

PRESSEMITTEILUNG

Zurück ins Büro: Warten auf die Generation Alpha?

Der Generation Z wird in Studien zu wenig Leistungsbereitschaft sowie eine mangelnde Loyalität zu ihrem Arbeitgeber konstatiert. Ein Grund: Beschäftigte dieser Alterskohorte, die zwischen 1995 und 2009 geboren wurden, treffen auf einen arbeitnehmerfreundlichen Arbeitsmarkt, können unter mehreren Jobangeboten wählen und stellen gerne Bedingungen wie Homeoffice, Vier-Tage-Woche oder Sabbatical. Warum sich mit der nachfolgenden Generation Alpha vermutlich das Blatt wendet und was das für die Nutzung von Büroflächen bedeutet, haben die Gewerbespezialisten von Larbig & Mortag Immobilien vorausschauend analysiert.

(Köln, 13.06.2023) Eine aktuelle Forsa-Untersuchung kommt zu dem Ergebnis, dass die Generation Z (Gen Z) eine hohe Wechselbereitschaft bei ihrem Job und eine geringe Bindung zu ihrem Arbeitgeber hat. 48 Prozent dieser Generation, also Arbeitnehmer, die zwischen 1995 und 2009 geboren wurden, befinden sich in ihrem aktuellen Job auf dem Absprung. Gründe für ihre Wechselbereitschaft sind starre Arbeitszeiten, zu viel Stress oder eine aus ihrer Sicht schlechte und veraltete Führungskultur. Darüber hinaus wollen sie im neuen Beschäftigungsverhältnis nicht unbedingt nur mehr Geld verdienen, sie wollen mehr Zeit für sich und andere haben. Das ist immerhin ein Argument, das auch ältere Arbeitnehmer ins Feld führen.

„Im Vergleich zu vorangegangenen Generationen ist dies eine neue Entwicklung und stellt viele Arbeitgeber vor große Probleme. Denn es genügen vergleichsweise wenig Gründe, um die Gen Z zum Wechseln zu bewegen. Das liegt vor allem daran, dass sie einen entspannten Arbeitsmarkt vorfindet. In nahezu allen Branchen herrscht Fachkräftemangel. Ihnen stehen so viele Türen offen, wie keiner vorangegangenen Altersgruppe beziehungsweise Generation. Sie können ihr Arbeitsverhältnis an Bedingungen knüpfen wie die Möglichkeit von Homeoffice, Sabbaticals, einer Vier-Tage-Woche bei vollem Lohnausgleich, flexiblen Arbeitszeiten und -orten. Dazu zählen auch Workations, also das Arbeiten in Urlaubsumgebung“, erläutert Uwe Mortag, Geschäftsführer der Larbig & Mortag Immobilien. Der Immobiliendienstleister, der sich unter anderem auf

Büroflächenvermittlung spezialisiert hat, kennt durch die Arbeit mit unterschiedlichen Kunden und Branchen diese Herausforderungen. Nicht zuletzt deshalb investieren mehr und mehr Unternehmen in eine bessere Büroausstattung zur Gewinnung neuer Talente und zur Bindung vorhandener Mitarbeitender in zentraleren Bürolagen mit hoher Urbanität. „Heute reicht es eben nicht mehr aus, dem Mitarbeiter der Gen Z einen Tischtennisraum einzurichten.“ so Mortag.

Jugend ist prägende Phase, deshalb konzentrieren sich Studien auf dieses Alter

Wenngleich man nicht alle Menschen einer Altersgruppe über einen Kamm scheren kann, so gibt es doch signifikante Gemeinsamkeiten und Gründe, warum sich viele Analysen auf die Jugendjahre einer Alterskohorte konzentrieren. Die Jugend ist die prägendste Lebensphase. Sie hat entscheidende Auswirkungen auf das Verhalten, auf Moralvorstellungen etc. in späteren Jahren. Ereignisse wie Corona oder Ukrainekrieg wirken auf Jugendliche weitaus prägender als auf Erwachsene mit mehr (Krisen-)Erfahrungen. Neben wichtigen Ereignissen sind in der Jugend die politische und gesellschaftliche Situation sowie die Anwendung von Technologien entscheidend: Für welche Anwendungen wird das Smartphone genutzt, welche Apps wie Spotify und welche Social-Media-Kanäle wie Instagram und Tiktok bevorzugt eine Generation?

