

Presse-Information orga.uni.sb.de,

17. November 2014

# Forschung mit praktischer Relevanz: Generation Z als Herausforderung



**Ohne es genau an Geburtsjahren festzumachen, gibt es seit drei Jahren eine spannende Bewegung: Egal ob man von Y, Why oder von Digital Natives spricht, so ist vor allem bei den jüngeren Jugendlichen wenig von den ursprünglich leistungsorientierten Werten dieser Generation übriggeblieben, auf die so viele gesetzt haben. Der Saarbrücker Universitätsprofessor Christian Scholz hat in seinem dritten Buch zum Thema „Veränderungen in der Arbeitswelt“ (erschienen bei Wiley) die Befunde zur neuen „Generation Z“ gesammelt und zu einer spannungsreichen Diskussionsgrundlage zusammengefügt.**

„Das leistungsorientierte Wertemuster der Generation Y wird überlagert von einer neuen und völlig anderen Verhaltensform, die man als Generation Z bezeichnet“, erklärt Christian Scholz: „Diese Generation Z ist geschädigt durch das Bildungssystem und geprägt durch diverse Wirtschafts- sowie Gesellschaftskrisen. Sie besitzt einen ausgeprägten Sinn für Realität und will sich nicht binden, weder als markenbewusster Konsument noch als loyaler

Mitarbeiter. Bei all dem fühlt sie sich aber glücklicher als die vorangegangene Generation Y. "

In seinem Debattenbuch bietet Christian Scholz eine differenzierte Auseinandersetzung mit diesem „ansteckenden “ Phänomen: „Babyboomer und andere Generationen kopieren dieses Wertemuster, weil sie keine Lust mehr haben, sich im unternehmerischen Hamsterrad einsperren zu lassen “, erläutert Christian Scholz: „Überlegungen zu Anti-Stress-Gesetzen und festem Feierabend belegen, dass dieses Denken auch in der Politik angekommen ist. "


Christian Scholz plädiert in seinem Buch dafür, viele Gedanken der Generation Z zu übernehmen, weil es die Lebenswelt lebenswerter macht, fügt aber hinzu: „Gleichzeitig muss es einen Dialog zwischen der Generation Z und den anderen Generationen geben, da die Maximalforderungen der Generation Z gesellschaftlich nicht erfüllbar ist. "

Genau mit diesen Wünschen der Generation Z beginnt die Diskussion: So müssen sich Unternehmen fragen, wie sie mit Mitarbeitern umgehen wollen, die Führungsverantwortung und Leistungsstreben kategorisch ablehnen. Und die Generation Z muss sich fragen, wo die gesellschaftliche Wertschöpfung herkommen soll, wenn sie selbst dazu nur einen minimalen Beitrag leisten möchte. Dieser Diskurs betrifft Eltern, Lehrer, Führungskräfte, Politiker und Medienvertreter bis hin zu Künstlern.

Damit aber all das nicht zu komplex wird, gibt es in diesem Buch die Kunstfigur „Emily “, die als Vertreterin der Generation Z ihren ganz persönlichen Alltag schildert und damit unmittelbar

begreifbar macht.

Scholz, Christian,

Generation Z – Wie sie tickt, was sie verändert und warum sie uns  
alle ansteckt, November 2014,  19.99 Euro, 220 Seiten,

Hardcover,  ISBN 978-3-527-50807-5, Wiley-VCH, Weinheim

Kontakt für Rückfragen:

Dr. Stefanie Becker,

Lehrstuhl für Organisation, Personal- und  
Informationsmanagement,

Universität des Saarlandes

(Univ.-Prof. Dr. Christian Scholz)

Tel.: +49 681 302-4120

Mail: [scholz@orga.uni-sb.de](mailto:scholz@orga.uni-sb.de)