

Gen Z im Realitätscheck

Was passiert mit ihren Erwartungen an die Arbeitswelt, wenn Wahlfreiheit auf Knappheit trifft?

Über Jahre war die Geschichte klar: Die Gen Z galt als Generation der Ansprüche. Sie konnte wählen, Arbeitgeber mussten überzeugen. Gute Arbeitsbedingungen, Flexibilität, Sinn, Work-Life-Balance und Mitsprache wurden zum neuen Standard.

Doch die Rahmenbedingungen haben sich verändert. Der Arbeitsmarkt hat sich abgekühlt. In vielen Branchen wird Personal abgebaut, offene Stellen werden zurückhaltender besetzt und gerade Berufseinsteiger spüren den Druck besonders deutlich. Gleichzeitig berichten junge Menschen selbst von wachsender Unsicherheit hinsichtlich ihrer beruflichen Chancen. Auch die Wechselbereitschaft sinkt.

Damit stellt sich eine neue Frage, aber nicht mehr: Was will die Gen Z?

Sondern: Was passiert mit einer Generation, die mit dem Versprechen von Wahlfreiheit aufgewachsen ist und nun erstmals Knappheit erlebt?

Vielleicht gibt die Gen Z ihre Vorstellungen von guter Arbeit gar nicht auf. Vielleicht reagiert sie einfach anders. Sie könnte vorsichtiger werden, sicherheitsorientierter, pragmatischer. Vielleicht bleibt sie länger bei einem Arbeitgeber. Vielleicht nimmt sie Stellen an, die sie vor einigen Jahren noch abgelehnt hätte. Vielleicht verschiebt sie persönliche Erwartungen zugunsten beruflicher Sicherheit.

Genauso denkbar ist jedoch das Gegenteil: Dass junge Menschen ihre Werte behalten, aber ihre Strategien verändern. Sie suchen gezielter nach Arbeitgebern, die zu ihnen passen, investieren stärker in Weiterbildung oder entwickeln neue Wege, berufliche Sicherheit zu schaffen.

Die zentrale Frage lautet deshalb:

Wie verändert eine unsicherere Arbeitswelt die Haltung einer Generation und nicht nur ihr Verhalten?

Zur wirtschaftlichen Unsicherheit kommt eine zweite Entwicklung:

Künstliche Intelligenz übernimmt zunehmend genau jene Aufgaben, über die viele Berufseinsteiger bislang gelernt haben: Recherchieren, strukturieren, zusammenfassen, analysieren, erste Präsentationen erstellen oder Konzepte vorbereiten.

Dadurch entsteht eine neue Herausforderung. Es geht nicht nur darum, ob weniger Einstiegspositionen verfügbar sind. Es geht auch darum, wie junge Menschen überhaupt noch Berufserfahrung sammeln können, wenn die klassischen Lernaufgaben zunehmend automatisiert werden.

Und es entsteht eine weitere Frage: Was passiert mit den Fachkräften von morgen, wenn die Tätigkeiten verschwinden, an denen Berufsanfänger heute lernen?

Ein neues Machtverhältnis?

Lange Zeit standen Unternehmen unter Druck, junge Talente zu gewinnen und zu halten.

Nun erleben viele Führungskräfte erstmals wieder einen Arbeitsmarkt, auf dem Arbeitgeber mehr Auswahl haben. Entsteht dadurch eine Rückkehr zu alten Verhältnissen? Halten Unternehmen an den Veränderungen der vergangenen Jahre fest? Oder gewinnen traditionelle Führungsmodelle wieder an Bedeutung?

Und wie erleben junge Beschäftigte diese Entwicklung? Als notwendige Anpassung? Als Realitätsschock? Oder als Bruch mit den Versprechen, die ihnen über Jahre vermittelt wurden?



Die eigentliche Forschungsfrage

Die Gen Z steht möglicherweise nicht vor einem Generationenkonflikt, sondern vor einer Erfahrung, die viele von ihr bislang nicht machen mussten: dem Umgang mit Unsicherheit, Konkurrenz und begrenzten Möglichkeiten. Ihre Vorstellungen von guter Arbeit verschwinden nicht automatisch. Aber sie treffen auf eine Realität, die andere Antworten verlangt als noch vor wenigen Jahren.

Was macht es mit einer Generation, wenn ihr lange vermittelt wurde, sie könne wählen und sie plötzlich wieder lernen muss zu verzichten, abzuwarten oder Kompromisse einzugehen? Und: Verändert das nur ihr Verhalten oder verändert es ihr Bild von Arbeit grundsätzlich?

Unsere bisherige Studie hat ausführlich untersucht, mit welchen Erwartungen die Gen Z in die Arbeitswelt eintritt und wie Unternehmen darauf reagieren. Dieses Mindset ist nicht verschwunden. Verändert haben sich jedoch die Rahmenbedingungen: Aus einem Arbeitsmarkt mit großer Wahlfreiheit ist in vielen Bereichen ein Markt mit mehr Unsicherheit, Konkurrenz und begrenzteren Möglichkeiten geworden. Wir untersuchen deshalb nicht noch einmal, was die Gen Z will, sondern was aus ihren Erwartungen wird, wenn sich die Machtverhältnisse verändern.

Ihre Ansprechpartnerin zur Studie:

Nicole Hanisch
Geschäftsführerin
innerSense research
+49-221-717 948 00
hanisch@innersense-research.com