

Generation Y: europäischer Trend statt deutsche Eintagsfliege

Europäische Vergleichsstudie zeigt: Ansprüche der Generation Y sind kein deutsches Luxusphänomen. / Die grundlegenden Einstellungen der 18- bis 32-Jährigen sind weitgehend unabhängig von der wirtschaftlichen Situation im jeweiligen Land. / Deutsche Nachwuchskräfte sind im europäischen Vergleich anspruchsvoller und zugleich sicherheitsorientierter.

- **Europäischer Trend:** Trotz wirtschaftlicher Unsicherheit stehen auch in Spanien die typischen Grundeinstellungen der Generation Y hoch im Kurs (z.B. Vorrang Privatleben vor dem Beruf).
- **Weniger Verzicht:** Im Vergleich zu Briten sind deutlich weniger Deutsche dazu bereit, im Privatleben Zugeständnisse an den Beruf zu machen.
- **Mehr Biss:** Die Bereitschaft, sich im Job durchzubeißen, ist bei jungen Deutschen am stärksten ausgeprägt.
- **Gefahr für zweites deutsches Wirtschaftswunder?** Der Wunsch nach Selbständigkeit und Unternehmertum ist bei der deutschen Generation Y am wenigsten verbreitet.
- Je 1.000 Befragte (18- bis 32-Jährige) in Deutschland, Großbritannien, Spanien und in den Niederlanden (in Kombination mit tiefenpsychologischen Interviews).

München, 18. März 2015 – Die grundlegenden Einstellungen der 18- bis 32-Jährigen Akademiker zum Arbeitsleben ähneln sich in Deutschland, Großbritannien, den Niederlanden und Spanien. Das ergab eine Vergleichsstudie des Marktforschungsinstituts facit research im Auftrag der Unternehmensberatung Consulting Cum Laude. Die wirtschaftliche Situation in den vier Ländern hat keinen erkennbaren Einfluss auf die Werte der Generation Y. Das zeigt vor allem der direkte Vergleich zwischen dem wirtschaftlich stabilen Deutschland und dem krisengeschüttelten Spanien. Trotz einer Arbeitslosigkeit von rund 24 Prozent sind in Spanien eine angemessene Work-Life-Balance und eine gute Arbeitsatmosphäre die wichtigsten Anforderungen der Generation Y an einen Arbeitgeber. Die Arbeitsplatzsicherheit folgt in Spanien erst an dritter Stelle und ist der jungen Generation damit sogar etwas weniger wichtig als ihren deutschen Altersgenossen.

„Aufgrund des internationalen Vergleichs können wir davon ausgehen, dass die Anforderungen der Generation Y an Arbeitgeber sehr stabil sind“, sagt Roman Diehl, Geschäftsführer von Consulting Cum Laude: „Es ist deshalb ein Trugschluss zu denken, die ‚verwöhnte‘ Generation Y werde im nächsten Abschwung schon zur Vernunft kommen und ihre hohen Ansprüche aufgeben. Dieser falschen Hoffnung sollten sich Unternehmen nicht hingeben. Die neuen Erwartungen an Arbeitgeber werden bestehen bleiben. Und Unternehmen tun gut daran, sich darauf einzustellen. Nur mit einem wertschätzenden Führungsstil und einem positiven Betriebsklima werden sie sich im Wettbewerb um qualifizierte Nachwuchskräfte durchsetzen können.“

Deutsche sind anspruchsvoller, konsequenter, sicherheitsorientierter, risikoscheuer

Auch wenn sich die grundlegenden Werte der Generation Y in den vier untersuchten Ländern ähneln, gibt es hinsichtlich der Einstellungen zum Arbeitsleben teilweise deutliche nationale Unterschiede.

Die Deutschen haben im Vergleich zu ihren europäischen Altersgenossen **besonders hohe Ansprüche an die Arbeitsplatzqualität**. Dies gilt sowohl für das Arbeitsklima als auch für die Führungskultur: Anerkennung der Leistungen durch die Vorgesetzten ist jungen Deutschen deutlich wichtiger als im Durchschnitt aller Länder (53% vs. 41%). Dass Vorgesetzte ihre Ideen aufnehmen und ernst nehmen ist für die Generation Y in Deutschland ein entscheidender Motivationsfaktor (49% vs. 40%). Eine angenehme Arbeitsatmosphäre ist im Unterschied zu allen

andern Ländern das wichtigste Kriterium für die Beurteilung eines Arbeitgebers (ES: Platz 2, NL Platz 3, UK Platz 4). Dementsprechend sind die Deutschen auch besonders harmoniebedürftig: 80 Prozent sagen, dass sie in einem harmonischen Arbeitsumfeld am besten arbeiten können (Durchschnitt andere Länder: 65%).

