

# Azubimanagement: Generation Z verstehen, begleiten und führen

**Nach den Babyboomern, der Generation X und der Generation Y spült es nun nach und nach die neue Generation Z an den Arbeitsmarkt. Die Generation Z, auch YouTube-Generation genannt, vertritt eigene Wertvorstellungen und hat spezifische Erwartungen hinsichtlich ihres Arbeitgebers. Ihnen wird die Realität online, über YouTube-Channel oder durch Instagram-Stories, vorgestellt – so paradox dies auch klingen mag. Wo führt das hin und worauf muss sich der Arbeitsmarkt einstellen?**

Die soziologische Einordnung der Generationen nach bestimmten Geburtsjahren erscheint zunächst willkürlich, jedoch basiert sie auf der Zuordnung von bestimmten Merkmalen bzw. auf dem Erleben von prägenden „Generationserlebnissen“, die jede Generation von der vorangegangenen abhebt. Da diese Merkmale unterschiedlich definiert werden und die Klassifizierung nach Geburtsjahrgängen schwierig ist, entsteht eine beachtliche Streuung innerhalb der Forschung, die teilweise voneinander abweichende Altersbegrenzungen für die Generationen festlegt. Daher muss zunächst herausgestellt werden, von welchem Alter wir in diesem Beitrag sprechen werden.

## Definition Generation Z

Die am häufigsten verbreitete Annahme, dass die Generation Z zwischen 1995 und 2010 geboren wurde und somit zwischen 24 und 18 Jahren alt ist, soll die Grundlage bilden. Eine kurze Anmerkung hierzu: Teilweise wird Generation Z auch be-

reits ab 1990 oder erst ab dem Jahr 2000 klassifiziert.

## Was zeichnet also die Generation Z aus?

Die Generation Z ist die erste Generation überhaupt, die in einer vollständig digitalisierten Welt aufwächst. Bereits in den Babyschuhen werden die meisten von ihnen mit iPhone, Tablet, Smartphone & Co. konfrontiert. Soziale Netzwerke sind nicht mehr nur Möglichkeit, sondern ein Muss. Die weltweite (meist digitale) Vernetzung mit Freunden in Amerika, Asien oder eben mit der besten Freundin aus dem gleichen Dorf ist bereits für die Kleinsten zur Selbstverständlichkeit geworden. Ständige Erreichbarkeit als eine ihrer Merkmale „Abschalten“, mal „offline“ zu sein, scheint für Viele einfach unmöglich.

Treffen sich Jugendliche, wird zunächst nach dem WLAN-Passwort gefragt oder Einladungen zu einer Party werden direkt mit eben diesem Passwort verschickt – man möchte ja auf die Wünsche der Gäste eingehen ... Sprüche wie: „Zuhause ist, wo sich dein Handy automatisch mit dem WLAN verbindet“ entstehen, angelehnt an die alten „Home is where ...“-Sprüche.

## Was heißt das für das Berufsleben der Generation Z?

Anders als die Generation Y ist die Generation Z wieder ein wenig konservativer: Sie wollen Erfolg haben, es zu etwas bringen und ihre Erfolge entsprechend nach außen darstellen. Als eine der Folgen von Wohlstand und Digitalisierung verbringt die Generation Z nicht mehr nur ihre Freizeit, sondern auch ihren Arbeitsraum am liebsten mit den digitalen Medien. Sie versuchen, alles online mit Apps zu strukturieren, zu vernetzen oder sich damit auf den neusten Stand zu halten.

## Exkurs:

- **Traditionalisten (1922–1955):** Sie erlebten die Auswirkungen des ersten Weltkrieges und mussten den zweiten Weltkrieg und dessen Folgen erfahren. Ihre Kindheit und Jugend waren also durch den Krieg geprägt.
- **Babyboomer (1955–1969):** Als erste Nachkriegsgeneration gehörte diese Generation zu den geburtenstärksten Jahrgängen, die das Wirtschaftswunder und das Aufblühen des Landes miterleben durften. Der Begriff Workaholic entstammt aus dieser Generation. Werte: Idealismus, Struktur.
- **Generation X (1965–1980):** Kinder, die vornehmlich durch die Wirtschaftskrise und eine hohe Scheidungsrate geprägt wurden. Ambitionierte und ehrgeizige Arbeitnehmer, die stets nach beruflichem Vorankommen streben. Werte: Unabhängigkeit, Individualismus.
- **Generation Y (1980–2000):** Die sogenannten Millennials bekamen den Internetboom, die Digitalisierung und die immer fortschreitende Globalisierung von Anfang an mit und leben diese Entwicklungen daher in vollsten Zügen aus. Werte: Selbstverwirklichung, Vernetzung.

Es war noch nie einfacher, so schnell und direkt Zugriff auf Wissen, Infos und Fakten weltweit zu erlangen. „Wie funktioniert ein Motor?“ – „... mhhh, weiß ich gerade nicht. Ich google es schnell.“ Schnell – als eines der Hauptschlagwörter der Generation Z. Mit der rasanten Beschleunigung des Berufs- und Privatlebens können frühere Generationen kaum mithalten. Neugier und Interesse macht den Beginn der Arbeit aus, bei der sie größten Wert auf freie Entfaltung ohne Bevormundung oder Hierarchie legen.

