

# НЕМЕЦКИЙ ЯЗЫК

<http://edoc.bseu.by/>

**A. Afanasova**

**А. С. Афанасова**

КГУ (Кострома)

*Научный руководитель Л. Н. Румянцева*

## **EINFLUSS DER „GENERATION Z“ AUF DEN WERTEWANDEL IN DER ARBEITSWELT**

### **Влияние «Поколения Z» на изменение ценностей в мире труда**

In Zeiten des 21. Jahrhunderts durchläuft die Arbeitswelt einen weit greifenden Transformationsprozess, der das jetzige Berufsleben merklich verändern kann.

Die Arbeitswelt erlebt mit dem Einstieg der jungen „Generation Z“, zu der die jungen Menschen von Geburtsjahrgängen von 1995 bis 2012 gehören, einen Zuwachs an Arbeitnehmern, Bedürfnissen, Wünschen und Erwartungen. Diese Generation stellt Unternehmen und Führungskräfte vor neue Herausforderungen. Sie wird nicht nur von der derzeitigen Arbeitswelt geprägt, sondern prägt sie auch selber.

Ziel der vorliegenden Arbeit ist es, herauszufinden, welche Ansprüche und Lebensbedingungen die Generation Z in die Arbeitswelt hat. Es wird betont, dass sich Unternehmen zunehmend auf die junge Generation einstellen müssen, da sie sonst den Anschluss an die Arbeitswelt verpassen oder ihre marktführenden Positionen verlieren können. Der demographische Wandel bereitet Unternehmen auf der Suche nach geeigneten und ausreichenden Fachkräften wachsende Schwierigkeiten. Vorteile bei der Anwerbung haben dann besonders Unternehmen, die wissen, wo sie die Führungskräfte von morgen finden, was diese interessiert und wie man sie ansprechen und begeistern kann. Doch auch von der jüngsten Generation hängt viel ab. Der Verlauf der weiteren Entwicklung von Produktivität und Innovation der Unternehmen liegt mit in ihren Händen. Der Einfluss der Generation steigt durch den altersbedingten Wechsel der Generationen weiter an.

Bei einer Studie durch das „Sinus-Institut“ wurden im Jahr 2016 mehr als 1.000 junge Menschen im Alter von 14 bis 24 in Baden Württemberg zu ihren beruflichen Vorstellungen befragt. Festzustellen ist, dass die Ansprüche Spaß, Sicherheit und Selbsterfüllung in der Arbeitswelt zunehmend die materiellen Aspekte ablösen. Die jüngste Generation möchte vor allem eine „gesunde Karriere“ anstreben, die sich im besten Fall durch ein Gleichgewicht zwischen erfüllter Arbeit bzw. ausreichendem Verdienst und Freizeit auszeichnet. Der Beruf muss eine gute Work-Life-Balance bieten.

Als die drei wichtigsten Eigenschaften von Unternehmen werden ein gutes Verhältnis und eine gute Stimmung zwischen Mitarbeitern und Vorgesetzten sowie gute Karrierechancen genannt. Darauf folgen Eigenschaften wie „Abwechslungsreiche Aufgaben“, „Flexible Arbeitszeiten“, „Regelmäßige Bewertung der Leistung“, „Möglichkeit zum Home Office“ und „Flache Hierarchien“.

Aus Perspektive der Beschäftigten kann die Form der Arbeit „Home Office“ eine Sicherung der örtlichen und zeitlichen Flexibilität sein. Das orts- und zeitabhängige Arbeiten kann die Bedürfnisse nach Selbstverwirklichung und Selbstbestimmung erfüllen, da diese Form der Arbeit den Zeitgewinn und die Produktivität fördert, sowie eine bessere Vereinbarkeit von Familie und Beruf ermöglichen kann. Damit werden vor allem die Wünsche der jungen Generation Z nach flexiblen Arbeiten und Selbstverwirklichung erfüllt. Die damit ermöglichte Selbstbestimmung nimmt bei der Generation einen hohen Stellenwert ein, da so der Weg zur Erreichung persönlicher Ziele geebnet ist. Für die Erreichung der Ziele werden Flexibilität und Transparenz sowohl von Unternehmen, als auch von sich selbst gefordert.

In Bezug auf die Digitalisierung werden den jungen Menschen zunehmend neben den positiven, auch die negativen Effekte bewusst. Die ständige Erreichbarkeit ist nicht mehr so erwünscht und dies äußert sich auch in dem Verständnis der „Work-Life-Balance“. Die jungen Mitarbeiter verstehen darunter eine klare Trennung von Arbeit und Beruf.

Zusammenfassend kann man sagen, dass sich Unternehmen, mit dem steigenden Eintritt der jungen Generation in die Arbeitswelt, immer mehr auf sie einstellen müssen.

<http://edoc.bseu.by/>

**K. Baturо**

**К. Г. Бату́ро**

БГЭУ (Минск)

*Научный руководитель Р. А. Плавинский*

## **E-COMMERCE ALS CHANCE ZUR ENTWICKLUNG DES WELTHANDELS WÄHREND DER CORONA-ZEIT**

### **Электронная коммерция как возможность развития мировой торговли в период коронавируса**

Meine Studie widmet sich dem Erforschen von E-Commerce in Zeiten des Coronavirus. Das Hauptziel der vorliegenden wissenschaftlichen Arbeit ist es, die