Deutlich höhere Diskrepanz zwischen Anspruch und Wirklichkeit als in den Niederlanden

Genau diese Ansprüche an einen attraktiven Arbeitsplatz scheinen von der Wirklichkeit der Unternehmen in Deutschland noch besonders weit entfernt zu sein: Bei den Gründen für einen Jobwechsel rangieren eine mangelnde Wertschätzung durch den Arbeitgeber (64% vs. 46%) und eine schlechte Arbeitsatmosphäre (56% vs. 41%) in Deutschland deutlich höher als in den anderen Ländern. Die jungen Deutschen zeigen damit eine hohe Bereitschaft, ihre Vorstellungen von einem guten Arbeitsplatz konsequent zu verfolgen und deswegen gegebenenfalls auch zu kündigen. „Genau hier liegt die große Herausforderung für Unternehmen in Deutschland: Sie haben sich in der Unternehmens- und Führungskultur noch nicht auf die Vorstellungen der Nachwuchskräfte eingestellt“, sagt Marcel Rasche, Partner bei Consulting Cum Laude. „Das Beispiel Niederlande zeigt wie es anders geht: Dort hat die Generation Y ähnliche Erwartungen an die Arbeitgeber, aber ihre Wünsche werden in puncto Wertschätzung und Arbeitsklima deutlich seltener enttäuscht.“

Die hohen Ansprüche der jungen Deutschen an Arbeitsklima und Führungskultur gehen einher mit einem im europäischen Vergleich **hohen Sicherheitsbedürfnis**. Ein Leben frei von finanziellen Sorgen hat in Deutschland einen besonders hohen Stellenwert (79% vs. 69%) und auch die Verknüpfung von persönlichem Erfolg mit finanzieller Sicherheit ist stärker ausgeprägt (71% vs. 63%). Vor diesem Hintergrund nehmen die Deutschen Durststrecken in der Arbeit auch eher hin, ohne gleich zu kündigen. Wenn der Job keinen Spaß mehr macht, sind 55 Prozent bereit, erst einmal die Zähne zusammenzubeißen und selbst an einer Verbesserung der Situation zu arbeiten. Der Durchschnitt der anderen Länder liegt bei nur 47 Prozent.

Kein Bock auf Selbständigkeit: Gefahr für zweites deutsches Wirtschaftswunder?

Besonders gering ist in Deutschland der Wunsch nach Selbständigkeit ausgeprägt. Zwar strebt auch im europäischen Ausland eine deutliche Mehrheit einen Job als Angestellter an, doch nirgendwo stößt das Risiko, als Unternehmer Verantwortung zu übernehmen, auf so viel Ablehnung wie in Deutschland. Nur 22 Prozent der Deutschen streben eine berufliche Selbständigkeit an, im Durchschnitt aller Länder liegt die Quote bei immerhin 33 Prozent.

Briten: Karriere-Traditionalisten unter den Europäern

Am deutlichsten unterscheiden sich die jungen Briten von ihren Altersgenossen in den anderen europäischen Ländern. Traditionelles Karrierestreben ist hier deutlich mehr verbreitet. Erfolg im Beruf ist ein anerkanntes Lebensziel (47% vs. 32% im Durchschnitt aller Länder). Persönlicher Erfolg wird von mehr Briten daran fest gemacht, ob man Vermögen aufgebaut hat (43% vs. 34%). Im Ländervergleich am stärksten verbreitet ist bei den Briten auch die Ansicht, dass die Arbeit keinen Spaß machen muss, sondern vor allem dem Geldverdienen dient (24% vs. 14% in Deutschland). Für 44 Prozent sind Beruf und Privatleben gleich wichtig (in Deutschland: 25%). 53 Prozent finden, dass ihr Privatleben wichtiger ist als ihr Job. In Deutschland messen dagegen 62 Prozent dem Privatleben eine höhere Bedeutung bei.

