

Forum D Was ändert sich mit der Generation „Alpha“ für Constantia Hueck Folien?

Das Unternehmen

Constantia Flexibles ist der weltweit viertgrößte Hersteller von flexiblen Verpackungslösungen. Unter dem Leitprinzip „People, Passion, Packaging“ stellen die rund 8.300 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter maßgeschneiderte Verpackungslösungen an 40 Standorten in 18 Ländern her. Zahlreiche internationale Konzerne und lokale Marktführer aus den Geschäftsbereichen Food und Pharma nutzen die nachhaltigen und innovativen Produkte von Constantia Flexibles.

Constantia Hueck Folien ist ein Teil der Constantia Flexibles mit Sitz in Pirk bei Weiden in der Oberpfalz.

Das Projekt

Die Generation „Alpha“ wird scrollen können, noch bevor sie sprechen kann. Klingt zwar etwas provokativ, aber das wird die Zukunft sein. In unserer schnelllebigen Zeit sind flexible Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gefragt. Arbeitszeitmodelle haben sich verändert, Beschäftigte haben andere Ansprüche. Im Jahr 2020 werden 50 % der arbeitenden Bevölkerung weltweit der Generation Y angehören. Das heißt, wir haben es mit Menschen zu tun, die im Hier und Jetzt leben, die nach Selbstverwirklichung streben, die 24 Stunden online und technisch versiert sind.



Wie bereiten wir uns darauf vor? Welche Risiken, aber auch welche Chancen verbergen sich hinter den neuen Generationen? Um uns dieser Herausforderung zu stellen, haben wir bereits im August 2014 einen Arbeitskreis Gesundheit ins Leben gerufen, mit dem Ziel, unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter langfristig gesund zu erhalten und leistungsfähige Beschäftigte bis ins Alter zu haben. Der Arbeitskreis trifft sich im ¼-jährlichem Abstand, kümmert sich um aktuelle Problemstellungen und versucht, Anregungen der Beschäftigte aufzugreifen. In verschiedenen Bereichen haben wir einen Gesundheitszirkel durchgeführt, die psychische Gefährdungsanalyse läuft, Fahrradleasing für Beschäftigte wird angeboten, Wohlfühlprogramm mit Massagen usw. Es hat sich viel getan in den letzten vier Jahren und es muss sich noch viel mehr tun in den nächsten Jahren.

Kontakt Daten

Cornelia Uschold

Personalreferentin
Constantia Hueck Folien GmbH & Co. KG
Pirkmühle 14–16
92712 Pirk
E-Mail: cornelia.uschold@cflex.com

Claudia Konstanziak

Betriebliches Gesundheitsmanagement
E-Mail: claudia.konstanziak@by.aok.de

ARD/ZDF-Onlinestudie 2018: Erstmals sind über 90 Prozent der Deutschen online

90,3 Prozent sind online

In diesem Jahr sind demnach 63,3 Millionen Menschen in der deutschsprachigen Bevölkerung ab 14 Jahren online, dies entspricht einem Anteil von 90,3 Prozent.

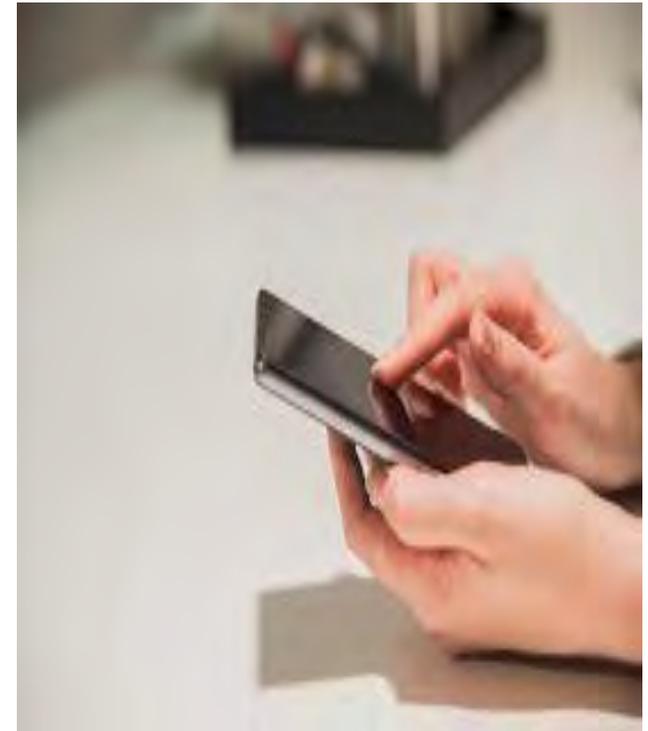
Zum Medienkonsum wird das Internet von 39 Prozent täglich genutzt. Der Rest verteilt sich auf die Individualkommunikation wie zum Beispiel das Schreiben von Nachrichten mit Messenger-Diensten sowie das Surfen, Shoppen, Suchen und Spielen.



Tägliche Nutzungszeit im Internet liegt bei 196 Minuten

Auch die tägliche Nutzungszeit im Internet steigt weiter. Sie liegt jetzt bei 196 Minuten (3:16 Stunden), das sind im Vergleich zum Vorjahr 47 Minuten mehr. Bei den unter 30-Jährigen beträgt sie knapp sechs Stunden, während die ab 70-Jährigen nicht einmal eine Stunde pro Tag online sind.

