

AM 6. OKTOBER 2014 · ABGELEGT IN NEWS

## **Enactus-Studie geht der These „Sinnsucher-Generation Y“ nach.**

### **Sinn, gutes Geld und Work-Life**

**Köln/Leipzig, 6. Oktober 2014 – Was ist dran an der These von der sinnorientierten Generation Y? Eine gemeinsame Studie des Netzwerks Enactus und des SVI-Stiftungslehrstuhls für Marketing der HHL Leipzig Graduate School of Management, an der sich deutschlandweit mehr als 1.000 Studierende beteiligt haben, verschafft einen genaueren Blick aufs Thema: Der „Sinn der Arbeit“ jenseits monetärer Vergütung ist wichtig – aber nicht für alle Angehörigen der Generation Y gleich wichtig. „Sinn“ lässt sich dabei nicht gegen „Vergütung“ aufrechnen: Ein gutes Gehalt und Arbeitsplatzsicherheit setzt die Generation als selbstverständlich voraus. Aber angehende Akademiker mit besonders starkem Sinnerleben bringen für Arbeitgeber auch wichtige Eigenschaften wie unternehmerische Orientierung und Lust an Herausforderungen mit.**

In der Studie wurde eine umfassende Bestandsaufnahme der allgemeinen Werteorientierung der Generation Y sowie ihrer Erwartungen an die Arbeitswelt und Präferenzen bei der Arbeitgeberwahl erhoben. Um die allgemeine Werteorientierung zu erfassen, wurden den Probanden auf der Grundlage des

sozialwissenschaftlich vielfach erprobten Portrait Value Questionnaire Porträts von 21 Personen vorgelegt, deren Ähnlichkeit mit der eigenen Person sie beurteilen sollten. Benevolenz (Unterstützung nahestehender Menschen), Universalismus (Gleichberechtigung, Toleranz, Gemeinwohlorientierung) und Selbstbestimmung stehen auf der Werteskala der Generation weit oben, während Macht, Status und Tradition nur einen geringen Zuspruch erfahren.

### **Erwartungen an Arbeitgeber: Work-Life, Normalarbeitszeit und gutes Gehalt**

Die Anforderungen an einen potenziellen Arbeitgeber wurden bei der Studie in 39 Items erfasst. Oben auf der Skala der Prioritäten steht mit 93% zum Beispiel eine ausgeglichene Balance zwischen Beruf und Privatleben. Eine weitergehende Analyse der Daten zeigte: Die Work-Life-Balance ist nicht nur ein wichtiger Motivationsfaktor, es führt auch zu überdurchschnittlicher Unzufriedenheit, wenn das Privatleben durch den Beruf beeinträchtigt wird. Im Hinblick auf das Arbeitsvolumen bevorzugt die Generation „Normalarbeitszeit“ – im Schnitt sind die Teilnehmer bereit, 39,5 Stunden pro Woche zu arbeiten, nur 6% würden dauerhaft mehr als 50 Stunden pro Woche arbeiten wollen. Im Mittel erwarten die meisten Teilnehmer ein Jahreseinstiegsgehalt von über 50.000 Euro brutto.

### **Sinn der Arbeit jenseits des Monetären: die Lottofrage**

Arbeit ist ein sinnstiftender Faktor, auch jenseits der Vergütung. Um zu ergründen, wie stark der nichtmonetäre Anteil an der Arbeitsmotivation ist, wurde den Umfrageteilnehmern die Lottofrage gestellt: Wie viel würden sie noch arbeiten, wenn ein Lottogewinn ihnen ein problemloses Leben ohne Arbeit ermöglicht? Nur 2% würden in diesem Szenario gar nicht mehr arbeiten. 15,5% dagegen würden ihre Wochenarbeitszeit nicht verändern. Im Mittel würden die Teilnehmer ihre Arbeitszeit um 30% senken. Diejenige Hälfte der Teilnehmer, die auch im Fall finanzieller Unabhängigkeit ihre Arbeitszeit nicht oder nur gering (um weniger als 30%) reduzieren würde, kann als überdurchschnittlich sinnorientiert gelten.

