

Wissenswert

Werte ■ Wissenschaft ■ Medien

WISSENSWERT IST EIN ELEKTRONISCHES JOURNAL, DAS VON EHEMALIGEN MITARBEITERN DES ARBEITSBEREICHES SOZIALPSYCHOLOGIE DER UNIVERSITÄT HAMBURG HERAUSGEGEBEN WIRD. ES BERICHTET ÜBER NEUERE ENTWICKLUNGEN DER WERTEFORSCHUNG SOWIE ÜBER AKTUELLE TRENDS IN DEN MEDIEN. www.wissenswert-journal.de



GENERATION Z IM HÖRSAAL

IRGEND ETWAS IM HÖRSAAL IST ANDERS. NICHT NUR ETWAS ANDERS, SONDERN VÖLLIG ANDERS. DARLA ROTHMANN (2014) SPRICHT SOGAR VON DEN „LERNENDEN“ DER GENERATION Z ALS „TSUNAMI“, DER ÜBER UNS KOMMT. WAS ABER IST DIESE GENERATION Z? UND WAS HEISST DAS FÜR UNS DOZENTEN?

Von Prof. Dr. Christian Scholz

UNIV.-PROF. DR. CHRISTIAN SCHOLZ

(scholz@orga.uni-sb.de) wurde 1986 an die Universität des Saarlandes berufen und ist Gründungsdirektor des MBA-Programms im dortigen Europa-Institut. Er publiziert in wissenschaftlichen Zeitschriften, schreibt auch Kolumnen in Zeitungen und bloggt seit 2006 als „Per Anhalter durch die Arbeitswelt“. Zu seinen wichtigsten Arbeiten zählen die Trendstudie zum Darwiportunismus (2003) sowie Bücher zur Generation Z (2014) und zur Mogelpackung Work-Life-Blending (2018).

GENERATIONEN

Das Berücksichtigen von Generationen dient der Komplexitätsreduktion. Hierzu formulierte *Karl Mannheim* (1893-1947) eine Theorie, nach der Menschen nicht nur in der frühkindlichen Phase geprägt werden, sondern auch in ihrer Jugend durch Ereignisse, Politiker, Technologien und vieles andere mehr. Diese Prägung bleibt weitgehend konstant. Wer also zur Gruppe der systemkritischen 68er gehört, wird dies zumindest in seinem Unterbewusstsein sein Leben lang bleiben – obwohl es gerade bei Politikern bekannte Ausnahmen gibt. Inzwischen ist es üblich, die Alterskohorten ab Geburtsjahr 1950 in vier Generationen einzuteilen.

BABYBOOMER

Wir sind viele! Die Babyboomer (geboren circa 1950 bis 1965) wurden in die Aufbruchstimmung des Wirtschaftswunders nach dem zweiten Weltkrieg geboren: Arbeit machte Spaß und brachte schnell die Erfolge. In ihrer Jugend erlebten sie Mondraketen, Systemkritik, den Vietnam-Krieg und Rockfestivals, einschließlich ihrer Musik mit teilweise extrem politischem Inhalt. An den Universitäten wurde mehr oder weniger intensiv gestreikt: um Lehrinhalte, um Demokratie, um Mitbestimmung, um

politische Themen. Auch wenn andere Generationen davon nicht begeistert sind: Babyboomer geben oft immer noch den Ton an – und werden das noch eine Zeitlang tun.

GENERATION X

Null-Bock! Dieser Satz trifft etwas übertrieben die Generation X (geboren circa 1966 bis 1980). Sie gilt als skeptisch und hat(te) teilweise massive Probleme mit ihren Eltern, wozu auch in Extremfällen der Zwang gehörte, antiautoritär erzogen zu werden, also ohne alle Regeln aufzuwachsen. Für manche aus der Generation X galt und gilt das Prinzip: „Arbeiten um zu leben“ und nicht andersherum. An den Universitäten begann sich Gegenrevolution und Institutionalisierung von oben durchzusetzen, was aber die Generation X nicht besonders interessierte. Gerade an den Universitäten genoss diese Generation X eine qualitativ gute Bildung und gilt in Unternehmen heute als zentraler Leistungsträger.

