

MANAGEMENT SUMMARY:

DER HOODIE-CHECK:

Erwartungen der Gen Z an den digitalen Arbeitsplatz 2024

Eine Online-Befragung von YouGov im Auftrag von HIRSCHTEC und Hailo

Für die Studie hat das Marktforschungsinstitut YouGov im Auftrag von HIRSCHTEC und Hailo 501 Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer (ohne Führungsverantwortung) im Alter von 18 bis 29 Jahren in Deutschland befragt. Die Kernergebnisse und Handlungsempfehlungen im Überblick:

Nur 35 Prozent der Gen Z finden passende Tools am digitalen Arbeitsplatz vor

Eine moderne, digitale Arbeitsumgebung spielt bei der Jobentscheidung heute eine zentrale Rolle. Dennoch findet nur etwas mehr als ein Drittel der Berufstätigen aus der Gen Z passende Tools und genug Möglichkeiten für digitale Kommunikation und Zusammenarbeit, Know-how-Transfer und Vernetzung auch wirklich an ihrem Arbeitsplatz wieder. 41 Prozent stimmen hier nur in Teilen zu und sieben Prozent gar nicht.

Flexible Arbeitszeiten und -modelle sind für die Gen Z am wichtigsten

Zudem wird deutlich: Dürftten sie sich ihr Arbeitsumfeld selbst gestalten, dann wäre für fast drei Viertel (71 Prozent) der 18- bis 29-Jährigen am wichtigsten, dass es flexible Arbeitszeiten und -modelle mitbringt. Für immerhin fast die Hälfte (48 Prozent) sind sinnstiftende und vielfältige Arbeitsaufgaben besonders relevant, gefolgt von einer strikten Trennung von Privat- und Berufsleben (32 Prozent).

Großteil der jungen Berufstätigen hält die generationenübergreifende Zusammenarbeit für gut

Positiv fällt die Bewertung der generationenübergreifenden Zusammenarbeit am digitalen Arbeitsplatz aus. 84 Prozent der 18- bis 29-Jährigen halten sie für gut, nur neun Prozent für schlecht. Die Zusammenarbeit und der Wissensaustausch zwischen älteren und jüngeren Kolleginnen und Kollegen scheint aus Sicht der Gen Z am Digital Workplace größtenteils bereits gut zu funktionieren.

Frauen und Männer bewerten ihr Arbeitsumfeld unterschiedlich

Während für 82 Prozent der jungen Frauen flexible Arbeitszeiten und -modelle sehr wichtig sind, sind es bei den Männern nur 62 Prozent. Deutlich wird auch: Wünscht sich bereits über ein Drittel (36 Prozent) der männlichen Befragten digitale Arbeitsumgebungen, die auf verschiedene Tätigkeitsbereiche und Rollen abgestimmt sind, so sind es bei den weiblichen nur 20 Prozent.

Weiter auf Seite 2.



Die Ergebnisse zeigen: Wunsch und Wirklichkeit am digitalen Arbeitsplatz stimmen noch längst nicht überein. Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer aus der Generation Z finden in ihren Unternehmen bisher meist noch nicht die moderne Arbeitsumgebung vor, in der sie leicht digital kommunizieren und zusammenarbeiten, sich vernetzen sowie Wissen austauschen können. Dies kann verhängnisvoll für Unternehmen werden, denn: Es sind genau die aktuell 18- bis 29-Jährigen, die in den nächsten Jahren und Jahrzehnten maßgeblich den Erfolg von Unternehmen prägen werden. Finden sie nicht die Arbeitsbedingungen vor, die sie brauchen, wird sich dies langfristig negativ auf die Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen auswirken.

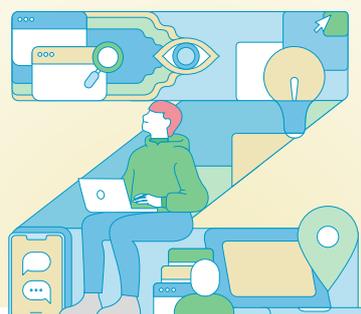
Um dem entgegenzuwirken, lassen sich folgende Handlungsempfehlungen für Arbeitgeber und Führungskräfte ableiten:

A Unternehmen, in denen aufgrund des Geschäftsmodells Remote-Arbeit generell möglich ist, sollten hybride Arbeitsmodelle langfristig etablieren, kontinuierlich an neue Gegebenheiten anpassen sowie gemeinsam mit den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern weiterentwickeln. Dabei empfiehlt es sich eine genaue Analyse der Arbeitsumgebung vorzunehmen, passende Räumlichkeiten, die auf hybrides Arbeiten ausgelegt sind, bereitzustellen, und nicht zu vergessen: sinnvolle Modelle und Formate für das hybride Arbeiten zu gestalten, die nicht einheitlich für alle vorgeschrieben, sondern team- und abteilungsspezifisch klar geregelt sind. Zudem sind 18- bis 29-Jährigen sinnstiftende, vielfältige Aufgaben besonders wichtig. Eine personalisierte, zielgerichtete digitale Kommunikation – wie wir sie bereits aus dem Privatleben dank Social Media und Co. kennen – ist hier auch im beruflichen Kontext hilfreich. So ist es z. B. über Social Intranets möglich, personalisierte Botschaften an Mitarbeitende der Generation Z zu versenden, sie mit für sie relevanten Inhalten zu versorgen, oder aber auch: Lob und Wertschätzung auszudrücken und aufzuzeigen, wie wichtig sie und ihre tägliche Arbeit für das Unternehmen sind. Das fördert Motivation und Engagement und gibt den jungen Mitarbeitenden das Gefühl, dass sie gesehen werden.