## **Ausgesprochene Sinnsucher – unternehmerisch orientiert**

Diese Teilnehmer mit besonders starkem Sinnerleben ziehen den Sinn der Arbeit vor allem aus fünf Dimensionen: Sie suchen im Beruf Herausforderungen, möchten Neues lernen, streben danach, an unternehmerischen Entscheidungen mitzuwirken, möchten mit Gleichgesinnten arbeiten, die eine hohe Qualitätsorientierung verfolgen, und bevorzugen es, für ein Unternehmen zu arbeiten, das sich gesellschaftlich engagiert. „Unternehmen, die diese ausgesprochenen Sinnsucher aus der Generation Y für sich gewinnen, integrieren und binden, verfügen damit über besonders viel versprechende Mitarbeiter“, sagt Petra Lewe, Geschäftsführerin von Enactus in Deutschland.

## **Arbeitsstil der Generation Y**

Wie stellt sich die Generation die ideale Arbeitssituation nach dem Studium vor? Hier zeigt sich unter anderem, dass 62% eine selbstbestimmte Arbeitsweise wünschen und 55% anlassbezogenes, spontanes Feedback dem institutionalisierten Feedback vorziehen. „Der von dieser Generation eingeforderte Arbeitsstil dürfte Führungskräfte in Unternehmen einiges abverlangen. Mit dem regulären Feedbackturnus im Rahmen von Mitarbeitergesprächen wird sich die Generation Y unserem Eindruck nach nicht mehr zufrieden geben“, sagt Silko Pfeil vom SVI-Stiftungslehrstuhl für Marketing an der HHL, der die Studie gemeinsam mit Prof. Dr. Manfred Kirchgeorg wissenschaftlich begleitet hat.

**In welche Werte- und Anspruchstypen lässt sich die Generation Y clustern? Welche Vorstellungen hat sie von ihrem Wunscharbeitgeber? Wenn Sie Interesse an einer Zusammenfassung oder an dem ausführlichen Studienbericht (gegen eine Schutzgebühr) haben, schicken Sie uns einfach eine E-Mail an [presse@enactus.de](mailto:presse@enactus.de).**

In einer Sonderauswertung wirft der ausführliche Studienbericht auch einen genaueren Blick auf Unterschiede zwischen den Enactus-Studierenden und der Gesamtheit der Studierenden. Dieser Vergleich zeigt, dass die bei Enactus

engagierten Studierenden nicht nur wertorientierter sind, sondern auch leistungsbereiter und in stärkerem Maße einen sichtbaren Beitrag leisten wollen.

Die Enactus-Studie wurde von den Enactus-Medienpartnern Frankfurter Allgemeine Zeitung, enorm und Personalwirtschaft sowie von den Sourcingpartnern access.de, e-fellows.net, Frankfurter Allgemeiner Hochschulanzeiger und squeaker.net unterstützt.

### **Über Enactus international**

In der Non-Profit-Organisation Enactus engagieren sich weltweit rund 67.000 Studierende, 1.600 Hochschulen und 440 Unternehmen in 36 Ländern. Damit ist Enactus das größte Netzwerk dieser Art. Die Enactus-Studierenden führen mit Hilfe unternehmerischer Methoden Projekte durch, um die Lebensqualität und den Lebensstandard von Menschen nachhaltig zu verbessern. Dabei werden sie von Partnerunternehmen und -hochschulen unterstützt. [Zentrale Veranstaltungen](#) der politisch und konfessionell neutralen Initiative sind die jährlich stattfindenden Landeswettbewerbe und der World Cup, an dem die jeweiligen Gewinnerteams der nationalen Wettbewerbe teilnehmen. Enactus wurde 1975 als „SIFE“ in den USA gegründet und hat sich im September 2012 weltweit umbenannt.

[www.enactus.org](http://www.enactus.org)

### **Über Enactus in Deutschland**

Enactus gibt es in Deutschland seit 2003, die Organisation ist mittlerweile an 41 Hochschulen vertreten. Derzeit unterstützen 30 Unternehmen Enactus in Deutschland als Förderer, darunter 1&1, AIG, Bahlsen, Ball Packaging Europe, BASF, Bayer, Boehringer Ingelheim, BP Europe, Carl Zeiss, CTcon, Deutsche Lufthansa, Deutsche Telekom, Ebiquity, Evonik Industries, Ferrero, Freudenberg Haushaltsprodukte, Haniel, Inverto, Johnson & Johnson, Kärcher, KPMG, METRO, Parker Hannifin, Peek & Cloppenburg, Promerit, SAP, Siemens und Talanx. Enactus bietet ihnen laufend die Möglichkeit, sich in zahlreichen unternehmerischen Projekten sowie bei

