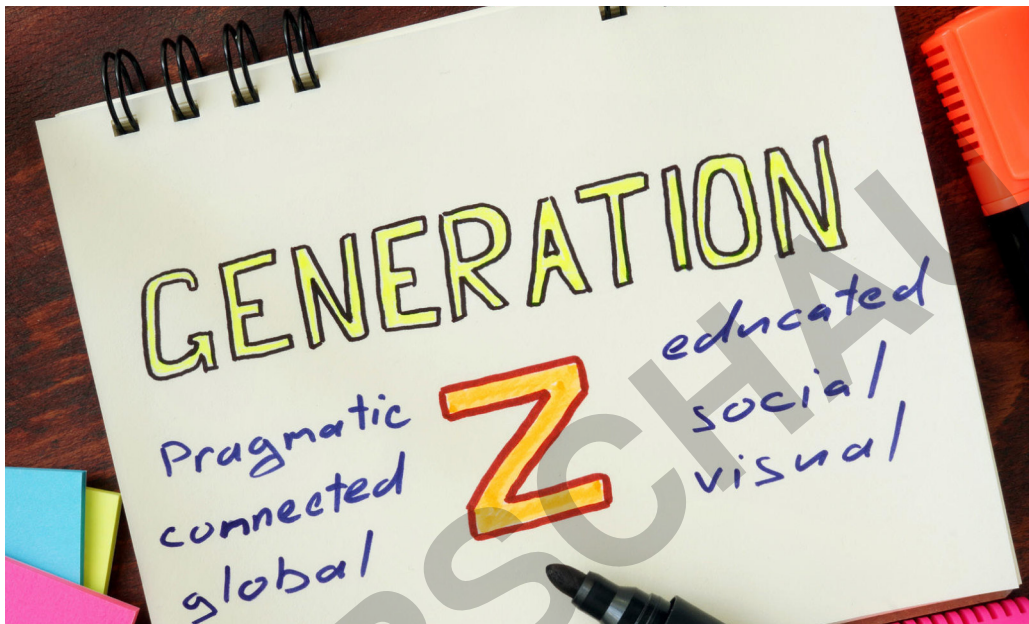


II.56

Schriftlich kommunizieren in Beruf und Alltag

Generation Z und die Arbeitswelt – Übungen zum Textverstehen und Schreiben

Dr. Christine Koch-Hallas



© RAABE 2023

© designer491 / iStock / Getty Images Plus

Vor allem in der Berufswelt sorgt die Generation Z für Wirbel. Die um die Jahrtausendwende Geborenen haben ein eigenes Verständnis von Arbeit und Freizeit und verbringen einen großen Teil ihres Lebens digital – schließlich sind sie in die digitale Welt hinein geboren. In dieser Unterrichtseinheit befassen sich die Lernenden mit den Merkmalen, Eigenschaften und Werten der Generation Z und setzen sich mit deren Freizeitgestaltung und Mediennutzung auseinander. Darüber hinaus erörtern sie deren Ansprüche an die Arbeitswelt und spielen mögliche Generationenkonflikte durch. Als spielerische Lernerfolgskontrolle dient ein Rätsel.

KOMPETENZPROFIL



Dauer:	2–4 Unterrichtsstunden + LEK
Kompetenzen:	1. Leseverstehen: Merkmale und Eigenschaften der Generation Z definieren, Text zur Bedeutung von Beruf und Karriere erschließen, Unterschiede zu anderen Generationen herausarbeiten; 2. Schreiben: Texte anspruchsvoller formulieren
Thematische Bereiche:	Generation Z, Digital Natives 2.0, soziale Netzwerke, Arbeitswelt, Generationenunterschiede und -konflikte
Material:	LearningApps, Lückentext, Kreuzworträtsel

Auf einen Blick

1. Stunde

- Thema:** Die Generation Z – Was macht sie aus?
- M 1** **Die Generation Z – Faul, arbeitsscheu und onlinesüchtig?** / Stellung zu Vorurteilen beziehen (PA)
- M 2** **Wie tickt die Generation Z? – Merkmale und Eigenschaften** / einen Lückentext ergänzen; eigene Merkmale verfassen (EA)
- M 3** **Freiheit, Gesundheit, Familie – Die Werte der jungen Deutschen** / eine Geschichte anhand von Bildern schreiben; einen Gruppenvortrag halten (EA, GA)
- Benötigt:** Smartphone/Tablet/PC, Karteikarten, verschiedenfarbige Filzstifte, Pinnwand, Pinnnägeln in ausreichender Menge, kleine, verschiedenfarbige Bewertungspunkte