B Bezüglich passender Tools und ausreichend Möglichkeiten für digitale Kommunikation und Zusammenarbeit gibt es noch Nachholbedarf in Unternehmen. Es braucht daher eine Workplace-Strategie, die Vision, Tools sowie Budget und Ressourcen gleichermaßen im Blick behält. Oft gibt es in Unternehmen zwar bereits zig digitale Tools, aber das „Big Picture“ für den Digital Workplace fehlt, oder es existiert eine Vision für den Digital Workplace, aber die passenden digitalen Instrumente fehlen, weil es z. B. an Budget und Ressourcen mangelt. Hinzukommt: Unternehmen sollten ihre Tool-Landschaft stets klar sortieren und auf die wichtigsten Kerninstrumente reduzieren. Auch sollte den Mitarbeitenden mit Hilfe von zielgerichteten Kommunikations- und Change-Maßnahmen sinnvoll und nachhaltig vermittelt werden, welches Tool genau für welchen Anwendungsfall zu nutzen ist, um Verwirrungen zu vermeiden.

Darüber hinaus sollten Unternehmen, die – gerade auch in der IT – oft über zu wenig interne Ressourcen verfügen, in Erwägung ziehen, den Betrieb des digitalen Arbeitsplatzes an einen Managed Service Provider auszulagern. So zahlen sie nur für das, was sie auch tatsächlich nutzen, müssen sich nicht darum kümmern, dass der Digital Workplace aktuell bleibt, und schonen ihre Ressourcen bei gleichzeitiger Steigerung der Produktivität. Vernetzung und Know-how-Transfer lassen sich wiederum gut über Kommunikations- oder Kollaborations-Tools fördern, indem z. B. in regelmäßigem Turnus kurze Online-Sessions von Mitarbeitenden für Mitarbeitende durchgeführt werden. In diesen können Best Practices präsentiert, neue Methoden vorgestellt oder strategische Themen erläutert werden. Weiter unterstützen virtuelle Communitys zu bestimmten Themen/Interessensgebieten den internen Wissensaustausch.

Weiter auf Seite 3.



C Auch wenn die generationenübergreifende Zusammenarbeit am Digital Workplace laut Einschätzung der 18- bis 29-Jährigen oft bereits gut funktioniert, sollten Arbeitgeber diese auch (weiterhin) aktiv fördern. So sorgen sie dafür, dass wertvolles Wissen auch dann noch in der Organisation verbleibt, wenn ältere Berufstätige in Rente gehen. Das heißt: Führungskräfte sollten die generationenübergreifende Zusammenarbeit vorleben und es sollte im Unternehmen eine Kultur der Transparenz und Offenheit praktiziert werden – sprich, weg vom Silodenken hin zum Wissenteilen. Darüber hinaus braucht es, da Wissen auch digital konsumiert und konserviert wird, eine digitale Befähigung über alle Altersklassen hinweg. Virtuelle Hilfe-Communitys, Buddy-Konzepte oder aber auch Lunch & Learn-Formate sowie Schulungen und Trainings sind besonders wertvoll, wenn es darum geht, dass digital affine Mitarbeitende die weniger digital versierten unterstützen.

D Jungen Frauen sind flexible Arbeitszeiten und -modelle noch einmal deutlich wichtiger als 18- bis 29-jährigen Männern. Für Arbeitgeber bedeutet das: Sie sollten noch stärker die jeweiligen Lebenssituationen von Frauen berücksichtigen und Angebote schaffen, die ihnen möglichst viel Flexibilität und Freiraum bieten und die es Frauen ermöglichen, Beruf und Privatleben gut miteinander zu vereinbaren. Entwickeln Arbeitgeber diese nicht, können sie für Frauen unattraktiv werden, was sich negativ auf den Unternehmenserfolg auswirkt. Denn für diesen braucht es männliche und weibliche Kompetenzen gleichermaßen.

Fazit: Wer als Unternehmen attraktiv für junge Talente sein will, der muss ihnen genau die moderne, digitale und flexible Arbeitsumgebung bieten, die sie brauchen. Er muss gleichzeitig aber auch dafür sorgen, dass – bei Ausscheiden der „Babyboomer“ aus dem Arbeitsleben – wertvolles Wissen weiterhin in der Organisation verbleibt. Der Digital Workplace mit einem Social Intranet als zentralem Element wird somit unverzichtbar für Unternehmen. Sein Erfolg wiederum steht und fällt mit der Strategie, die hinter ihm steckt – und mit der Akzeptanz, die er bei den Mitarbeitenden erfährt. Denn klar ist: Technologie ist wichtig. Entscheidend sind aber immer noch die Menschen.

Die verwendeten Daten beruhen auf einer Online-Umfrage der YouGov Deutschland GmbH, an der 501 Personen zwischen dem 22.03. und 05.04.2024 teilnahmen.