Handlungsempfehlung für Unternehmen: nationale Unterschiede berücksichtigen

„Die internationale Studie bestätigt die Grundlagen unserer deutschen Vorgängerstudie: Über alle Länder und Segmente hinweg ist bei den 18- bis 32-Jährigen der Wunsch nach persönlicher Erfüllung und Sicherheit in Verbindung mit hohen sozialen Ansprüchen an den Arbeitsplatz

besonders ausgeprägt“, so Roman Diehl. „Aber im Detail unterscheiden sich die Vorstellungen der Generation Y in den einzelnen Ländern deutlich. Eine Personalmarketing-Botschaft, die für deutsche Nachwuchskräfte besonders geeignet ist, kann in Großbritannien komplett an den Bedürfnissen der jungen Generation vorbei gehen. Bei allem Verständnis für die Absicht der Unternehmen, ihre Prozesse möglichst zu vereinfachen und zu standardisieren: Wer in der Ansprache der begehrten Nachwuchskräfte erfolgreich sein will, der sollte international differenzieren – oder sich auf diejenigen Vorstellungen der Generation Y konzentrieren, die in allen Ländern zumindest ähnlich sind. So oder so müssen sich international operierende Unternehmen detailliert mit den länderspezifischen Unterschieden auseinandersetzen.“

Studiendesign

Im Rahmen der Onlinestudie wurde eine Stichprobe von je 1.000 Personen in Deutschland, den Niederlanden, Spanien und Großbritannien befragt. Die Zielgruppe sind Akademiker im Alter von 18 bis 32 Jahren, davon 33 Prozent Studenten, 33 Prozent Absolventen, 33 Prozent junge Berufseinsteiger.

Consulting Cum Laude

Consulting Cum Laude bietet Unternehmen wirkungsvolle Zugänge zu qualifizierten Nachwuchskräften und jungen Kundensegmenten. Die 2014 gegründete Unternehmensberatung mit Sitz in München hilft, im Consumer Marketing und Employer Branding den Nerv der stark umworbenen Generation Y zu treffen (17- bis 32-Jährige). Das Unternehmen setzt dabei auf „Hybrid-Beratung“: Die Projektteams werden aus Studenten und Young Professionals der Generation Y sowie aus erfahrenen Management-Beratern zusammengestellt. Gemeinsam erarbeiten sie Lösungen für konkrete Aufgaben der Kunden - von der Zielgruppe für die Zielgruppe. Die Basis des Unternehmens bilden die Studentenwohnheime „The FIZZ“ der Muttergesellschaft International Campus. Den direkten Zugang zur Generation Y potenziert Consulting Cum Laude durch Kooperationen mit internationalen Wohnheimbetreibern und Hochschulen. Das Unternehmen verfügt so über ein europaweites Netzwerk mit über 100.000 Studenten.

facit research

Die facit research GmbH & Co KG mit Sitz in München vereint innovative Marktforschung mit insightbasierter Beratung. Hierbei geht es immer um Menschen, Marken und Märkte. Mit ihren Untersuchungsansätzen kombiniert die facit klassische Marktforschung mit modernen Methoden der psychologischen Forschung. Kreativmethoden, bildgestützte Verfahren, systemische Aufstellungen oder z.B. auch die facit Black Box, die auf der Theorie der persönlichen Konstrukte beruht, werden miteinander kombiniert. Quantitative Validierungen, Segmentierungen und Potenzialanalysen machen die Insights dann relevant für Business Cases. „Wir bringen Mehrwert, wenn es darum geht, Muster zu erkennen um Spielregeln von Märkten ändern zu können oder zukünftige Märkte mit zu formen, indem wir näher an die Menschen heran gehen und somit verstehen, wie sie wirklich ticken.“ (Claudia Mittelberger, Director Research bei facit)

International Campus AG - die Muttergesellschaft von Consulting Cum Laude

Die International Campus AG mit Sitz in München ist Investor, Entwickler und Betreiber innovativer Studentenwohnhäuser. Dabei konzentriert sich International Campus auf Städte mit überdurchschnittlich wachsendem Markt für hochwertiges studentisches Wohnen. Durch einen markttypischen Qualitätsstandard, ein attraktives Branding und umfassende Serviceangebote geben alle Apartmenthäuser studentischem Wohnen und Leben eine neue Dimension. Ziel ist es, binnen fünf Jahren der führende Betreiber voll ausgestatteter, qualitativ hochwertiger Studentenwohnhäuser mit hohem Servicestandard zu werden. Das Management der International Campus AG verfügt über langjährige Erfahrung im Bereich Entwicklung, Property Management, Asset Management und Beteiligung.

Weitere Informationen:

IRA WÜLFING KOMMUNIKATION GmbH

Ira Wülfing

+49. 89. 2000 30-33

ira@wuelfing-kommunikation.de

Pressefotos

Die Bildrechte liegen bei Consulting Cum Laude. Bei Nutzung der Pressefotos bitte auf den Inhaber der Bildrechte hinweisen.