



# So denkt und tickt die Jugend *heute* – ein Update 2022

Impulsvortrag | Klagenfurt, 23.09.2022 | Sabine Sawczynski



# Ein kurzer Überblick

## **Kurz-Inputs** (*Backstage-Know-How & aktuelle Zahlen*)

- Wie geht es unserer Jugend... Zahlen, Daten, Fakten
- Lebenszeit & Lebensphase... Die Suche nach Orientierung, in einer Welt die Kopf steht
- Lebensumfeld & Selbstverständnis... Prägung und Einstellungen
- Andockmöglichkeiten & Handlungsempfehlungen... für ein gutes Miteinander



# Wie geht es unserer Jugend heute?

## Zahlen, Daten, Fakten

Online-Jugendstudie 10.03.- 03.04.2022 / Ö3, ORF Public Value & Sozialforschungsinstitut Sora  
Die Presse, 01.09.2022, Esther Reiserer / Trendstudie des Marketagent Forschungsinstituts

## Zukunftsängste senken die Motivation zu arbeiten!

*„Sorge über die aktuellen Entwicklungen – sowie Angst vor Armut und der Zukunft – hinterlassen ihre Spuren...“* (Doris Palz, CEO „Great Place to Work Österreich“)

- Jeder dritte Jugendlichen ist mit dem eigenen Leben unzufrieden
- 40% sind mit ihre beruflichen Chance „teils bis sehr unzufrieden“
- 69% sind überzeugt, dass die Qualität der Ausbildung gelitten hat und ihnen dieser Qualitätsverlust nachhaltig schaden wird
- 50% der Jugendlichen fühlen sich psychisch eher bis sehr belastet

Das alles schlägt sich massiv auf die Leistungsfähigkeit und auf die Leistungsbereitschaft nieder.



# Wie geht es unserer Jugend heute?

## Zahlen, Daten, Fakten

Online-Jugendstudie 10.03.- 03.04.2022 / Ö3, ORF Public Value & Sozialforschungsinstitut Sora  
Die Presse, 01.09.2022, Esther Reiserer / Trendstudie des Marketagent Forschungsinstituts

## Gutes Einkommen erhält wieder oberste Priorität!

*„Faire Gehaltsangebote, eine sinnvolle Tätigkeiten und eine vertrauensvolle Unternehmenskultur stehen hoch im Kurs...“* (Johannes Kopf, AMS Vorstand)

- Für 48% der Jugendlichen steht gute Bezahlung an erster Stelle
- 45% wollen einen Job finden, der Freude macht und sehen darin „den größten Sinn des Lebens“
- 71% sehen sich als die Generation, die den Corona-Schuldenberg abtragen wird müssen
- Rund 60% verabschieden sich von dem Vorsatz einer größere oder gar eigene Wohnung
- 50% bzw. 60% stehen dem Entschluss zu eigenen Kindern sehr kritisch gegenüber

*„Es geht darum, die Motive der jungen Menschen ernst zu nehmen und entsprechend zu reagieren!“*



# Wie geht es unserer Jugend heute?

## Zahlen, Daten, Fakten

Online-Jugendstudie 10.03.- 03.04.2022 / Ö3, ORF Public Value & Sozialforschungsinstitut Sora  
Die Presse, 01.09.2022, Esther Reiserer / Trendstudie des Marketagent Forschungsinstituts

### Durchkreuzte Pläne...

*„Die Krisen treffen die junge Generation in der kritischen Lebensphase der Verselbständigung und des Übergangs ins Berufsleben besonders hart. Perspektiven, Chancen und das Gefühl der Selbstwirksamkeit verschlechtern sich zunehmend...“* (s. auch Klaus Hurrelmann, Jugendforscher)

- Knapp 80% der Jugendlichen haben sich während der Corona-Krise rücksichtsvoll und solidarisch verhalten und sich verbindlich an Regeln gehalten – obwohl sie selbst kaum Angst vor gesundheitlichen Risiken hatten
- 80% der Jugendlichen fühl(t)en sich in der Pandemiebekämpfung von der Politik und der Gesellschaft nicht berücksichtigt

Die große Sehnsucht der Generation Z: **weniger Sorgen und mehr Leben!**



# Die Lebensphase der jungen Generation (Z)

*Die Suche nach Orientierung, in einer Welt die Kopf steht...*

**Persönlichkeits-Entwicklung** (s. Entwicklungspsychologie nach Erikson und Piaget)

- **Leistung vs. Minderwertigkeitsgefühl:** Erfahrungen zu Zielerreichung und Leistungswahrnehmung
- **Identität vs. Identitätsdiffusion:** Ausprobieren von Selbstständigkeit und der Auseinandersetzung mit den eigenen Zielen und Werten, "Rolle" im Leben finden
- **Intimität vs. Isolation:** Beziehungen zu anderen Menschen aufbauen, Umgang mit Bindung und Akzeptanz sowie Kompromissfähigkeit lernen