2. Stunde

- Thema:** Die Generation Z – Digital Natives 2.0
- M 4** **Digital, social, mobile – Freizeitgestaltung und Mediennutzung** / aus Einzelsätzen eine interessante Geschichte formulieren (EA, GA)
- M 5** **Heute schon „gesnapt“? – Die sozialen Netzwerke und ihre Gefahren** / einen Text zusammenfassen; negative Folgen diskutieren (EA)
- M 6** **Kaufen „on demand“ – Die Generation Z als Konsument** / eine Zuordnungsaufgabe lösen (EA, PA)
- Benötigt:** Smartphone/Tablet/PC



3. Stunde

- Thema:** Beruf und Karriere – Die Generation Z in der Arbeitswelt
- M 7** **Erst das Vergnügen, dann die Arbeit – Eine Generation ohne Arbeitsmoral?** / ein Schreibgespräch durchführen (EA, GA)
- M 8** **Die Digital Natives 2.0 als Beschäftigte gewinnen – Schwierig, aber nicht unmöglich** / einen Text zusammenfassen (EA, PA)
- M 9** **Die Azubis der Generation Z – Was wird von der Ausbildung erwartet?** / eine Karikatur analysieren (EA)
- Benötigt:** Smartphone/Tablet/PC, DIN A1 Blätter, Filzstifte

Die Generation Z – Faul, arbeitsscheu und onlinesüchtig?

M 1



Die Generation Z ist verwöhnt, daddelt ständig am Smartphone und stellt zu hohe Ansprüche an den Arbeitsplatz. Arbeitgebende halten einen Großteil dieser Generation für unmotiviert, nicht leistungsbereit und kaum belastbar. Mit diesen und anderen Vorurteilen sehen sich die Jugendlichen und jungen Erwachsenen heute konfrontiert. Doch entsprechen sie auch der Realität?

Paul Kolb, 49 Jahre, Ausbilder in einem Handwerksbetrieb:

„Den Jugendlichen fehlt es an Motivation, Leistungsbereitschaft und Belastbarkeit. Deshalb bleiben auch so viele Ausbildungsplätze unbesetzt. Außerdem haben sie unrealistische Berufswünsche wie Influencer oder Model.“

Frank Schultheiß, 38 Jahre, Gründer eines Start-Up-Unternehmens:

„Ich stelle keine jungen Leute mehr ein. Die Erfahrung hat gezeigt, dass sie zum Teil schon im Vorstellungsgespräch eine Wunschliste vorlegen und beispielsweise fordern, Montag und Freitag nachmittags freizuhaben, um ins ‚Gym‘ gehen zu können.“

Karin Mayer, 67 Jahre, Rentnerin:

„Die Jugendlichen und jungen Erwachsenen haben überhaupt kein Interesse mehr an Politik und an dem, was außen herum um sie passiert. Stattdessen hängen sie nur am Smartphone und daddeln.“

Klaus Laake, 45 Jahre, ehrenamtlicher Handballtrainer:

„Bei den Jugendlichen von heute sind Follower-Zahlen wichtiger als ein gutes Gespräch und Videos auf *TikTok* haben klaren Vorrang gegenüber dem Lesen seriöser Zeitungsartikel.“

Petra Wüst, 52 Jahre, Restaurantbesitzerin:

„Die jungen Leute wollen heute so wenig wie möglich arbeiten. Sie hätten am liebsten eine Zwei-Tage-Woche. Sie haben absolut keine Ahnung, was harte Arbeit tatsächlich bedeutet, und pfeifen auf Fleiß und Leistung. Statt sich die Füße wund zu laufen ist „chillen“ ihre Devise.“

© RAABE 2023

Aufgaben

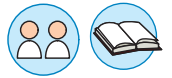
1. Lesen Sie die Aussagen in den Sprechblasen.
2. Überlegen Sie gemeinsam mit Ihrem Gegenüber, was Sie den einzelnen Personen antworten würden.
3. Erläutern Sie, in welchen Situationen Sie selbst schon einmal mit solchen Vorurteilen konfrontiert waren.



Die Digital Natives 2.0 als Beschäftigte gewinnen – Schwierig, aber nicht unmöglich

M 8

In Deutschland herrscht zunehmender Fachkräftemangel, was der jungen Generation eine größere Auswahl an zukünftigen Arbeitgebern ermöglicht. Was müssen Unternehmen tun, um neue Mitarbeitende oder Auszubildende der Generation Z zu gewinnen?



Immer mehr (Ausbildungs-)Stellen in Deutschland bleiben unbesetzt. War lange Zeit die mangelhafte Qualifikation der Bewerbenden der Hauptgrund, fehlen jetzt die Menschen, die Arbeit oder eine Ausbildung suchen. Nicht genug Personal bedeutet weniger Umsatz. Daher tun Unternehmen viel, um junge Menschen zu gewinnen. Diese wiederum wissen, dass sie hohe Ansprüche haben können, denn sie sind wenige und die Zukunft der Gesellschaft.