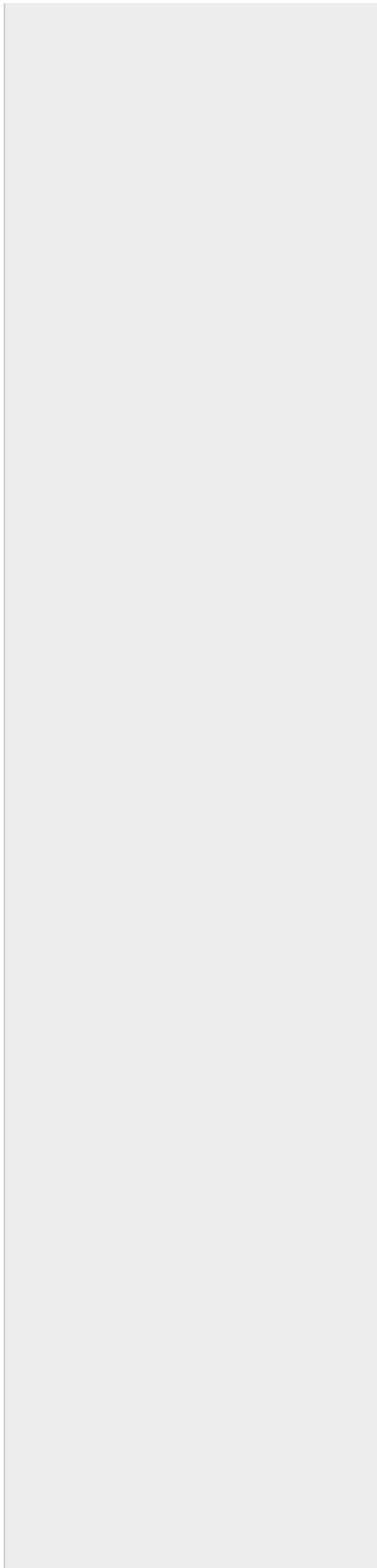
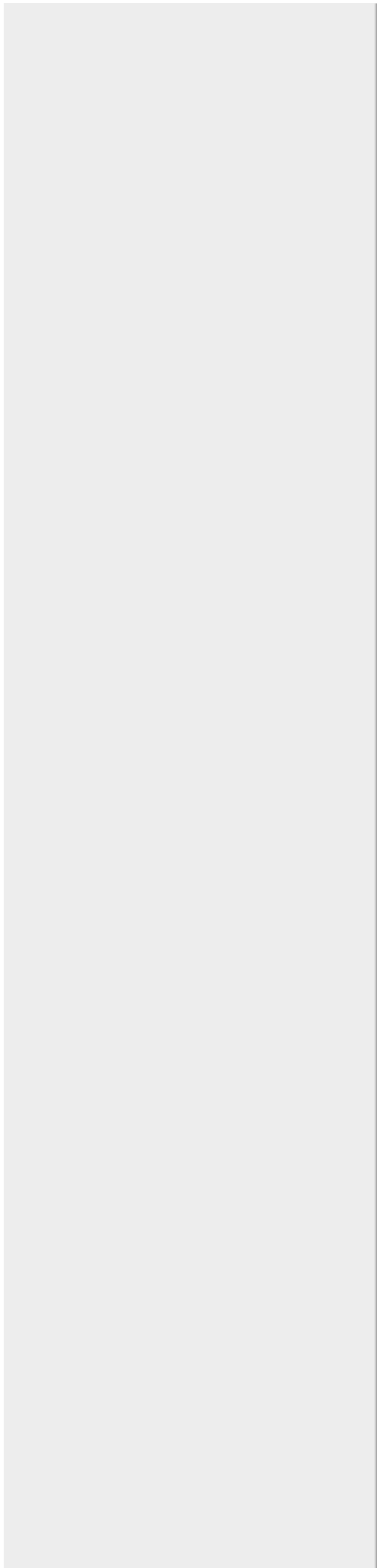
den zentralen Events der Organisation zu engagieren. Enactus wird von den Medienpartnern enorm, Frankfurter Allgemeine Zeitung und Personalwirtschaft unterstützt.