**Gehirn-Entwicklung** (s. Neuropsychologie)

- **Umbau der gesamten Hirnstruktur** (über mehrere Jahre!): viele Strukturen werden ersetzt, Effizienzsteigerung für schnelleres und flexibleres Denken, Optimierungsprozess für Planungsfähigkeit und Impulskontrolle
- **unterschiedliches Tempo bei der Reifung der Gehirnareale:** limbische System (Emotionen und Impulse) lang vor dem Vorderhirn (rationales Verhalten)
- **Veränderung des Stoffwechsels / (Weiter)Entwicklung der Rezeptoren für Hormone**  
(z.B. Dopamin/Glückshormon) wachsen noch: daher extremer Reize als bei Erwachsenen notwendig, Anerkennung besonders wichtig (v.a. durch Peer Group)



# Das Lebensumfeld der Generation Z

*Die Suche nach Orientierung, in einer Welt die Kopf steht...*

## Sozialisation

- **Jugend-Fokus:** seit den 90er Jahren sowohl gesellschaftlich als auch ökonomisch
- **Eingebunden sein:** und mitentscheiden – sowohl in der Familie als auch in die Marktwirtschaft
- **Digital Natives:** die erste Generation, die in und mit der Digitalisierung aufwächst

## Einflussfaktoren

- **V.U.C.A. Welt:** Abläufe und „Realitäten“ (Paradigmen), werden zunehmend brüchig und obsolet
- **Sozialen Medien:** von Influencern bis zu gründlichen Preis- und Produkt-Recherchen
- **Corona-Pandemie:** eingeschränkter Raum für Förderung und Perspektiven für die persönliche Entwicklung.



# Das Selbstverständnis der Generation Z

## Einstellung zur Arbeit

- Arbeitszeit ist Lebenszeit, daher wollen sie so effizient wie möglich sein, gering Bereitschaft für Überstunden und Mehrleistung
- Arbeit muss zum Privatleben passen
- Arbeit muss Sinn machen und gut bezahlt sein
- wollen Aufmerksamkeit für das (bzw. alles) was sie tun, denken und sagen
- wollen beteiligt werden und kommunizieren Ihre Meinung (stärker)



# Das Selbstverständnis der Generation Z

## Einstellung zu Ausbildung

- Wissen und Bildung ist wichtig – aber eher „just-in-time“ (24/7 Verfügbarkeit)
- Lernen nach dem Minimalprinzip
- Aufmerksamkeitsspanne wird kürzer, das Orientierungsvermögen geringer
- Die Rolle von Lehrer\*innen hat an Bedeutung verloren
- Vorbilder sind wichtig, allerdings (ihren) Respekt muss „man sich verdienen“
- Hierarchie ist kein Kriterium



# Das Selbstverständnis der Generation Z

## Medienverhalten

- 95% der Jugendlichen besitzen ein Smartphone (89% der 13-Jährigen)
- mind. 5 Stunden/Tag Medienkonsum (2018: 3% Medienabhängigkeit)
- sind immer online (Instagram, TikTok, SnapChat,...) - „Der Griff zum Smartphone ist für sie so normal, wie für andere die Tasse Kaffee am Morgen“
- Soziale Netzwerke fungieren als „Selbst-Benchmarking-Tool“: „Bin ich hip genug?“...
- Hohes Maß an Wechsel- und Wahlmöglichkeiten – macht „bindungslos“ und kontinuierlich suchend
- Sie leben „im Netz“!

# Generation Z: Andockmöglichkeiten und Handlungsempfehlungen



## Sie mögen

- Arbeitsplatzsicherheit – das ist (wieder) wichtig
- faire Entlohnung
- kompetente Profis, von denen sie lernen können – Coach, Mentor, Augenhöhe
- individuelle und konstante Betreuung
- Rücksichtnahme auf ihre Bedürfnisse – work-life-seperation

# Generation Z: Andockmöglichkeiten und Handlungsempfehlungen



## Sie brauchen

- (ganz) genaue Anweisungen und eine klare Kommunikation der Erwartungen
- individuelle Anleitung und Unterstützung (weniger Eigeninitiative)
- laufend Feedback und Rückmeldungen
- klare Strukturen, klare Absprachen, klare Arbeitszeiten (Planung)
- sinnvolle, wirkungsvolle Arbeiten und „quick wins“