GENERATION Y

Wir lieben Wettbewerb! Die Generation Y (geboren circa 1980 bis Anfang der 1990er Jahre) strebt nach Karriere und glaubt daran. Darwinismus und Opportunismus >



sind charakterisierende Begriffe, die in das Kunstwort „Darwiportunismus“ münden. Mit einer intensiven Hassliebe zum Beruf, wird der Beruf immer mehr zum Lebensmittelpunkt. Aber es gilt nicht „Arbeiten um zu leben“, sondern ein optimistisches: „Leben ist Arbeit und das ist gut so!“ Die Generation Y gilt heute als immer noch ehrgeizig, manchmal aber schon hart an der Grenze zur Gefährdung der eigenen Gesundheit.

In der Hochschulpolitik greifen Unternehmensinteressen und führen zu einer in Europa einmalig radikalen Umsetzung der Bologna-Beschlüsse. Und ganz vergessen: Von Ausnahmen abgesehen waren es gerade die Studierenden der Generation Y, die auf Versprechungen hereinfielen und glaubten, nach sechs Bachelor-Semestern als junge, mobile und dynamische Arbeitskräfte großes Geld und große Karrieren zu machen. Die Generation Y glaubt(e) sogar an die Mogelpackung „Work-Life-Blending“ (vgl. Scholz 2018a) als fließendem Übergang zwischen Berufs- und Privatleben: So darf sie zwar (manchmal) am Nachmittag im Schwimmbad am Laptop arbeiten, ist dafür im Gegenzug am Wochenende und nach „Feierabend“ für den Chef erreichbar.

GENERATION Z

„*Mia san mia!*“ Wenn dieser Spruch nicht der FC Bayern (und vorher die k.-u.-k. Armee von Kaiser Franz Joseph) für sich entdeckt hätte, sollte man ihn für die Generation Z wählen. Die Z-ler (geboren ab Anfang der 1990er Jahre bis mindestens 2010) stellen sich selbst in den absoluten Mittelpunkt und ohne großen Pathos das Weltbild der Generation Y auf den Kopf: weniger Wettbewerb, dafür mehr Sicherheit. Weniger Karriere, dafür mehr Wohlfühlen. Weniger Verantwortung, dafür mehr Freizeit. Für die Generation Z an der Universität gibt es Attribute wie brav, behütet, hochschulpolitisch uninteressiert und „*entitled*“, insgesamt eine bemerkenswerte Mischung – weshalb es im nächsten Abschnitt etwas detaillierter um die Generation Z und um die Bedeutung von „*entitled*“ geht.

Z-MERKMALE

Nimmt man exemplarisch den aktuellen Talent-Monitor von *Deloitte* (2018), der sich auf die technikaffinen MINT-Studierenden konzentriert, so kommt er zu einem klaren Ergebnis: Arbeit am Wochenende können sich nur 29% vorstellen, Home Office nur 15%. Gefragt ist bei der Mehrheit (82%) die klassische Festanstellung – und das

eher nicht in einem unsicheren Start-up. Diejenigen, die sich ein Start-up vorstellen können, suchen aber nach staatlichen Förderprogrammen und Mentoring sowie Anbindung an etablierte Betriebe. Das alles hat weniger mit „Garage“ als Gründerzelle zu tun, als vielmehr Gründung mit dreifachem Absicherungsnetz und Verzicht auf jegliche Überstunden.

Diese Ergebnisse sind kein Einzelfall. Die Studien zur Generation Z (z.B. *Scholz* 2014; *McCrindle Research* 2016) decken sich international weitgehend, wobei partielle Unterschiede vor allem durch Befragungsmethodik, Untersuchungsgruppe und Altersbereich entstehen. Auch wenn sich innerhalb der Generation Z unterschiedliche Untergruppen lokalisieren lassen, gibt es im Sinne einer Mustererkennung einige besonders interessante Charakteristika.

STRUKTURSUCHE

Bereits in Kita und Ganztagschule hat die Generation Z gelernt, wie es sich anfühlt, wenn der ganze Tag vorstrukturiert ist. Kommt dann noch Sport, Musik oder eine andere Aktivität dazu, gibt es in diesem durchgeplanten und durchorganisierten Leben überhaupt keine Freiräume mehr. Die Jugendlichen sind deshalb nicht nur gewohnt, in derartigen Strukturen >



zu leben, sie erwarten und verlangen es – auch im Studium. So gesehen kommt die Verschulung durch das Bologna-System der Generation Z entgegen und unterstützt das Bedürfnis nach klaren Strukturen sowie nach exakten Vorgaben. Alles steckt in einem Teufelskreis, der schwer zu durchbrechen ist, weil die Generation Z nichts anderes mehr kennt.

