

Pressemitteilung

International School of Management (ISM)

Daniel Lichtenstein

03.05.2017

<http://idw-online.de/de/news673906>

Forschungsergebnisse, Forschungsprojekte
fachunabhängig
überregional

Absolventen haben Lust auf New Work – zumindest ein bisschen²

Sie wollen Familie und einen großen Freundeskreis haben, im zweiten Schritt aber auch Erfolg im Job haben und Karriere machen: Für 81 Prozent von Deutschlands Absolventen stehen Familie und Freunde an erster Stelle, Erfolg und Karriere folgen auf Platz zwei mit 54 Prozent. Das zeigt eine neue Absolventenstudie des Kienbaum Instituts @ ISM für Leadership & Transformation. Reich zu werden, halten hingegen nur neun Prozent der Absolventen für ein erstrebenswertes Ziel. Und nur drei Prozent wollen das Leben richtig genießen und wünschen sich Zeit und Geld für Genuss und Konsum.

Die Absolventenstudie 2015 des Kienbaum Instituts @ ISM für Leadership & Transformation zeigte bereits, dass die Generation Y nicht als eine homogene Gruppe gesehen werden kann und unterschiedliche Ansichten zur Karrieremotivation hat. Die Absolventenstudie 2017, bei der 270 Hochschulabsolventen erneut befragt wurden, baut auf den gewonnenen Erkenntnissen auf und leitet daraus Merkmale zur Karriereorientierung der Generation Y ab.

Erneut sind Familie, Beziehung und Freunde die wichtigsten Werte im Leben von Absolventen der Generation Y. Im Vergleich zur ersten Studie konnten sie noch mal einen Zuwachs von über zehn Prozent erfahren. „Deutschlands Absolventen scheinen wie geschaffen für das zu sein, was wir als New Work, also als selbstbestimmtes Arbeiten, bezeichnen“, sagt Walter Jochmann, Geschäftsführer des Kienbaum Instituts @ ISM. „Um ihrem Wunsch nach Work-Life-Balance zu entsprechen, müssen Unternehmen radikal umdenken, wie sie ihre Arbeitsbedingungen gestalten – zum Beispiel mit flexiblen Arbeitsformen, was die Arbeitszeit und den Arbeitsort angeht.“

Ein Job mit viel Verantwortung und Freiraum – nein danke!

Bei der Arbeitgeberwahl legen rund 60 Prozent der befragten Studierenden jeweils Wert auf eine kollegiale Arbeitsatmosphäre, eine gute Work-Life-Balance und attraktive Karrieremöglichkeiten. Allerdings haben in ihren Augen andere Faktoren, die ebenfalls typisch für New Work sind, nur eine geringe Relevanz: 18 Prozent wünschen sich einen Job in einem Unternehmen mit flachen Hierarchien, 16 Prozent wollen viel Handlungsspielraum haben und nur zwölf Prozent finden es wichtig, dass sie einen Chef haben, der gut führen kann. „Es gibt zwei Seiten von New Work: einerseits ein hohes Maß an Flexibilität, attraktive Benefits und eine inspirierende Arbeitsumgebung, auf der anderen Seite flache Hierarchien, viel Freiraum und Chefs, die auf Augenhöhe führen und mehr Coach sind als der Boss, der nach dem Prinzip Befehl und Gehorsam arbeitet“, sagt Stefan Diestel, Akademischer Leiter des Kienbaum Instituts @ ISM und Psychologie-Professor an der International School of Management.

„Die aktuelle Absolventengeneration scheint die Vorzüge von New Work mitnehmen zu wollen, ein Job mit viel Eigenverantwortung und Freiraum ist ihnen aber dann doch nicht ganz geheuer. Der Haken: Das eine funktioniert ohne das andere nicht.“

Start-up-Hype, aber nicht beim Jobeinstieg

Auch bei der Größe des Unternehmens setzen die Absolventen auf Bewährtes und auf Sicherheit: Kaum ein Absolvent kann sich vorstellen, seine berufliche Laufbahn in einem Start-up zu beginnen; nur sechs Prozent wollen dort ihren

ersten Job antreten. Ein Drittel bevorzugt die Sicherheit eines Konzerns und 22 Prozent möchten bei einem Mittelständler oder einem inhabergeführten Unternehmen arbeiten. „Viele Absolventen fühlen sich zwar angesprochen von der lockeren und offenen Kultur von Start-ups. Wenn es aber darum geht, tatsächlich dort zu arbeiten, winken die meisten ab. Auch Mittelständler haben gegenüber Konzernen klar das Nachsehen bei den Präferenzen der Generation“, so Frank Stein, Doktorand am Institut und inhaltlich für die Absolventenstudie verantwortlich.

Absolventen wollen in der Nähe arbeiten

Die Mehrheit der deutschen Absolventen möchte in der Nähe ihres aktuellen Wohnorts arbeiten: 50 Prozent der Befragten wollen für ihren künftigen Arbeitsplatz nicht umziehen. Und 36 Prozent ist es wichtig, dass ihr Arbeitgeber seinen Sitz in einem Ballungsgebiet hat. „Diese Präferenzen machen es gerade für Hidden Champions in der Provinz schwierig, die besten Köpfe für sich zu gewinnen. Umso wichtiger ist es für sie in ein professionelles Employer Branding zu investieren, um im Wettbewerb mit Konzernen mit starken Produktmarken in den Metropolen mithalten zu können“, sagt Stein.

Wie sich Arbeitgeber auf die Generation Y einstellen können

Die Absolventenstudie 2017 bestätigt einmal mehr, dass die Generation Y kein homogenes Konzept ist, sondern sich in ihrer Denkweise und Karrieremotivation voneinander unterscheidet. Daher sollten Arbeitgeber differenzierte Aussagen über ihre Leistungen und Inhalte parat haben. Das Unternehmen sollte sich Gedanken machen, welche Absolventen zu ihnen passen und welche Bestandteile ihres Angebots sie ihnen gegenüber hervorheben möchten.

Hintergrund:

Das Kienbaum Institut@ISM für Leadership & Transformation ist ein innovatives Forschungszentrum und Think Tank für Problemlösungen aktueller und zukünftiger unternehmerischer Herausforderungen im Personalmanagement. Es vereint die wissenschaftlichen Kompetenzen der International School of Management (ISM) mit fundiertem Know-how und langjährigen Erfahrungen des internationalen Beratungsunternehmens Kienbaum. Ziel des Instituts ist es, innovative und praxisrelevante Lösungen insbesondere für die strategischen Themenfelder Leadership, Transformation und Change Management, Demografie sowie Human Resources zu entwickeln.

Pressekontakt:

Daniel Lichtenstein
Leiter Marketing & Communications
ISM International School of Management GmbH
Otto-Hahn-Str. 19
44227 Dortmund
tel.: 0231.97 51 39-31
fax: 0231.97 51 39-39
email: daniel.lichtenstein@ism.de

URL zur Pressemitteilung: <http://www.ism.de>

URL zur Pressemitteilung: <http://www.kienbauminstitut-ism.de>