# Generation Z: Andockmöglichkeiten und Handlungsempfehlungen



## Für sie ist / sind

- Handlungen und Ergebnis wichtiger als Wissen (das kann bei Bedarf abgerufen werden)
- Geschwindigkeit und umgehende Information wichtiger als Genauigkeit
- Ausprobieren der präferierte Lösungsweg – eine „doxische Fehlerkultur“ lähmt sie
- Interesse und Spaß an der Sache der Grund für Einsatz und Ehrgeiz
- eine kollegiale Arbeitsumgebung und Wohlfühlen relevant, um zu bleiben
- die Erklärung, warum etwas zu tun ist und wie der große Zusammenhang aussieht, wichtig und relevant
- die Führungskraft ein Coach „mit Entertainerqualitäten“, die sie auf individuelle Art und Weise betreut

# Generation Z: Andockmöglichkeiten und Handlungsempfehlungen



## Sie wollen

- ernst genommen werden (Begegnung auf Augenhöhe)
- involviert, d.h. gefragt und beteiligt werden
- berücksichtigt werden
- und: **leben – leben – leben**

## Und so könnte ein Miteinander gelingen...



- Suchen Sie die **direkte Kommunikation** – auch die Gen Z will verstanden und gefragt werden.
- Keine falschen Versprechungen – die Gen Z besteht aus **Realisten**.
- Beziehen Sie die Gen Z so oft es geht mit ein – **Raum** für Ideen und Verbesserungsvorschläge.
- Geben Sie **Verantwortung** ab – Wachstumsmöglichkeiten und Vertrauen plus Feedback.
- Geben Sie regelmäßig und konstruktives **Feedback** – schaffen Sie dafür Zeitfenster und Routinen.
- Erklären Sie das „**wozu und warum**“ – sowie die Bedeutung und den Beitrag der Tätigkeit.
- Akzeptieren Sie den **Work-Life-Cut** – und bieten Sie entsprechend Klarheit und Effizienzmöglichkeiten.
- Lernen Sie gemeinsam die **jeweiligen Stärken und Schwächen** kennen und nutzen – alle haben beides.
- Arbeiten Sie **gemeinsam an der Zukunft** – und finden Sie gemeinsam Wege für das Neue.

## Close down

Junge Menschen sind die  
Entscheidungsträger von morgen:

**Sie sind die Zukunft!**



*„Wenn wir sie jetzt (weiter) im Stich lassen,  
diese Themen nicht gemeinsam und AUCH zu ihrer Zufriedenheit lösen, dann wird sich die Frage stellen,  
wie verpflichtend sie in weiterer Folge die Generationenverbindlichkeit sehen werden...“*

*(Martina Leibovici-Mühlberger, Interview 07/2022, Die Oberöserreicherin)*

Mag. Sabine Sawczynski  
Sawczynski & Partner OG

[sabine@sawczynski.at](mailto:sabine@sawczynski.at)

+43 664 411 80 83



## Noch mehr Zahlen, Daten, Fakten

Online-Jugendstudie 10.03.- 03.04.2022 / Ö3, ORF Public Value & Sozialforschungsinstitut Sora

- 53% der Jugendlichen sehen sich als verlorene Generation: die größten Sorgen sind der aktuelle Krieg, Klimawandel, soziale Ungleichheit und Pandemie
- 69% sind überzeugt, dass die Qualität der Ausbildung gelitten hat und ihnen dieser Qualitätsverlust nachhaltig schaden wird
- 71% sehen sich als die Generation, die den Corona-Schuldenberg abtragen wird müssen
- 80% der Jugendlichen fühl(t)en sich in der Pandemiebekämpfung von der Politik und der Gesellschaft nicht berücksichtigt
- 50% der Jugendlichen geht es psychisch eher bis sehr schlecht
- 53% sehen sich als Generation „Dauerkrise“ und 46% sehen sich als Generation „Aufbruch“
- über 50% der Jugendlichen sind überzeugt, dass für positive Veränderungen Jung und Alt zusammen arbeiten müssen
- über 67% der Jugendlichen sehen immer noch keine Gleichberechtigung von Mann und Frau und
- 90% der Jugendlichen ist das wichtig und streben diese an
- Die große Sehnsucht der Generation Z: **weniger Sorgen und mehr Leben!**

## Die Jungen sind in der Unterzahl

Salzburger Nachrichten 20.11.2020



	Unter 20	65 plus	Erwerbsanteil	in Zahlen
2021	1,73 Mio	1,74 Mio	61,5 %	5,49 Mio
2030	1,78 Mio	2,14 Mio	57,5 %	5,30 Mio
2050	1,78 Mio	2,65 Mio	53,9 %	5,17 Mio

Seit Corona ist Loyalität auf dem Arbeitsmarkt nichts mehr wert [Presse, 02.02.2022]

Es gibt keine Garantien und Sicherheit mehr, auch wenn man hart arbeitet, lineare Karrieren sind nicht mehr möglich [...] weil das viele Menschen erkennen, achten sie noch stärker darauf, sich nicht ausnützen zu lassen und ihre Freizeit zu genießen [Ali Mahlodji, whatchado, Eu-Jugendbotschafter]