SICHERHEITSBEDÜRFNIS

Obwohl die Generation Z zumindest in Deutschland in keiner krisengebeutelten Zeit aufwächst, kennt sie doch Wirtschaftskrisen, Entlassungswellen, prekäre Arbeitsverhältnisse und vor allem befristete Verträge. Deshalb sucht sie Sicherheit und vor allem die Festanstellung mit klaren Arbeitszeiten. Das Studium muss dieses Ziel greifbarer machen. Dies bedeutet vor allem gute Noten und



Foto: Kai Eberhard / Anzenberger (CC BY-SA 3.0) / pixabay

(gefühl) „praxisnahe“ berufsqualifizierende Lehrinhalte. Alles andere darüber hinaus ist nicht klausurrelevant. Konstruktivismus von Niklas Luhmann passt demnach nicht, „The Medium is the Message“ von Marshall McLuhan bei entsprechender Verpackung sehr wohl. Eine Befragung von Studierenden zur „Gestaltung der optimalen Vorlesung“ lieferte eine interessante Antwort: Zentral ist lediglich die Vorbereitung auf die Klausur. Diesem ultimativen Ziel wird alles untergeordnet. Es geht also nicht um interessante Vorlesungen oder um Inhalte, die einem die Welt erklären. Im Idealfall sollten Power-Point-Folien mit Punktaufzählung verwendet und schon Wochen vorher zur Verfügung gestellt werden.

WORK-LIFE-SEPARATION

Auch wenn es spießig klingt: Nach der zeitlichen Rundum-Verplanung in Kita und Schule kommt eine individuell feste Arbeitszeit beispielsweise von 9 bis um 5 Uhr und vielleicht nur ein 6-Studentag dem Lebensgefühl der Generation Z durchaus entgegen. Um nicht falsch verstanden zu werden: Es spricht durchaus einiges dafür, dem gesundheits- und familiengefährdenden Hamsterrad zu entfliehen.

Work-Life-Separation als Ziel gilt aber auch für das Studium und führt zu Spannungen

bei moderner Didaktik. So verlangt Blended Learning, dass die Studierenden zu Hause vorarbeiten und dann in der Vorlesung mit dem Dozenten Inhalte vertiefen beziehungsweise diskutieren. Nur ist diese Verlagerung der Arbeit „nach Hause“ aus Sicht der Generation Z ein Verstoß gegen das Postulat der Work-Life-Separation, ebenso wie es unrealistisch ist, als Hausaufgabe die ARD-Sendung „Plusminus“ aufzugeben.

UNMITTELBARKEITSERWARTUNG

Die Generation Z ist im Umgang mit dem Internet an folgendes Verhaltensmuster gewohnt: Eine Frage taucht auf und – ohne ernsthaftes Nachdenken – folgt sofort und nahezu in Echtzeit die eindeutig richtige Antwort von Google. Das bedeutet: Die Generation Z erwartet unmittelbare Reaktion. Kritisches Reflektieren und zeitintensives Nachdenken sind nicht vorgesehen.

Gerade universitäre Bildung bedeutet aber Auseinandersetzen mit Inhalten, Multiperspektivität und die Situation des Fehlens einer ersten unmittelbaren Lösung. Hier gibt es also einen massiven Konflikt, der an die Wurzel dessen geht, was im Hörsaal einer Universität stattfinden sollte und vielleicht bei der Generation Z nicht mehr stattfinden kann. Letztlich dominiert auch im Hörsaal >



die unmittelbare *extrinsische Belohnung gegenüber der intrinsischen Freiwilligkeit*. In einer vertiefenden BWL-Master-Vorlesung sollten Studierende (jeder für sich alleine) einen kurzen Text dazu verfassen, wie sich Neil Postman über die Generation Z geäußert hätte. Danach stellte der Dozent (Scholz 2018b) seine Lösung auf die Webseite www.die-Generation-Z.de und schlug vor, die Studierenden sollten ihre (teilweise sehr guten) Antworten in die Kommentarfunktion dazu setzen. Diesem Vorschlag kam nur ein einziger Student nach. Alle anderen sahen keinen Sinn darin. Die Inhalte und Aufgabe mögen zwar klausurrelevant sein, das Veröffentlichen nicht. Hätte es dafür unmittelbar einen Punkt zur Anrechnung auf die Klausur gegeben, wäre die Beteiligung größer gewesen.