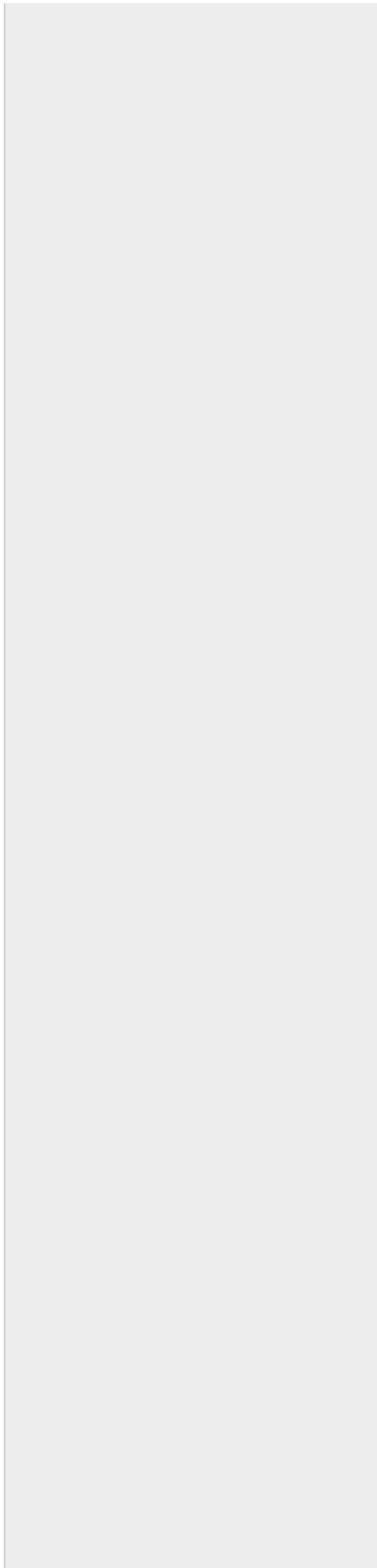
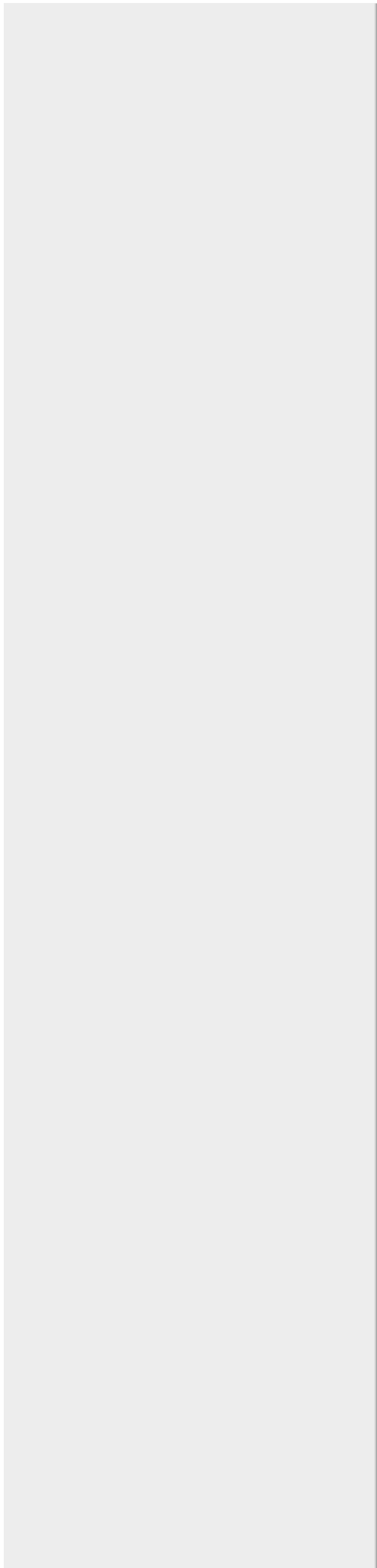
[www.enactus.de](http://www.enactus.de)