In ihrer Jugend sind die Menschen auf der Suche. Es werden Weichen für wichtige Entscheidungen gestellt wie die nach dem Beruf, dem Informations- und Kommunikationsverhalten, dem sozialen Miteinander und politischem Engagement.

Weniger gute Bedingungen am Arbeitsmarkt für Generation Alpha?

Die nachfolgende Generation Alpha, also Personen, die zwischen 2010 und 2024 geboren sind oder werden, und ab 2028 den Arbeitsmarkt erkunden werden, könnten auf weniger komfortable Bedingungen stoßen wie die Generation Z. Sie werden in ihrer Jugend geprägt durch den Folgewirkungen der Corona-Pandemie, Ukrainekrieg, eine unsichere geopolitische Lage, Rezessionsängste der Eltern und Herausforderungen an den Umweltschutz (Klimawandel, CO₂-Einsparungen, Wasserknappheit etc.). Nicht zu vergessen die technischen Veränderungen, die auch mit dem zunehmenden Aufkommen von KI einhergehen. Die technischen Revolutionen der kommenden Jahrzehnte werden um ein Vielfaches schneller sein, als in den vergangenen. „Während in den 1990er Jahren die Verbreitung von EDV und die Automatisierung in der Produktion vorrangig Arbeitsfelder von Facharbeitern und Sekretärinnen betraf und viele Job kostete, wird KI nunmehr Auswirkungen auf viele qualifizierte Jobs haben und die Arbeit beispielsweise von Programmierern, Anwältinnen, Steuerberatern, Mediengestaltern oder Journalistinnen verändern“, meint Mortag.

Für die Generation Alpha könnte sich der Arbeitsmarkt also weniger rosig darstellen als für die Generation Z. Er könnte sich wieder zu einem Arbeitgebermarkt entwickeln, in dem eher Jobanbieter die Bedingungen diktieren. Eine solche Situation fanden die Generation Babyboomer sowie die Generation X in den 1990er Jahren vor. Dazu kommt die immer verlockendere Möglichkeit, Arbeitsplätze auch ins EU-Ausland auszulagern. Denn in anderen europäischen Ländern kommt bereits die Generation Z mit einem erheblichen Bildungsstand auf den Arbeitsmarkt, zum Beispiel in einigen osteuropäischen Ländern. Sie haben häufig eine deutsche Sprachausbildung und hohe Leistungsbereitschaft und werden für die zukünftigen Generationen in den gesättigten westeuropäischen Ländern eine wachsende Konkurrenz.

Generation Z: Wünsche nach Work-Life-Balance stellt viele Unternehmen vor Herausforderungen

Die Anforderungen der Generation Z an eine Work-Life-Balance fordert viele Unternehmen heraus. Viele haben so viele Aufträge, dass sie eher zusätzliche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter einstellen müssten, als dass sie vorhandenen Beschäftigten ermöglichen, weniger Stunden zu arbeiten. Um die Mitarbeiterbindung zu fördern und beim Recruiting zu punkten, lassen sich viele in den Bereichen Büroausstattung und Benefits Einiges einfallen: Sie suchen nach modernen, zentral gelegenen Büroflächen, damit ihre Beschäftigte in der Mittagspause eine gute Auswahl an Essensmöglichkeiten haben oder nach der Arbeit direkt um die Ecke ins Fitnessstudio gehen können. Sie bauen Flächen gemäß den New-Work-Anforderungen aus oder um. Das heißt Grundrisse, Mobiliar, Klimatisierung, Beleuchtung unterstützen die Mitarbeitenden optimal bei ihren Tätigkeiten. Größerer Wert wird auf Begegnungs- und Kommunikationsflächen gelegt. „So gibt es beispielsweise Glaskuben für ungestörte Telefonate und Meetings sowie Kaffeeküchen mit Sofas und Tresen“, erläutert Experte Mortag. Solche Maßnahmen erhöhen die Attraktivität von Unternehmen. Dazu kommen bei größeren Betrieben Kinderbetreuungsmöglichkeiten, Sport- und Entspannungsangebote im Büro beziehungsweise in der Nachbarschaft oder regelmäßige Teamevents.

Dennoch bilden die aktuellen Anforderungen der Generation Z eine erhebliche wirtschaftliche Belastung. Arbeiten Mitarbeiter weniger für das gleiche Geld, müssen in Summe mehr Personen beschäftigt werden, um diese auszugleichen. Im aktuellen Job mit seinen Unsicherheiten ist dies eine große Herausforderung.