WOHLFÜHLEN ALS MAXIME

Zum Wohlfühlen gehört bei der Generation Z der Verzicht auf Wettbewerb. Gesucht wird dementsprechend alles, was eine angenehme Gruppenatmosphäre fördert. Positiv aufgenommen wird, wenn alle fast die gleichen Noten bekommen; hier hätte die wettbewerbsorientierte Generation Y getobt. So etwas wie Bücher-Verstecken vor Klausuren – um selber als überdurchschnittlich hervorzustechen – kommt bei der

Generation Z nicht vor (und nicht nur, weil es weniger Bücher gibt). Negativ für das Wohlfühlen: Überraschung durch plötzliche Arbeitsaufgaben in der Vorlesung und jegliche Form von Leistungsdruck.

Feedback ist gewünscht – aber ausschließlich lobend-bestätigende Rückmeldung. Kommt kritisches Feedback, fliegen die „Helikopter-Parents“ ein und beschützen die Generation Z, in Kitas, in Schulen jeglicher Art und inzwischen auch schon am Arbeitsplatz. Selbst an der Universität tauchen diese Eltern ab und zu auf, obwohl ihre Kinder „erwachsen“ sind.

RECHTSANSPRUCH

Jetzt kommt der Ausdruck „entitled“ ins Spiel: Danach hat man in allen Situationen das unbedingte Recht auf etwas, ohne dafür arbeiten zu müssen oder etwas geleistet zu haben. Man bekommt den Rechtsanspruch automatisch durch die Existenz der eigenen Person. Dieser Rechtsanspruch wurde der Generation Z seit Kindheit durch Eltern, Lehrer und Medien vermittelt. Inzwischen hat er sich nachhaltig verfestigt. Das gilt für Struktur, Sicherheit, Work-Life-Separation, Wohlfühlen und alle anderen Wünsche der Generation Z.

MYTHEN

Wenn man über den Umgang mit der

Generation Z – gerade in ihrer Rolle als Studierende – nachdenkt, so sind diese Diskussionen geprägt von einer Vielzahl persistenter Mythen.

GENERATION Z IST DIGITAL KOMPETENT

Im Zeitalter der Digitalisierung ist „digital kompetent“ ein absolutes Muss. Es ist aber ein Trugschluss, dass Umgang mit einem Smartphone digitale Kompetenz impliziert. Die Generation Z kann mit YouTube, Snapchat und Instagram umgehen, über diese Programme Fotos bearbeiten, Tickets sowie Fahrscheine bestellen und bei Amazon einkaufen. Im Studium kommen dann noch rudimentäre Grundfunktionen von Word und PowerPoint, manchmal von Excel dazu. Dann ist aber schon sehr bald Schluss. Das tiefgehende Verständnis, wie Computer funktionieren, ist kaum noch vorhanden und gilt in kaum einem Studienfach als notwendig.

Nun muss nicht Jeder Sprachen wie JavaScript, PHP, Java, C#, C++, Assembly Language beherrschen (der Autor dieses Artikels lernte im BWL-Studium neben Assembler noch diverse andere Sprachen). Aber ohne zumindest rudimentäres Wissen auch in diesem Bereich ist die Zuschreibung der Digitalkompetenz an die Generation >



Z ein simpler Etikettenschwindel. Anders formuliert: Nur weil man die Bild-Zeitung auf dem Smartphone liest, ist man noch nicht digital kompetent.

Natürlich gibt es Ausnahmen und hier geht es auch nicht um Kritik an der Generation Z. Aber generalisierend von einer digital kompetenten Generation Z zu sprechen, ist gefährlich und versetzt auch die Generation Z in ein trügerisches Gefühl der Kompetenz. Besonders extrem fällt der Mythos im Umkehrschluss aus: Danach gelten ältere Generationen als digital inkompetent und haben angeblich Professoren sogar Angst vor der Informationstechnologie, was sie unfähig macht, diese der Jugend zu kommunizieren und sie sowie sich selbst auf unsere Zukunft einzustellen – so ein makabres Positionspapier der University



Foto: www.foto.com, Shutterstock, iStockphoto.com

of Hawaii (*President's Emerging Leaders Program* 2016).

