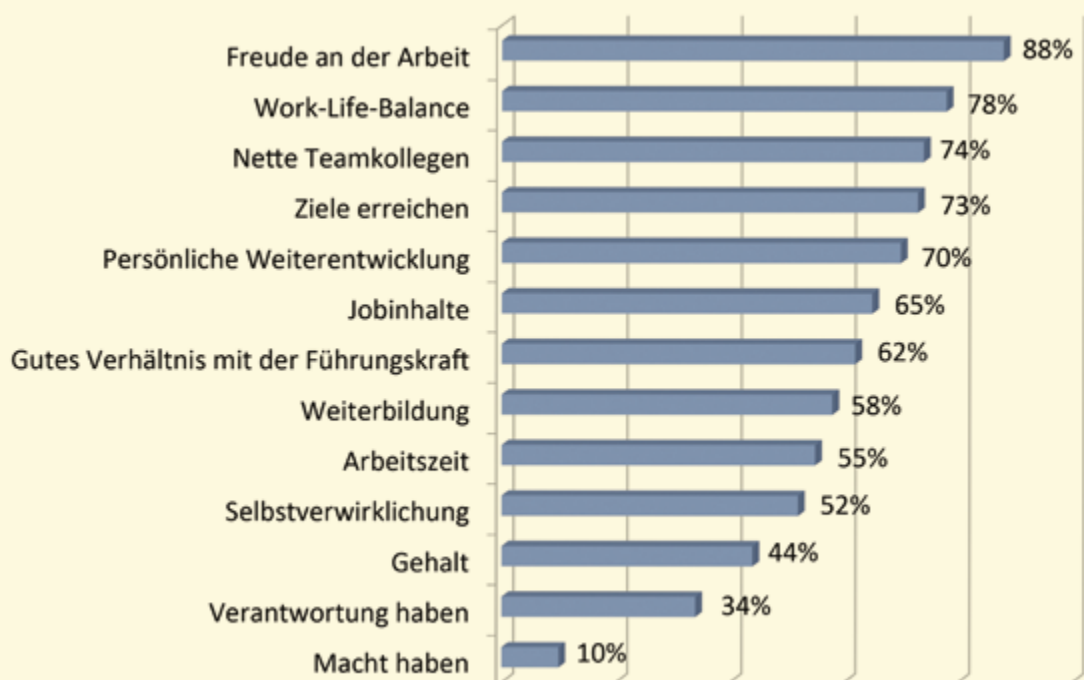


Ein Wertewandel in der „Generation Y“ lässt sich mit der Untersuchung an unserer Hochschule bestätigen. Die jetzige und kommende Generation legt nicht mehr unbedingt Wert auf eine steile Karriere und ein hohes Gehalt. Es stehen Punkte wie die Freude an der Arbeit, die Work-Life-Balance und Jobinhalte im Vordergrund. Am allerwichtigsten ist den Befragten mit 88% die Freude an der Arbeit, gefolgt von der Work-Life-Balance mit 78% und den Jobinhalten mit 65%. Das Gehalt wird nicht als unwichtig eingestuft, hat jedoch keinesfalls Priorität 1! Auch die Punkte „Verantwortung haben“ und „Macht haben“ werden als eher unwichtig eingestuft.

Die Generation von morgen legt Wert auf den im Unternehmen gepflegten Führungsstil. Sie möchte selbständig und flexibel arbeiten können. Vorwiegend Studierende der Technik und der Betriebswirtschaft legen Wert auf selbständiges und flexibles Arbeiten. Sie wollen nicht ständig kontrolliert werden und erwarten Vertrauensarbeitszeiten.

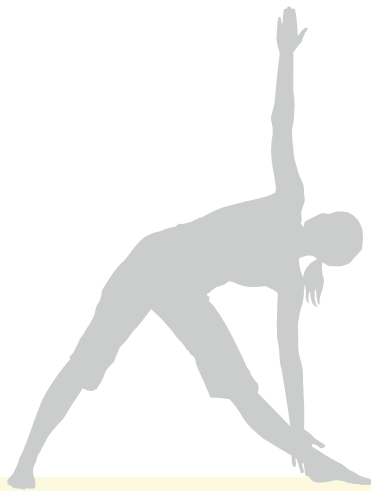
Auch das Thema Familie spielt für die „Generation Y“ eine große Rolle. Viele betonen die Work-Life-Balance und sind nicht bereit, für ein hohes Gehalt darauf zu verzichten. Bei der Planung von Auslandsaufenthalten erwartet diese Generation eine Berücksichtigung der Familie durch das Unternehmen. 84% >

Bereiche, die den Befragten „sehr wichtig“ sind (n=413)



der Befragten sehen die Unternehmen beim Thema Kinderbetreuung in der Verantwortung, 78% aber auch die Politik.