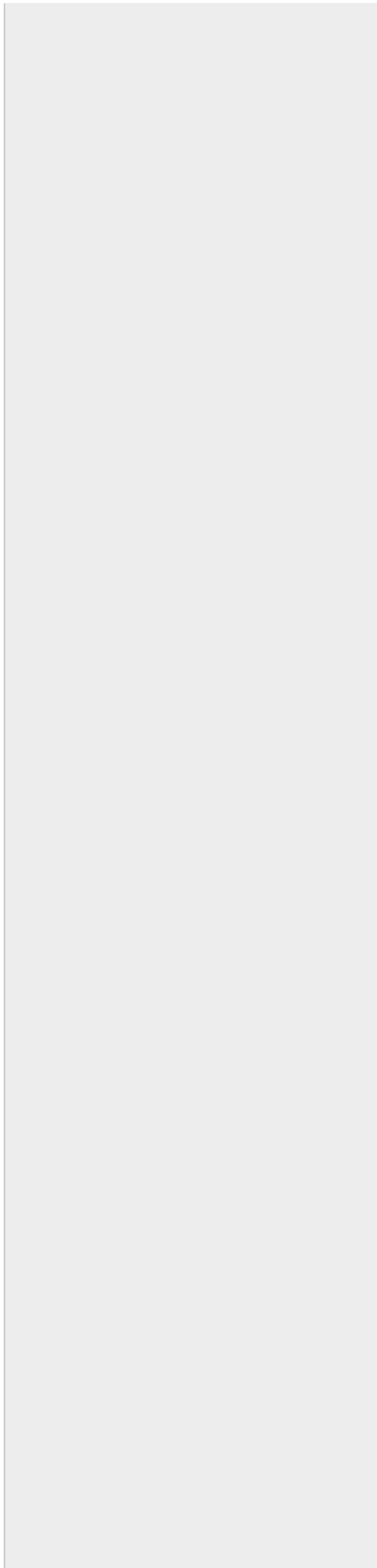
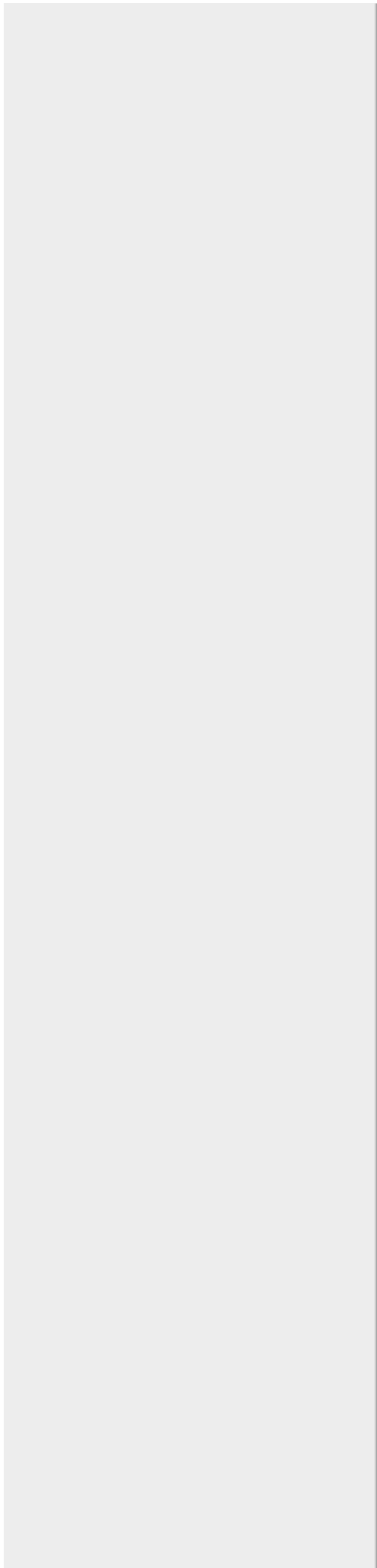
#### **Kontakt**

**Enactus e.V.** Geschäftsführerin Petra  
Lewe Telefon: 0221 20731550  
[info@enactus.de](mailto:info@enactus.de) [www.enactus.de](http://www.enactus.de)