Es ist lächerlich, wie ausgewachsene Menschen sich in Organisationen jeglicher Art von Vertretern der Generation Z die digitale Welt erklären lassen und teilweise auch noch viel Geld dafür zahlen, von der Bühne herab aufgeklärt zu werden, dass der „Like“-Button Ausdruck von Wertschätzung und ein ultimatives Ranking-Tool ist.

GENERATION Z LIEBT GAMIFICATION

Aktuell ist es ein gängiger und in bestimmten Fällen plausibler Trend, auf Gamification zu setzen, also auf den Einsatz von Spielen oder zumindest von Spielelementen. Dies hat gut bei der auf Wettkampf gepolten Generation Y funktioniert. Bei der Generation Z funktioniert Gamification aus zwei Gründen nicht mehr gut: Begehrte Attribute wie Sicherheit, Struktur und Wohlfühlen kommen zu kurz, verpönte Eigenschaften wie Wettbewerb und Erfolgsorientierung treten zu stark in den Mittelpunkt. Sicherlich spielt die Generation Z Computerspiele – wenn auch vermutlich nicht mehr so intensive Spiele wie Counterstrike. Aber es gilt das Primat „Work-Life-Separation“: Danach wird zu Hause gespielt, im Unternehmen und genauso im Hörsaal gearbeitet.

GENERATION Z VERLANGT ENTERTAINER

Die Generation Z liebt kurze Filme mit Unterhaltungswert und Bilder auf Instagram von Lisa & Lena (12 Millionen Follower) und Bibi (5 Millionen). Alles ist offenbar irgendwie unterhaltsam und durch kurzes Anklicken konsumierbar. Das passt zur generell niedrigen Aufmerksamkeitsspanne der Generation Z, die im einstelligen Sekundenbereich liegen dürfte. Noch extremer ist hier die laut einer Publikation der California Teacher Association (*Posnick-Goodwin* 2010) dem Mediziner John Raley zugesprochene „angelernete Aufmerksamkeitsschwäche“ („acquired attention deficit disorder“), bei der das bekannte Aufmerksamkeitsdefizitsyndrom (ADS) offenbar noch durch erlerntes Verhalten verstärkt oder überhaupt erst ausgelöst wird. Liegt die Antwort wirklich in der Umschulung von Hochschullehrern zu Edutainern, die tanzen, singen, Stand-up-Comedy vortragen, digitale Medien mit spielerischem Charakter und Überraschungswert in den Unterricht integrieren? Sollen sich Professoren tatsächlich systematisch zu „Rock Stars“ umschulen (wie es das zuvor erwähnte Positionspapier der University of Hawaii fordert), nur um die Aufmerksamkeit der Generation Z sicherzustellen?

Es gibt (zum Glück) keine gesicherte >



empirische Basis für derartige Forderungen. Was aber noch viel wichtiger ist: Es widerspricht der Logik, wonach die Generation Z aus ihrer Sicht im Hörsaal sitzt, um etwas zu lernen (beziehungsweise sich auf die Klausur vorzubereiten). Um es extrem auszudrücken: Eine langweilige, berechenbare und gut mitzuschreibende Vorlesung zur Buchführung dürfte im Regelfall bei der Generation Z besser ankommen als eine brillante, teilweise ergebnisoffene Veranstaltung mit Mitdenkenverpflichtung zur Versteppung von Afrika. Das ist traurig, aber Realität.

GENERATION Z PROFITIERT VON CO-CREATION

Ein Zauberwort in aktuellen Lehrkonzepten ist „Co-Creation“ (z.B. Prahalad/Ramaswamy 2004), also die gemeinsame Erarbeitung von Lehrstoff mit den Studierenden oder sogar alleine durch die Studierenden. Statt eine Vorlesung oder eine Übung zum Thema „Personalführung“ vorzubereiten und zu halten, wird dieses Thema – eingekleidet in eine Frage („Wie sollte der ideale Chef führen?“) – an die Studierenden weitergereicht. Mit etwas Hilfe im Vorbeigehen und ganz viel Hilfe von YouTube, Google sowie Siri kommen dann am Ende einige mehr oder weniger gute Präsentationen heraus.