Dem Wunsch der Unternehmen nach flexiblen Arbeitnehmern steht die „Generation Y“ nicht negativ entgegen. Die meisten Studierenden der Betriebswirtschaft möchten zukünftig eine gewisse Zeit im Ausland arbeiten und erwarten von ihrem Arbeitgeber, dass ihnen dies ermöglicht wird. Jedoch ist dieser Wunsch auf eine gewisse Zeit beschränkt, nach dieser Zeit möchten die zukünftigen Arbeitnehmer die Chance erhalten, wieder nach Deutschland zurückzukommen und einen festen Arbeitsplatz im Unternehmen einzunehmen. Auch Studierende der technischen Studiengänge möchten im Ausland arbeiten, jedoch tendenziell weniger gern als Studierende der BWL-Studiengänge. Studierenden der Gestaltung messen dem Thema Ausland zwar ebenfalls eine Bedeutung zu, diese ist jedoch im Vergleich zu den Studierenden der anderen Fakultäten geringer.



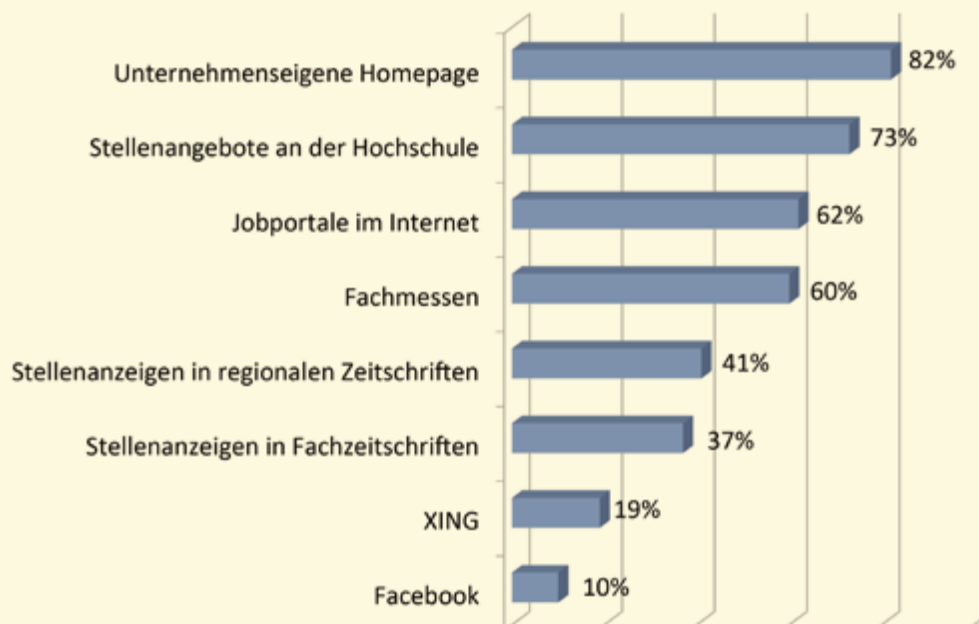
Welche Befürchtungen und Ängste hat die „Generation Y“ in Bezug auf ihre zukünftige Arbeitswelt?

Die „Generation Y“ hat durchaus auch Ängste in Bezug auf ihre zukünftige Arbeitswelt. Im Detail befürchten Studierende der Fakultät für Wirtschaft und Recht, ständig erreichbar sein zu müssen. Dies ist auch bei den Studierenden der Technikstudiengänge zu beobachten. Hingegen vermuten die Studierenden der Studiengänge der Gestaltung am stärksten, in Zukunft ständig arbeiten zu müssen. Des Weiteren äußern die Studierenden der Fakultäten Wirtschaft und Recht und der Technik Befürchtungen vor steigenden Anforderungen an sie als zukünftige Mitarbeiter. Vor allem die Gestalter und die Betriebswirtschaftler gehen davon aus, zukünftig flexibler sein zu müssen als bisherige Arbeitnehmer.

Wo und wie will die „Generation Y“ von Ihren zukünftigen Arbeitgebern angesprochen werden?