Da die Digital Natives 2.0 in sozialen Netzwerken leben, ist es schwierig, ihre Aufmerksamkeit außerhalb von *WhatsApp*, *Instagram* und *Twitter* zu erreichen, weshalb die Firmen mehr tun müssen, um sie anzusprechen und zu halten. Junge Menschen der Generation Z wechseln häufiger den Job als andere Generationen, was an ihrer oftmals mangelnden Bindung zum Unternehmen liegt. Umso wichtiger ist es, sie anderweitig zu motivieren als mit Homeoffice und karrierefördernde Maßnahmen. Vielmehr müssen sich die Firmen auf die steigenden Anforderungen der jungen Generation im Bereich Technologie und Digitalisierung einstellen, um ihre Wünsche nach Vernetzung und Zusammenarbeit zu befriedigen und die Vorteile der Nutzung digitaler Technologien erkennen. Auch können finanzielle Sicherheit, gute Entwicklungsmöglichkeiten, interessante Projekte und ergebnisorientierte Führung helfen, hohe Wechselraten zu vermeiden. So lässt Daimler Azubis mit *Snapchat* und Tablets arbeiten, bei Deloitte können Unternehmensberaterinnen und -berater in Teilzeit arbeiten, während Lufthansa in ihrem Traineeprogramm anbietet, bei sozialen Projekten in Schwellenländern mitzumachen, an innovativen Ideen zu arbeiten oder ins Silicon Valley zu fliegen.

Da der Generation Z Umwelt- und Klimaschutz am Herzen liegt, sollten sich Firmen zudem fragen, inwieweit sie sich dafür engagieren und wie die jungen Beschäftigten ihren Teil dazu beitragen können. Diese Werte zu kommunizieren und in die Tat umzusetzen, macht ein Unternehmen für die junge Generation attraktiver, ebenso wie Konzepte, um Familie und Job vereinbaren zu können.

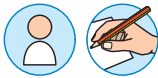
Darüber hinaus müssen Unternehmen ihre Führungsmuster überdenken, wenn die Generation Z für leitende Positionen begeistert werden soll. Ein wichtiger Grund, warum Führungspositionen nicht attraktiv sind, ist die damit verbundene fehlende Zeit für Familie und Freunde. Die Firmen sollten dies berücksichtigen und flexible Aufstiegsmöglichkeiten mit viel Freiraum bieten, wie geteilte Führungspositionen für mehr Flexibilität, flachere Hierarchien oder dezentrale Teams.

Autorentext

Aufgaben

1. Lesen Sie den Text.
2. Sammeln Sie in Partnerarbeit Stichpunkte, was Arbeitgebende tun können, um die Generation Z als Arbeitskraft zu gewinnen und sie im Unternehmen zu halten.
3. Ein Inhaber einer Versicherungsagentur schickt seine Beschäftigten nach der Probezeit in einen fünftägigen Kurzurlaub. Wohin, das können sie sich aussuchen. Bewerten sie diese Aktion. Fühlen Sie sich davon angesprochen? Begründen Sie.
4. Erläutern Sie, was Sie motivieren würde, in ein Unternehmen einzusteigen.

M 9 Die Azubis der Generation Z – Was wird von der Ausbildung erwartet?



Der richtige Umgang mit der Generation Z ist für viele Betriebe eine große Herausforderung. Feedback, Sicherheit, Anreize und Wertschätzung sind den Auszubildenden wichtig. Das müssen auch Ausbilderinnen und Ausbilder beachten, wenn sie ihre Azubis erfolgreich zu neuen Mitarbeitenden ausbilden wollen.



© Greser & Lenz

© RAABE 2023

Die Generation Z betritt die Arbeitswelt.

Situation:

Nils ist 21 Jahre alt und auf der Suche nach einem Arbeitsplatz, nachdem er gerade seine Ausbildung als Industriekaufmann abgeschlossen hat. Er hat sich bereits bei einige Unternehmen online beworben und ist nun von einem Arbeitgeber zum Vorstellungsgespräch eingeladen worden. Zu Hause notiert er sich einige Stichworte, die ihm bei seinem neuen Arbeitsplatz wichtig sind:

Technologie – Eigenverantwortlichkeit – Flexibilität – Sicherheit – Feedback – Freizeit –
Wertschätzung

Aber wie formuliert er das am besten im Bewerbungsgespräch? Können Sie ihm helfen?

Aufgaben

1. Beschreiben Sie die Karikatur.
2. Erläutern Sie die Intention des Zeichners.
3. Formulieren Sie Sätze mit den obigen Stichworten, die Nils helfen, seine Wünsche gegenüber dem Arbeitgeber deutlich zu machen.

Zusatzaufgabe: Erstellen Sie in der Funktion als Arbeitgeberin oder Arbeitgeber einen Werbetext, um die junge Generation als Beschäftigte anzusprechen und zu gewinnen.