### Motivation der Generation Z

Motivierte Azubis sind das A und O. Natürlich haben Ausbilder einen großen Anteil daran. Die Grundvoraussetzung für ein wohlwollendes und angenehmes Arbeitsklima, aus dem die Azubis ihre Motivation schöpfen können, ist Vertrauen. Diese Basis bauen Ansprechpartner, wie z.B. die Ausbilder, in ihrer Vorbildfunktion maßgeblich mit auf. Vertrauen wächst und muss von beiden Seiten gefördert werden. Transparenz und nachvollziehbares Handeln gelten für die Generation Z als Hauptmerkmale jener Basis, worauf langfristige und motivierte Zusammenarbeit beruht.

Unter anderem diese vier Faktoren wirken sich positiv auf die Motivation von Jugendlichen der Generation Z aus:



#### Nr. 1: Flexibilität

Die meisten Auszubildenden sind es gewohnt, Informationen auf vielseitigste Art und Weise beschaffen und ausführen zu können. Selbstverständlich müssen Azubis lernen, sich an bestimmte Regeln und Vorgaben des Unternehmens zu halten, jedoch sind zu viele Einschränkungen Gift für die Kreativität. Durch den frischen Blick des Azubis können neue Sichtweisen und Per-



spektiven für bestimmte Arbeitsweisen erworben werden. Schränken Sie dieses Potenzial nicht durch starre und unflexible Handlungsweisen bzw. Denkmuster ein.

**Nr. 2: Wünsche und Bedürfnisse ernst nehmen**

Auszubildende, die direkt von Beginn an spüren, dass sie und ihre Bedürfnisse ernst genommen werden, bleiben dem Betrieb erfahrungsgemäß länger erhalten. Sie steigern ihre Leistungsfähigkeit und sind motiviert die „extra Meile“ für ihr Unternehmen zu gehen. Dies lässt sich schon mit Kleinigkeiten fördern, indem Sie Urlaubsanträge oder Freizeitbeschäftigungen ihrer Auszubildenden nicht kategorisch ablehnen, sondern sich ernsthaft damit auseinandersetzen. Auch ein freier Tag in der Probezeit sollte machbar sein, falls der Wunsch vorliegt. Gehen Sie individuell und flexibel auf die Azubis ein.

**Nr. 3: Moderne Kommunikationskultur**

Flache Hierarchien, die Beteiligung der Azubis an Entscheidungen, schnelle und unkomplizierte Bürokratie sowie eine positive Fehlerkultur wirken höchst motivierend für Azubis. Oftmals suchen Auszubildende heutzutage das Gespräch mit Vorgesetzten, da sie sich mitteilen wollen. Wenn also Kritik „von unten“ als gewinnbringend und wertschätzend aufgefasst wird, werden sich die Auszubildenden unternehmensorientiert einbringen.

Durch eine intensiv gelebte Feedback-Kultur erreicht man, dass auch Azubis lernen, Kritik aufzunehmen und umzusetzen. Der Fokus sollte dabei immer auf der Kritik an ihrer Arbeit und Einstellung zur Ausbildung liegen – werden Sie nicht persönlich! Besonders positiv werten Azubis eine schnelle Rückmeldung, da sie es aus ihrem Alltag als Digital Natives nicht anders gewohnt sind.

**Nr. 4: Sicherheit**

Ein eher klassisches Beispiel, was der Generation Z genauso wichtig ist, wie auch schon diversen Generationen zuvor. Ausgehend von zahlreichen politischen und wirtschaftlichen Unruhen ist es jedem ein Bedürfnis, Sicherheit für das Privat- und Arbeitsleben zu haben. So geht es auch den Azubis. Geben Sie ihnen das Gefühl, dass sie sich auf Ihr Wort verlassen können. Unter den Punkt Sicherheit fällt übrigens auch die Transparenz. Machen Sie Ihre Entscheidungsprozesse sichtbar und nachvollziehbar.

**Die Sache mit der Flatterhaftigkeit von Jugendlichen**

Es ist Fakt, dass Vertreter der Generation Z mehrere Jobs bei verschiedenen Firmen in ihrem Leben begleiten werden. Das ständige Überangebot an Informationen und attraktiven Projekten verleitet dazu, über den Tellerrand hinaus zu schauen. Sie können sich die interessantesten Tätigkeiten herausuchen. Aus diesem Grund wird es für Unternehmen in Zukunft essenziell sein, dass sie in Netzwerken denken und präsent sind. Eine hohe Fluktuation wird also nicht mehr ein Hinweis auf den schlechten Ruf eines Unternehmens sein, sondern sie wird durchaus zur Normalität werden.

Es würde unsere Arbeitswelt erleichtern, wenn wir die Menschen einfach in die „Generations-Schubladen“ stecken könnten, und die Merkmale jeder einzelnen Gruppierung dann auf alle ihrer Vertreter zutreffen würden. Doch so ist es natürlich nicht. Ausnahmen bestätigen wie immer die Regel – wie wir finden, eine kleine Beruhigung.

**JACQUELINE PETERS**  
 (Bachelor of Business Administration/Bachelor of Science) ist Bereichsleitung AzubiScout Süd und betreut den Ausbilder-Blog von AzubiScout.



**DANIELA GIESELER**  
 (Staatlich geprüfte Betriebswirtin) ist Inhaberin von AzubiScout. Sie berät rund um das Thema Ausbildung, u.a. an der Akademie für Ausbildung. [www.azubiscout.com](http://www.azubiscout.com)

