

PRESSEMITTEILUNG, Wien, 31.10.2023

Aktuelle Studie belegt: Die homogene GenZ ist ein Mythos

GenZ-Befunde von INTEGRAL und Walnuss-Consulting als faktenbasierte Grundlage für HR-Arbeit und Personalführung

„Wir verstehen die GenZ nicht“ - ein oft gehörter Stoßseufzer von HR-Verantwortlichen. Aber: Alle jungen Menschen über einen Kamm zu scheren, greift zu kurz - die „GenZ“ möchte in ihrer Vielfalt verstanden und angesprochen werden. Denn auch innerhalb dieser auf den ersten Blick homogen erscheinenden Gruppe gibt es ein breit gefächertes Spektrum an Grundorientierungen. Das Modell der jugendfokussierten Sinus-Milieus beschäftigt sich mit diesen unterschiedlichen Lebenswelten der jungen Bevölkerung. Jede dieser Wertewelten hat unterschiedliche Zugänge und Erwartungen an das Thema Arbeit bzw. Arbeitsplatz. Diese Werte spielen eine wesentliche Rolle im Wettbewerb um die Gewinnung junger Talente im Arbeitsmarkt - und das Wissen darum verschafft Unternehmen einen entscheidenden Vorteil.

Der „War for Talents“ stellt HR-Abteilungen zunehmend vor Herausforderungen. Um für die Zukunft gerüstet zu sein, sind die Gewinnung und das Halten junger Talente entscheidend für den Erfolg eines Unternehmens. Dabei gilt es nicht nur, Generationenunterschiede zu berücksichtigen, sondern vor allem, die jeweilige Zielgruppe in ihrer Vielfalt zu verstehen und optimal anzusprechen.

Alle sprechen von Work-Life-Balance?

Von jungen Menschen hört man oft den Wunsch nach einer ausgeprägten Work-Life-Balance. Tatsächlich legt fast die Hälfte Wert darauf, dass der Arbeitgeber deren Bedeutung versteht und unterstützt. Jedoch existiert die „Generation Work-Life-Balance“ genauso wenig als homogene Gruppe wie die „GenZ“. Wengleich ein ausgewogenes Verhältnis zwischen Arbeit und Leben hohe Bedeutung genießt, wird dieses sehr unterschiedlich ausgelegt. „*Progressive Realisten*“ - das Milieu, das gesellschaftliche Veränderungen antreibt - und *Hedonisten* - die Mainstreamverweigerer auf der Suche nach kurzfristigem Spaß und Konsum - streben eine planbare Arbeitszeit an, während karriereorientierte Milieus zwar ihren Anspruch der Work-Life-Balance hervorstreichen, gleichzeitig aber durchaus bereit sind, Überstunden zu leisten, wenn es der Karriere oder dem Einkommen dient.“, so Martin Mayr, Mitglied der Geschäftsleitung von INTEGRAL.

Die einzelnen Jugendmilieus haben sehr unterschiedliche Zugänge zu Diversität

Das Thema Diversität bringt sehr deutlich zum Ausdruck, wie unterschiedlich Erwartungen an einen Arbeitsplatz ausgeprägt sein können. Ein Drittel (34%) der jungen Menschen im Alter von 16 bis 29 Jahren begeistert sich für die Arbeit in Teams mit unterschiedlichen kulturellen Hintergründen. Damit ist das Thema deutlich wichtiger als innerhalb der Gesamtbevölkerung, die nur zu 24% Wert auf

interkulturelle Teams legt. Doch gilt das für alle jungen Menschen gleichermaßen? Auch dabei hilft der Blick in die Lebenswelten. Innerhalb der *Progressiven Realisten* legt mehr als die Hälfte (51%) Wert auf gemischte Kollegenschaft. Unter den *Hedonisten* sind es nur 26% und damit ähnlich wenige wie in der Gesamtbevölkerung.

Von wegen „Irgendwas mit Kindern“ - junge Menschen wissen genau, was sie wollen

Die junge Zielgruppe ist in ihren Berufsvorstellungen durchaus ambitioniert. So möchten 39% beruflich führen und entscheiden. Doch auch von dieser Aussicht lässt sich nicht jedes Talent locken. *Hedonisten* und *Progressive Realisten* streben nur zu weniger als 30% eine tragende Rolle an, die erfolgs- und karriereorientierten *Performer* dagegen zu 50%.

Die Studie zeigt noch weitere milieuspezifische Tätigkeitspräferenzen auf: *Progressive Realisten* möchten überdurchschnittlich häufig gerne mit Tieren arbeiten bzw. in kreativen oder sozialen Berufsfeldern tätig sein. Der moderne Mainstream - das *Milieu der Adaptiv-Pragmatischen Mitte* - ist hingegen am meisten an handwerklichen Tätigkeiten interessiert. Bei den *Hedonisten* sind IT-Tätigkeiten wie Programmieren am höchsten angeschrieben.

