

## UniPressedienst

Verantwortlich:  
Pressestelle der Universität Augsburg  
Klaus P. Prem, Michael Hallermayer  
86135 Augsburg  
Telefon 0821/598-2096  
klaus.prem@presse.uni-augsburg.de  
hallermayer@presse.uni-augsburg.de  
www.presse.uni-augsburg.de

42/15 – 17. März 2015

# Gutes Gefühl statt gutes Geld

## Regionale Umfrage zur Sichtweise von Berufseinsteigern auf das Arbeitsleben sowie der Unternehmen auf die Generation Y

*Augsburg/MH – Das Zentrum für Wissenstransfer und Weiterbildung (ZWW) der Universität Augsburg befasst sich in Zusammenarbeit mit der Studentischen Unternehmensberatung (JMS e.V.) der Universität Augsburg mit der Generation Y, ihren Wertvorstellungen und ihrer Perspektive auf das Arbeitsleben. Ergänzend zeigt die Befragung auch die Sichtweise der Unternehmen auf diese Generation zwischen 17 und 38 Jahren.*

Nicht nur in den Medien wird die „Generation Y“ – also die jungen Erwachsenen zwischen 17 und 38 Jahren – beäugt, gemustert und analysiert. Auch Wissenschaft und Wirtschaft interessieren sich für das Lebensgefühl sowie Einstellungen zum Arbeitsleben dieser Generation, die die Dinge gerne hinterfragt (daher auch Generation Why = Warum?).

Wie die Vorstellungen dieser jungen Generation mit den Strategien der Unternehmen zusammenpassen, hat das ZWW in einer breit angelegten Befragung analysiert. Ca. 400 Unternehmen und 600 Studierende aus dem Wirtschaftsraum A3 (Augsburg Stadt/Land/Aichach-Friedberg) liefern mit ihren Antworten ein umfassendes – auf die Region zugeschnittenes – Bild zum Thema. Die Ergebnisse liefern nützliche Hinweise, wie die Unternehmen den Umgang mit den Berufseinsteigern hinsichtlich Ansprache, Rekrutierung und Bindung an das Unternehmen sehen. Durch die Gegenüberstellung mit den Einschätzungen, Beurteilungen und Wünschen der jungen Generation bzgl. der auf sie zukommenden Arbeitswelt lassen sich Empfehlungen für Arbeitgeber ableiten.

Die Generation Y gibt sich technologieaffin, schätzt sich selbst sogar schon als davon abhängig ein. Da verwundert es, dass sie bei der Jobsuche eher weniger auf Soziale Netzwerke und Karriereportale im Internet setzen. Hauptinformationsquelle für Stellenangebote sind die Homepages der Unternehmen, persönliche Empfehlungen sowie Aushänge und Zeitungsannoncen. „Setzen Sie auf Suchmaschinenoptimierung Ihrer Website, statt auf Portale

wie XING“, rät Thomas Wöhrl vom ZWW den Arbeitgebern. „Präsentieren Sie sich attraktiv und auch emotional, damit Sie gut auffindbar sind“.

### **Der Generation Y geht es ums Gefühl**

Aber nach welchen Kriterien entscheiden sich die jungen Leute für einen Arbeitgeber? Ein hohes Gehalt ist dabei nicht das Wichtigste. Spaß und Leidenschaft an der Arbeit sowie eine gute Arbeitsatmosphäre sind von größerer Priorität. Neben einer ausgeglichenen Work-Life-Balance sind – an fünfter Stelle – die Karriereperspektiven von Bedeutung. „Das unterscheidet sich ziemlich zu den Gründen, die für mich damals beim Berufseinstieg relevant waren“, stellt Wöhrl den Vergleich zu seiner eigenen Generation her.

Einen guten Arbeitgeber zu finden und dort dann sein Leben lang zu bleiben, das entspricht nicht mehr den Vorstellungen der heutigen Hochschulabsolventinnen und -absolventen. 86 Prozent der Berufsanfänger planen keine Verbleib von länger als 5 Jahre oder sind noch unsicher, wie lange sie dort bleiben wollen. Daraus entsteht für die Unternehmen Handlungsbedarf, um junge, qualifizierte Arbeitskräfte zu halten. Aus der Perspektive der Firmen zeigt sich, dass je größer diese sind, desto mehr Schwierigkeiten haben sie, junge Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter langfristig an sich zu binden.

Gehalten werden können „die Neuen“ nur, wenn eine Kultur der Wertschätzung abweichender Meinungen herrscht, statt Machtanspruch in der Führung. Für die jungen Menschen zählen vor allem eine positive Teamatmosphäre, Zuverlässigkeit sowie klare Aufgabenvorstellungen und Zielvorgaben. Bei den Unternehmen haben neben der Hierarchie die persönlichen Kontakte zu den Beschäftigten einen hohen Stellenwert. „Wie bei vielen anderen Aspekte auch, stehen immer das Gefühlte und die Emotion im Vordergrund“, fasst Thomas Wöhrl die Grundhaltung der jungen Menschen zusammen. „Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter können durch Klarheit in Ziel- und Aufgabendefinition gehalten werden. Diese dürfen auch gerne wechseln. Die Generation Y kann mit neuen und wechselnden Arbeitsbereichen gut umgehen“.

„Die Unternehmen treffen nicht immer zielsicher die Erwartungen und Vorstellungen der jungen Berufsanfänger und müssen aufpassen, im „War of Talents“ nicht das Nachsehen zu haben“, meint Wöhrl. Das ZWW bietet in Kooperation mit der Studentischen Unternehmensberatung daher u.a. Updates für Personalverantwortliche und Führungskräfte an, damit diese für die Generation Y gerüstet sind. Sie unterstützen unter anderem durch die Schulung von empathischem Führungsverhalten und Feedbackkultur sowie bei der Erstellung individueller Retainment-Konzepte.

---

#### **Ansprechpartner:**

Thomas Wöhrl (Inhouse Training und Consulting)  
Zentrum für Weiterbildung und Wissenstransfer (ZWW) der Universität Augsburg  
Universitätsstraße 16, D-86159 Augsburg

Telefon +49821/598-4727  
[itc@zww.uni-augsburg.de](mailto:itc@zww.uni-augsburg.de)