Unternehmen müssen sich bei der Rekrutierung von Fachkräften auf ihre Zielgruppe einstellen, Werbemaßnahmen sollten dort stattfinden, wo sich die Zielgruppe aufhält und die Werbung auch wahrnimmt. Der Trend entwickelt sich weg von der klassischen Stellenanzeige in Zeitungen hin zu digitalen Medien.

Rekrutierungskanäle, die mit „sehr wichtig“ bewertet wurden (n=413)





Die „Generation Y“ sieht als zentralen Rekrutierungskanal die unternehmenseigene Homepage. Ein Punkt, der immer stärker zum Tragen kommt und auch als sehr wichtig betrachtet wird, sind Jobangebote bzw. die Präsenz an Hochschulen; dies scheint bei den Unternehmen angekommen zu sein, da eine immer stärker werdende Beteiligung an Hochschulmessen zu beobachten ist. Hier versuchen die Unternehmen schon frühzeitig junge und gut ausgebildete Fachkräfte zu gewinnen. Auch Jobportale werden von 62% der Studierenden als „sehr wichtig“ eingestuft und stehen vor Stellenanzeigen in regionalen Zeitungen und Fachzeitschriften. Diese werden von der „Generation Y“ als eher unwichtig bewertet.

Ein weiterer wichtiger Punkt, der noch nicht von allen Unternehmen erkannt wurde, ist die Möglichkeit, zukünftige Mitarbeiter über Praktika und die Vergabe von Master- und Bachelorarbeiten kennenzulernen. In dieser Maßnahme sieht die zukünftige Generation eine Chance für Unternehmen, Mitarbeiter zu gewinnen und zu binden. Beide Maßnahmen werden vorrangig von Betriebswirten und Technikern als sehr wichtig betrachtet.

Mehr als die Hälfte der Studierenden – vor allem aus der Fakultät für Wirtschaft und Recht – kann sich eher vorstellen, in einem mittelständischen Unternehmen zu arbeiten als in einem großen Konzern. Gründe hierfür sind ein breiteres Aufgabenfeld und ein persönlicherer Umgang mit den Mitarbeitern. Gestalter sehen sich zukünftig eher als Selbständige.

Die „Generation Y“ tickt anders, das zeigen auch die Ergebnisse dieser Studie. Die Studierenden schätzen sich selbst vor allem als sehr vernetzt, kommunikativ, höchst mobil und flexibel ein. Demgegenüber schreiben sie sich selbst weniger die Attribute zielorientiert, leistungsorientiert und selbständig zu. Gestalter erscheinen tendenziell zielorientierter als Studierende der Fakultäten Wirtschaft und Recht sowie Technik. Die zukünftigen Betriebswirte beschreiben sich als stärker „leistungsorientiert“.



TDS Institut für Personalforschung
HOCHSCHULE PFORZHEIM 

LINKS

Eindrücke der Open-Space-Veranstaltung und weitere Ergebnisse finden Sie auch unter:

<http://youtu.be/Bpvo4pifPb4>

<http://youtu.be/CdZnzGG3dmA>

Fazit

Im Fazit lässt sich sagen, dass die „Generation Y“ im Unterschied zur „Generation X“ andere Prioritäten setzt. Die Arbeit muss Spaß machen und einen Sinn haben. Es stehen nicht eine Karriere um jeden Preis und ein hohes Gehalt im Vordergrund, sondern eine ausgeglichene Work-Life-Balance. Vor allem das Teamgefühl, der Kontakt und Austausch mit Kollegen und Vorgesetzten ist den zukünftigen Arbeitnehmern wichtig. Die „Generation Y“ möchte flexibel bleiben und sowohl einen Arbeitsplatz im Unternehmen haben als auch die Möglichkeit nutzen, im Home-Office zu arbeiten.

Unternehmen müssen sich beim Rekrutieren von jungen Talenten umstellen. Vor allem die unternehmenseigene Homepage stellt einen wichtigen Faktor dar. Auch die Vergabe von Praktika und Bachelorarbeiten trägt nach Meinung der zukünftigen Arbeitnehmer zu einer frühzeitigen Bindung an ein Unternehmen bei

Diplom-Sportökonomin Annegret Zimmermann

ist Wissenschaftliche Mitarbeiterin im TDS Institut für Personalforschung der Hochschule Pforzheim.

Dr. Stephan Fischer

ist Professor und Leiter des TDS Institut für Personalforschung der Hochschule Pforzheim.