Wie also junge Menschen für das Unternehmen begeistern?

Die beiden Co-Autoren Martin Mayr und Peter Dollack, Geschäftsführer von Walnuss Consulting, erläutern, was diese Befunde für das Recruiting bedeuten. „Progressive Realisten fühlen sich in ihrem Job wohl, wenn flache Hierarchien, Nachhaltigkeit und Kollegialität gelebt werden. Die wichtigste Botschaft ist hier, dass sie eine sinnstiftende Tätigkeit erwartet und im Unternehmen Diskriminierung und sorgloser Umgang mit den Ressourcen keinen Platz finden.“, so Mayr. „Möchte ich hingegen Hedonisten gewinnen, gilt es einen Arbeitsplatz ohne Stress in Aussicht zu stellen und ihnen den Freiraum zu geben, den sie zur Ausführung ihrer Arbeit benötigen.“ Dollack erläutert weiter: „Die differenzierte Wahrnehmung der Zielgruppe macht den Unterschied. So können HR-Verantwortliche spezifische Arbeitsplatz-Angebote optimieren und die Gesprächsführung bei Einstellungsprozessen verbessern. Führungskräfte können ihren mitarbeiterorientierten Ansatz sowie die generationenübergreifende Zusammenarbeit im Team fördern. Somit besteht der Nutzen für das Unternehmen nicht nur in einer noch zielgerichteteren Ansprache potenzieller Arbeitskräfte, sondern auch in einer verbesserten Mitarbeiterbindung und damit Verringerung der Fluktuation.“

Methodischer Hinweis

Dies sind Ergebnisse aus der Studie „Junge Menschen in der Arbeitswelt“, die INTEGRAL in Kooperation mit Walnuss Consulting durchgeführt hat. In dieser Zusammenarbeit trifft Zielgruppenkompetenz auf Kommunikations- und HR-Expertise. Im September 2023 wurden in einer Online-Stichprobe 1.000 Personen repräsentativ für die österreichische Bevölkerung im Alter von 16 bis 29 Jahren zu diesem Thema befragt.

Mit dieser Studie bietet INTEGRAL die Zahlen und Fakten aus der Marktforschung rund um die Arbeitswelt der Baby-Boomer bis zur GenZ - damit HR-Entscheidungen im Unternehmen auch eine solide Basis haben. Mit maßgeschneiderten und studienbasierten Workshops unterstützt die Unternehmensberatung Walnuss Consulting OG Unternehmen dabei, die richtigen Maßnahmen und Schulungen zu realisieren. Damit aus Daten Taten werden.

Über INTEGRAL

INTEGRAL ist ein Full-Service-Institut und bietet maßgeschneiderte Marktforschungslösungen auf wissenschaftlicher Basis, von der Datenerhebung bis zur Lieferung handlungsrelevanter Informationen und Empfehlungen an. INTEGRAL kooperiert eng mit den Schwesterunternehmen SINUS Markt- und Sozialforschung in Heidelberg und Berlin und OPINION Market Research & Consulting, Nürnberg (INTEGRAL-SINUS-OPINION Gruppe). In Kooperation mit dem Heidelberger SINUS-Institut, dessen Mehrheitsanteile INTEGRAL im Jahr 2009 übernommen hat, engagiert sich das österreichische Marktforschungsunternehmen intensiv in der Sinus-Milieu Forschung. Die Ergebnisse bieten Marketingverantwortlichen aus Unternehmen, Medien und Politik wettbewerbsrelevante Informationen über Märkte und Zielgruppen.

Für Rückfragen: Mag. Martin Mayr, Geschäftsführer

www.integral.co.at, Anfragen an office@integral.co.at, Tel.Nr. +43 1 7991994

Über Walnuss Consulting

Die Walnuss Consulting OG versteht sich als innovatives Beratungsunternehmen. Um Kunden, deren Führungskräfte und Teams - bis hin zu allen Mitarbeiter:innen - bestmöglich zu unterstützen, konzentriert sich Die Walnuss auf drei Bereiche: Führung (vertrauend, situativ und agil), Kommunikation (ergebnisorientiert, reflektiert und offen) und Innovation (strategisch, nachhaltig und effektiv). Ihre Vision lautet „Menschen in Unternehmen zu befähigen, Aufgaben zu erledigen und Ziele zu erreichen, die eine Zusammenarbeit mit anderen erfordern.“

Für Rückfragen: Peter Dollack, Geschäftsführer, und Andreas Pabisch, Geschäftsführer

www.diewalnuss.at, Anfragen an office@diewalnuss.at, Tel.Nr. +43 1 58 109 90



Die Sinus-Milieus[®] in Österreich - jugendfokussiert (unter 30 J.)

Kurzcharakteristik