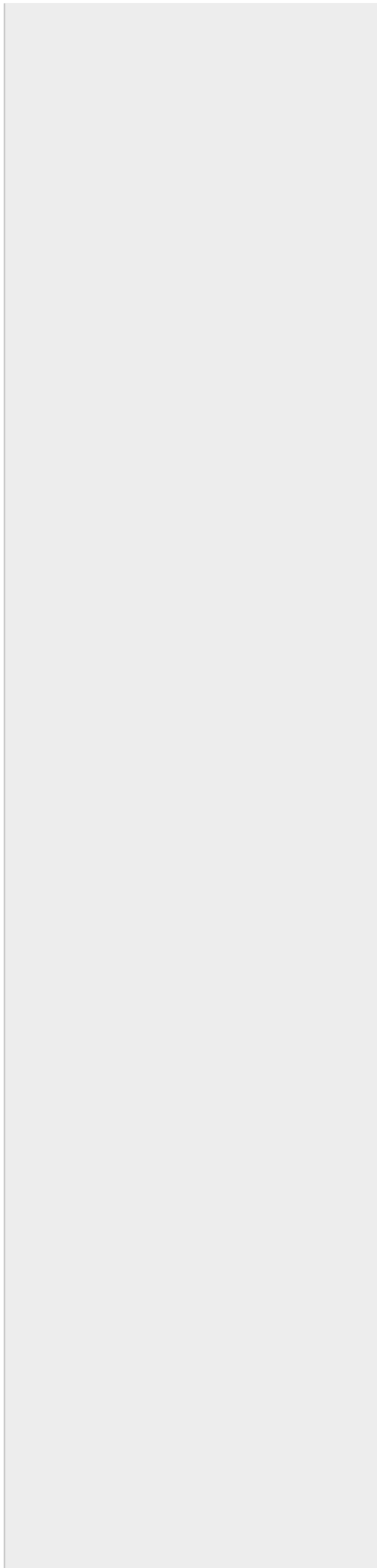
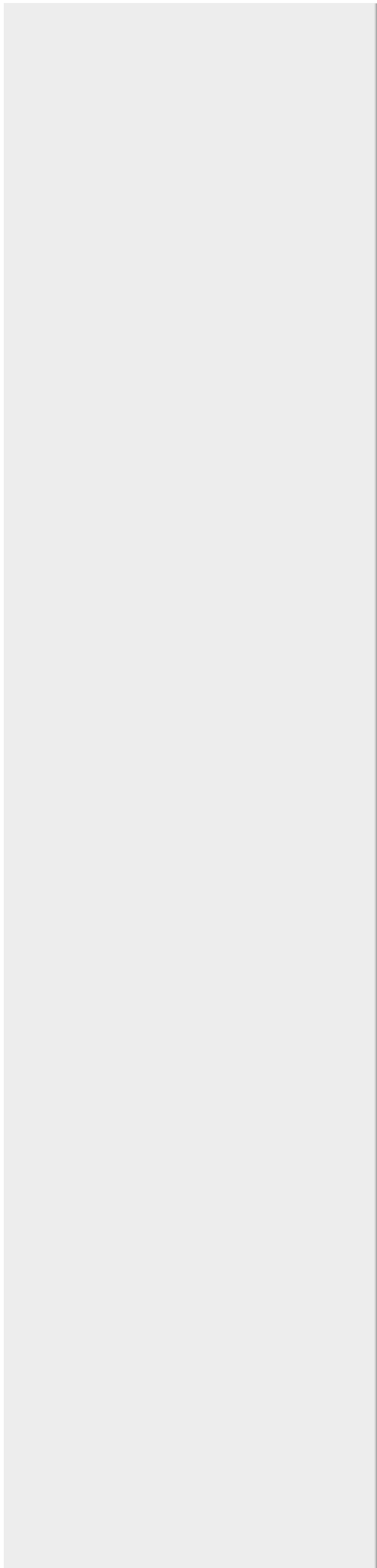
• Generation Y











Enactus ▶ News ▶ Enactus-Studie geht der These „Sinnsucher-Generation Y“ nach



entrepreneurial • action • us

#### WEITERE TERMINE

28.09. World Cup 2016

18.11. Trainingswochenende Schleiden I

25.11. Trainingswochenende Schleiden II

#### WEITERE LINKS

[Intern](#)

[Presse](#)

[Sitemap](#)

[Impressum](#)

[Smartphone App](#)

#### FOLGE UNS AUF FACEBOOK



6655 Personen gefällt das.  
Registriere dich, um sehen zu können, was deinen Freunden gefällt.