Co-Creation bietet sich ausschließlich dann an, wenn es sich um ein kreatives-innovatives Thema handelt, bei dem es noch kein etabliertes Wissen und speziell noch kein „Richtig oder Falsch“ gibt. So können Studierende über Lernformen der Zukunft nachdenken oder die Rolle der Ureinwohner in der US-amerikanischen Gesellschaft analysieren. Sicherlich gibt es also Einsatzbereiche, wo ein derartiges Co-Creation sinnvoll ist. Und auch wenn Studierende diese Methode wegen ihres geringen Anspruchs lieben, profitieren sie selten davon.

VORSCHLÄGE

UNIVERSITÄTSDOZENTEN SIND LEHRER

Vielleicht ist das die Zukunft: Statt Texte zu lesen oder über Zusammenhänge nachzudenken, schaut man sich ein YouTube-Video an. Genauso wie es Schmink-Tutorials gibt, erlernt man das durchaus komplexe Denken von Walter Benjamin in unter 10 Minuten. Die Rolle des Dozenten wird dann auf das Abspielen des Videos reduziert – wenn überhaupt. Nur das darf es angesichts unseres Bildungsauftrags nicht sein. Hochschullehrer sind Lehrer. Ihre Aufgabe ist es, die Generation Z durch Untiefen des Wissens zu lotsen und auf Unwägbarkeiten

der Zukunft vorzubereiten. Das mag jetzt antiquiert wirken und neumodische Pädagogen abschrecken. Nur passt es exakt zu dem, was die Generation Z von einigen ihrer Influencer gewöhnt ist: nämlich die Funktion als Kurator. Jedes Fach hat Kernkomponenten und Diskursfelder, die eindeutig und in ihrer gesamten Varianz verstanden werden müssen.

Der frontale Unterricht als Top-Down-Methode ist gerade bei der Generation Z wichtig und richtig. Denn die Generation Z sucht Struktur und Sicherheit, akzeptiert also auch diesen Lehrstil. So macht es auch aus Sicht der Generation Z wenig Sinn, sich „einmal kurz zu überlegen“, wie in der BWL eine Bilanz aufgebaut wird. Und es ist geradezu sträflich, die Pointe von Motivationstheorien „mal schnell“ über Wikipedia zu entwickeln. Und wenn die Generation Z kein kritisches Reflektieren schätzt, dann müssen klar definierte Strukturen zum kritischen Reflektieren zum Einsatz kommen.

Hochschullehrer sind auch keine Entertainer und keine Selbstdarsteller. Sie sind Kuratoren und ähneln (nur!) in dieser Funktion den Darstellern in Erklärvideos aus dem Internet. Wichtig: Die Generation Z schätzt Kuratoren – also müssen wir >



(auch) als Kuratoren auftreten.

Eine Randanmerkung: Gerade bei diesen Punkten greift die aktuelle Ausbildung vom akademischen Nachwuchs mit Hinweisen auf „Unterrichten in kleinen Häppchen („Chunks“) und „nur kein negatives Feedback“ in die falsche Richtung. Ein Dozent, der Feuer und Flamme für sein Thema ist, wird auch einen Frontalunterricht zur Quantenphysik spannend darstellen – zwar nicht wie Entertainer, aber doch in einer Form, bei der die Studierenden interessiert zu hören.

Also: Universitätsdozenten sollen explizit als echte Lehrer auftreten, auch, weil es verblüffender Weise zu den Wünschen der Generation Z passt.

DIGITALE KOMPETENZ IST SICHERZUSTELLEN

Interessanterweise scheint gerade die Informatik besonders unfähig, digitale Kompetenz zu entwickeln. So rüstet man zwar massiv „irgendwie in Richtung Big Data“ auf, die digitale Kompetenz der Studierenden bleibt aber auf der Strecke. Hier sind Hochschullehrer mit ihren Fächerguppen gefragt, erst mit der Eigenschulung, dann mit der Schulung der Studierenden.

So wie es vor drei Jahrzehnten zusätzlich zu Cobol-Kursen und altertümlicher Informatik

an der Universität des Saarlandes eine damals innovative „Einführung in das Personal Computing“ gab, brauchen wir heute eine „Einführung in die digitale Welt“ – mit Qualitätssicherung und Einbettung in den sozialen und ethischen Kontext plus kritisches Hinterfragen. Das ist angesichts der zuvor beschriebenen Merkmale der Generation Z nicht trivial, sollte aber als gesellschaftlicher Auftrag für die Universität verstanden werden.

