

Arbeitgeberattraktivität. Jobsicherheit, zeitliche Flexibilität und Purpose sind wichtige nicht finanzielle Aspekte, die Unternehmen für von 1998 bis 2012 Geborene interessant machen.

VON MICHAEL KÖTTRITSCH

Jobsicherheit könnte man so verstehen: Der Arbeitgeber, für den man sich als Arbeitnehmer entscheidet, bleibt über Jahrzehnte im Geschäft, der Job, den man einmal angenommen hat, ebenso. Das ist ein sehr hoher, aber ein nicht unerfüllbarer Anspruch.

Für die Generation Z, das sind Personen der Geburtsjahrgänge 1998 bis 2012, ist Jobsicherheit der wichtigste nicht finanzielle Aspekt, wenn es um das Thema Arbeitgeberattraktivität geht. Das fanden New-Work-Experte Michael Bartz, Professor an der IMC Fachhochschule Krems, und Georg Mayer, Employer-Branding-Spezialist und Projektleiter im ÖBB-Job-Shop, heraus. Sie befragten kürzlich 501 Personen aus der Generation Z. So weit, so wenig überraschend, denn die Bedeutung der Jobsicherheit ist seit Längerem evident.

Auf die Branche kommt es an

Überraschend hingegen war, was die Generation Z unter Jobsicherheit versteht. „Das ‚Hier kann ich alt werden bis zur Rente‘ ist kein Thema mehr“, sagt Bartz. Jobsicherheit werde so interpretiert, dass die gewählte Branche zukunftssicher ist, und zwar so, dass man „ein Leben lang mit meiner Ausbildung und Ausrichtung Erfolg habe und immer einen Job finde – ohne früher oder später umschulen zu müssen“. Die Investition in eine Ausbildung soll belohnt werden (lebenslanges Lernen sind für diese Generation eine Selbstverständlichkeit), ein Neustart auf einem anderen Gebiet soll einem erspart bleiben. Jobsicherheit werde auch so verstanden, sagt Mayer, dass Arbeitgeber zu den Arbeitnehmern stehen, auch wenn sie eine (berufsbegleitende) Weiterbildung absolvieren oder vorübergehend weniger arbeiten oder pausieren.

Bartz merkt nebenbei an, dass die Generation Z die erste sei, in der das Bologna-System greife: Viele steigen nach dem Bachelorstudium in das Arbeitsleben ein, ein Masterstudium folgt oft erst später, wenn bereits etwas Berufserfahrung erworben werden konnte.

Dieses Verständnis von Jobsicherheit steht der Wechselbereitschaft nicht im Weg: Gewechselt wird dabei eben innerhalb der Branche.

Als zweitwichtigsten nicht finanziellen Aspekt reihten die Befragten

die Möglichkeit, zeitlich flexibel arbeiten zu können. Homeoffice mit flexibler Arbeitszeit ist in den Jobs, in denen es machbar ist, eine Grunderwartung. Bei zeitlicher Flexibilität geht es der Generation Z nicht so sehr um eine Vier-Tage-Woche oder ein Teilzeitangebot, sondern um die Möglichkeit, phasenweise die Arbeitsstunden hinunter- und auch wieder hinauffahren zu können.

Für Unternehmen ist diese Erwartung zwar administrativ enorm aufwendig, aber machbar. Einige wenige bieten dennoch eine quartalsweise Änderungsmöglichkeit des Stundenausmaßes an.

Zeitliche Flexibilität wird von den Befragten aber auch so verstanden, dass für Mehr- und Überstunden Zeitausgleich konsumiert wird, statt sich auf Überstundenpauschalen einzulassen – das sei, sagt Bartz, eine

Lehre dieser Generation aus der Beobachtung ihrer Eltern. Dahinter steht die Erwartung, dass es möglich sein muss, Karriere zu machen: mit Zeitaufzeichnung statt wie lange Zeit üblich mit einem All-in-Vertrag.

“

Unternehmen sollten darüber nachdenken, sich als purpose-driven Organisation auf dem Arbeitsmarkt zu positionieren.

Michael Bartz

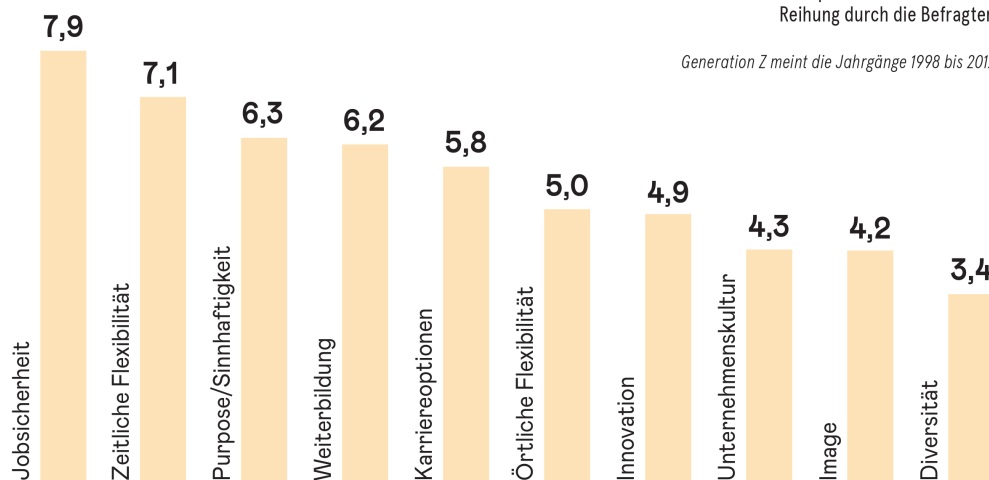
denen es für die Betroffenen existenziell wichtig ist. Ebenso Energieversorger, die für Stabilität des Alltags sorgen, oder die Polizei, die die Gesellschaft schützt.

Jobsicherheit, wie die Generation Z sie versteht

So sieht die Generation Z die Arbeitgeberattraktivität

Studie zu den nicht-finanziellen Aspekten der Arbeitswelt, Reihung durch die Befragten

Generation Z meint die Jahrgänge 1998 bis 2012



Quelle: Michael Bartz/Georg Mayer, IMC Fachhochschule Krems (501 Befragte) - Grafik: „Die Presse“ - PW

„Unternehmen“, sagt Bartz, sollten dieses Verständnis ernst nehmen und „darüber nachdenken, sich als purpose-driven Organisation auf dem Arbeitsmarkt zu positionieren“. Im Zusammenhang mit Purpose stellten Bartz und Mayer fest, dass die Bedeutung für alle Befragten vergleichsweise sehr hoch sei. „Purpose ist also kein Luxusthema für Haushalte mit höherem Einkommen und Personen mit höherem Bildungsgrad. Das verstärkt nochmals: Unternehmensinvestitionen in das Thema Purpose zahlen sich aus.“

LEXIKON

Die Generation Z meint die Geburtsjahrgänge von 1998 bis 2012. Auf sie folgt die Generation Alpha (2013–2025). Vor der Generation Z wurden die Generation Y (1981–1997), Generation X (1965–1980), Generation Boomer (1946–1964) und Generation Silent (1928–1945) geboren. (Es gibt keine vollkommen einheitliche Definition, die Jahreszahlen variieren in unterschiedlichen Publikationen leicht.)