Zwiespalt für die Anforderungen an die zukünftigen Arbeitsplätze in Büros

Der Unterschied zwischen den Generationen X, Z und der Generation Alpha könnte nicht größer sein. Die Evolution vom Einzelbüro mit privater Topfpflanze und Kaffeemaschine

hin zum Coworking. Von Bedeutung ist dies für die Entscheidungsfindung über die Planung des Büros in Zukunft. Während aktuell die Generation X über die zukünftige Immobilie entscheidet, haben die Generationen Z und Alpha durchaus andere Jobvorstellungen. Hier müssen die Unternehmen reagieren, Führungskräfte sich anpassen beziehungsweise vorausschauend agieren. Auf der Vermieterseite sollten sich vor allem Projektentwickler mit diesen kommenden Veränderungen beschäftigen. Projekte haben zumeist eine Vorlaufzeit von 5 bis 6 Jahren, so dass die zukünftigen Vorhaben in den Arbeitsantritt der Generation Alpha fallen. Es wird wichtig sein, die Anforderungen der nachfolgenden Generationen zu verstehen und gerade die Unterschiede frühzeitig zu erkennen. So lassen sich Bürowelten bedarfsgerecht planen und vermieten. Nachhaltigkeit spielt dabei heute schon eine große Rolle und wird gerade in der Generation Alpha einen hohen Stellenwert haben. In allen Fällen wird der Wandel der Anforderungen an Büroflächen deutlich schnelllebiger werden. Flexibilität wird noch wichtiger.

„Wir beschäftigen uns frühzeitig mit diesen Fragestellungen, da wir als innovativer Immobiliendienstleister gerade die zukünftigen Trends im Blick haben müssen. Wir beraten Eigentümer bereits im Ankaufsprozess und geben Input für die zukünftige Nutzung. Das Produkt kommt dann nicht selten erst 5 Jahre später auf den Markt. Da müssen Megatrends frühzeitig eingeplant werden. Ebenso begleiten wir Unternehmen bei der Findungsphase eines neuen Büros sehr intensiv mit Workshops und Mitarbeiterumfragen. Eine gute Planung ist auch hier die halbe Miete. Natürlich nicht wortwörtlich gemeint,“ sagt Uwe Mortag.

Zur Larbig & Mortag Immobilien GmbH:

Larbig & Mortag, Partner der NAI apollo group, wurde 2008 von Markus Larbig und Uwe Mortag als unabhängiges Gewerbetreibendenunternehmen gegründet und beschäftigt gruppenweit circa 40 Mitarbeiter im Großraum Köln, Bonn und Leverkusen. Der Schwerpunkt der Immobilienberatung liegt in der Bürovermietung, im gewerblichen Investment und der Hallenvermietung. Den Bereich Laden- und Gastronomievermietung bildet das Unternehmen in der eigens dafür gegründeten conceptstories Immobilien GmbH ab. Das hauseigene Research unterstützt darüber hinaus diese Bereiche mit fundiertem Zahlenmaterial. So sind die Berater in der Lage, Dienstleistungen entlang der gesamten Wertschöpfungskette einer Büroimmobilie anzubieten. Von der Marktanalyse und Immobilienbewertung über Vermarktungskonzepte für Bestandsgebäude und Neubauprojekte (Vermietung und Verkauf). Der Fachbereich Eigentümerservice komplettiert das Dienstleistungsangebot.

Seit 15 Jahren vertrauen die Kunden auf die Marktdurchdringung, die innovative und zielgerichtete Beratung sowie auf die persönliche und nachhaltige Betreuung von Larbig & Mortag. Als lokaler und unabhängiger Marktteilnehmer zählt Larbig & Mortag Immobilien zu den führenden Büroimmobilienberatern im Großraum Köln, Bonn und Leverkusen. Eine überregionale und internationale Kooperation mit dem Netzwerk NAI apollo group bindet Larbig & Mortag als regionalen Spezialisten in ein Netzwerk mit mehreren deutschen, aber auch europäischen und weltweiten Standorten ein.

Abdruck honorarfrei

Pressekontakt:

Larbig & Mortag Immobilien GmbH

Uwe Mortag, Geschäftsführer

Theodor-Heuss-Ring 23, 50668 Köln

Telefon: (0221) 998 997-0

E-Mail: info@larbig-mortag.de