ANALOG IST ZU INTENSIVIEREN

Auch wenn Studierende zunehmend Mitschriften direkt auf dem Laptop oder dem Tablet anfertigen, ist diese Methodik nicht immer zielführend. Der Stoff einer Vorlesung ist kein lineares Gebilde, sondern vernetzt und im Idealfall ganzheitlich zu erfassen. Das erfolgt am besten über handschriftliche Aufzeichnung in einem A4-Notizbuch. Auch Seminararbeiten und Präsentationen können „alternativ“ erfolgen. So hat der Verfasser dieses Artikels in seinem bwKUNSTseminar gute Erfahrungen gemacht mit bildender Kunst, Fotografie und Theater.

Hier kann man von fortschrittlichen Unternehmen lernen: Sie setzen nicht länger nur auf eine papierlose Welt irgendwo in der Cloud, sondern auch auf

analoge Dokumentationsmedien (Wände) und analoge Kreativitätstechniken (Design Thinking).

SICHERHEIT UND STRUKTUR SIND ZU MINIMIEREN

Die Generation Z will maximale Sicherheit und maximale Struktur. Jetzt beginnt das Dilemma, denn genau dieser Forderung sollte nicht nachgegeben werden, da sonst die Generation Z in unserer nach Agilität und Virtualität lechzenden Arbeitswelt nicht überlebensfähig wird.

Gezielt kann mit dem Konstrukt FOMA gearbeitet werden. Hinter dieser „Fear of Missing out“ steckt die Angst der Generation Z, irgendetwas zu übersehen oder nicht korrekt geliefert zu bekommen. Man muss nicht soweit gehen, die Vorlesung wie einen einzigen Lückentext aufzubauen, kann aber in diese Richtung nachdenken.

Konkret bedeutet dies, Sicherheit und Struktur nicht zu gewährleisten, auch wenn die Studierenden dies unbedingt fordern und über Modulhandbücher und Studienkommissionen erzwingen wollen. Gleichzeitig sind vor allem junge Dozenten darin zu unterstützen, obwohl sich dies in ihren Benotungen durch die unsäglichen Abfragen bei Studierenden niederschlägt. Wir brauchen also methodisches und >



instrumentelles Wissen. Fehlt dieses, wird „Lehre“ noch unattraktiver – erst recht für Dozenten, die selber der Generation Z angehören. Sie werden dann erklären „also im Hörsaal fühle ich mich nicht wohl“ und damit Lehre aus ihrer Aktivitätsliste streichen.

AMBIGUITÄTSTOLERANZ IST ERLERNBAR

Dieser Vorschlag ist weitgehend deckungsgleich zum vorherigen, soll aber wegen seiner Relevanz noch einmal hervorgehoben werden. Dozenten sollen gerade an einer Universität darauf verzichten, Ambiguität und Unsicherheit völlig abzubauen. Dieser Vorgang ist aber der Generation Z zu erklären. Auch müssen Einrichtungen, die den Nachwuchsdozenten klar machen, wie eine glatte, gut vorbereitete und auf Akzeptanz ausgerichtete Vorlesung aussieht, umsteuern.

Egal, ob die Generation Z derartige Diskussionen und derartige Übungen für gut, richtig oder wichtig erachtet: Dozenten sollten vermitteln, dass wir es eben nicht immer mit klar-formuliertem beziehungsweise final-abgeschlossenem Wissen zu tun haben und dass darin weder konzeptionelle Schwächen noch didaktisches Unvermögen bestehen. Genau

darin liegt vielmehr die eigentliche Pointe der Universität. Im Idealfall gilt es eigene Vorlesungsvarianten zu entwickeln, die als Ambiguitätstraining überfallartig in den normalen Lernbetrieb eingestreut werden.

AM FEEDBACK ARBEITEN

Die Forderung der Generation Z liegt offen da: Feedback ist in der Tendenz positiv und wird sofort geliefert. Nur kann das nicht alles sein. Selbst wenn es die Generation Z eher irritiert, kann man auch darauf hinweisen, dass die Antwort eines Studierenden falsch ist: also loben, wenn es berechtigt ist, aber auch konstruktive Kritik auf sachliche Art übermitteln. Es darf auch ein negatives und differenzierendes Feedback geben. Studierende müssen verstehen, dass nicht zwangsläufig jeder gewinnt und mit guten Noten belohnt wird. Das Feedback ist notwendig zum Lernen.

Das Prinzip „Everyone gets a trophy“ verliert da seine Berechtigung, wo es fein-granulare Benotungsunterschiede eliminiert und zu einheitlichen Noten tendiert. Es darf nicht dazu führen, dass Jugendliche unter dem Stichwort „entitled“ einen verfassungsrechtlichen Anspruch auf gute Bewertungen für jeden kleinen Zwischenschritt sehen. So hart es klingt:

Nicht immer sind die Gefühle der Generation Z wichtiger als die Lernziele der Universität.

EIGENREFLEXION IST ZU UNTERSTÜTZEN

Der eher operative Charakter der Hinweise in den vorangegangenen Abschnitten zum Umgang mit der Generation Z im Hörsaal darf nicht darüber hinwegtäuschen, dass das Phänomen der „Generation Z“ ein völlig neues Paradigma darstellt, das es zu verstehen gilt. Dozenten stammen meist aus anderen Generationen: Das ist ein Vorteil, weil sie so Unterschiede besser erkennen können. Es ist aber auch ein Nachteil, weil es die Gefahr des Gefangenseins in traditionellen Denkmustern mit sich bringt. Auch die Generation Z sollte sich in entsprechenden Lehrveranstaltungen mit ihrer eigenen Kultur vertraut machen. Diese Eigenreflexion der Generation Z ist von allen Vorschlägen in diesem Aufsatz der schwierigste, da natürliche Barrieren der Generation Z dagegenstehen: Sie versteht sich zwar als einzigartig, will aber gerade deshalb erst recht nicht, dass andere Generationen der Generation Z erklären, wie sie tickt. Vor allem muss die Generation Z verstehen, dass es hier nicht um willkürlich-bösartige Zuschreibungen geht, sondern um generelle und empirisch belegbare >



Muster. Hier ist Fingerspitzengefühl bei den Dozenten gefragt.

OPTIMISMUS

Dieser Beitrag will niemanden kritisieren, weder die Generation Z noch die Universitätsprofessoren oder Assistenten. Denn was wir nicht übersehen dürfen: Bei allem Unverständnis, das wir alle der Generation Z entgegenbringen, bleibt sie die Generation Zukunft. Sie ist damit ausausweichlich.

Die Generation Z ist aber auch die Generation Zeitgeist, weil sie Facetten unserer Arbeitswelt manchmal in einer Art und Weise reflektierend verarbeitet, die nachhaltiger und zukunftsfähiger sein dürften. Dies betrifft das Verhältnis zu Arbeitszeit, aber auch zu Arbeitsort und



Foto: Lance Gopke „Coffee shop studying“ (CC BY 2.0) <link>

Arbeitsinhalt – im Betrieb wie im Hörsaal. Gerade deshalb könnten wir einen Diskurs um „Zeitgeist“ anstreben, bei dem wir nicht länger ausschließlich über „die Generation Z im Hörsaal“ philosophieren, sondern zusätzlich (!) jenseits von Aktionen vom Typ „Wünsch Dir was“ mit (!) der Generation Z an der universitären Zukunft arbeiten. Aber dieser letzte Satz ist der obligate missionarische Optimismus vom Typ „Babyboomer“.

- **Deloitte, Ohne Moos nix los**, 2018 <link>
- **McCrindle Research, Generation Z defined; The 5 characteristics of today's students**, 2016, <link>
- **Posnick-Goodwin, Sherry, The most technologically advanced yet**, California Teachers Association, 2010 <link>
- **Prahalad, C. K. / Ramaswamy, Venkat, Co-Creation Experiences: The Next Practice In Value Creation**, in: Journal of Interactive Marketing (3/2004) , S. 5–14.
- **President's Emerging Leaders Program , Teaching Generation Z at the University of Hawai'i**, 2016 <link>
- **Rothmann, Darla, A Tsunami of Learners Called Generation Z**, 2014 <link>
- **Scholz, Christian, Generation Z – Wie sie tickt, was sie verändert und warum sie uns**

alle ansteckt, Wiley 2014.

■ **Scholz, Christian, Mogelpackung Work-Life-Blending, Warum dieses Arbeitsmodell gefährlich ist und welchen Gegenentwurf wir brauchen**, Wiley 2018a.

■ **Scholz, Christian, Die Generation Z und das Ende der Kultur – ein Artikel, der nie von Neil Postman geschrieben wurde**, 2018b <link>