Differenziert nach den Feldern Sehen, Hören und Lesen von Inhalten, werden 82 Minuten (1:22 Stunden) für Mediennutzung aufgewendet. Rund anderthalb Stunden (87 Minuten) werden mit Individualkommunikation verbracht, die in vielen Fällen auf Chatdiensten wie WhatsApp basiert.



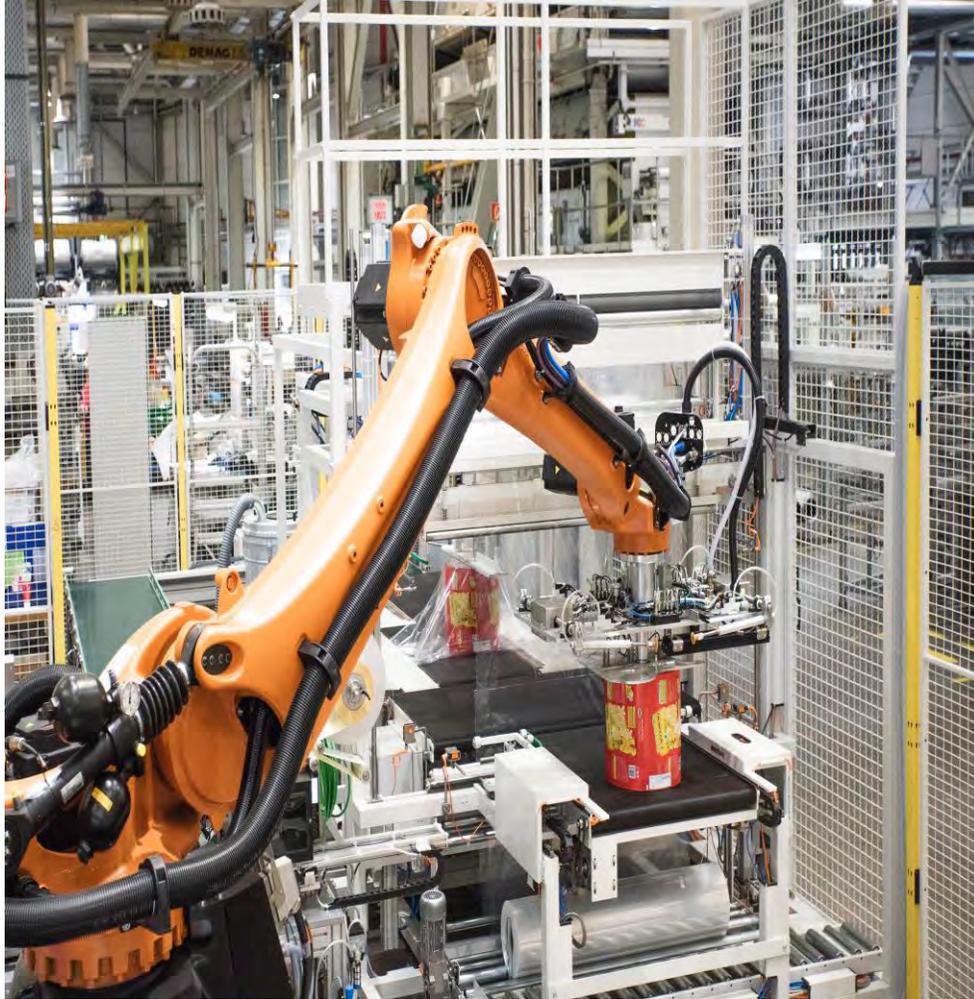
Studienreihe Medien und ihr Publikum (MiP)

Die ARD/ZDF-Onlinestudie 2018 wurde im Rahmen der "Studienreihe Medien und ihr Publikum (MiP)" realisiert. Die Ergebnisse beruhen auf dem fusionierten Datensatz der Gesamtkonzeption, wobei der Eine ausführliche Analyse der Daten ist in der neuesten Ausgabe der Fachzeitschrift "Media Perspektiven" (Heft 9/2018) dokumentiert und unter www.ard-zdf-onlinestudie.de abrufbar.

Stand: 10.10.2018, 11.00 Uhr



Was ändert sich mit der Generation „Alpha“ für Constantia Hueck Folien?



Überblick

Generationen, ihr Umfeld und ihre Vorlieben

Digitalisierung des individuellen Lebensbereichs

Veränderung bei CHF (Arbeitswelt)

Entwicklung und Treiber der BGM Bewegung

Trends

Praxisbeispiel

Wenn Generationen Pizza backen....



- Die Senioren der „Silent-Generation“ kneten ihren Pizzateig nur mit ihren Fäusten: Ihrer Meinung nach geschieht Ausbildung auf die harte Tour
- Babyboomer gehen, wenn es ihnen zu viel wird. Sie lassen im Zweifel ihren Pizza-Teigversuch zurück.
- Die Generation X betrachtet den Pizzaboden als Notwendigkeit, um eine köstliche Mahlzeit essen zu können – ebenso sehen sie eine Ausbildung als notwendig für ihren Unterhalt an.
- Ein Pizzateig wird bei einer Pizza erwartet. Das weiß die Generation Y. Sie weiß auch: Eine Ausbildung wird ebenso erwartet.
- Die Generation Z spielt mit den Zutaten, um einen Pizzateig herzustellen. Eine genauso spielerische Auffassung vertritt sie bezüglich ihrer Ausbildung.

Alle Pizzabäcker kommen mit ihrer Façon zum Ziel. Die Frage ist jedoch: Wie gehen die Pizzerien, d.h. die Unternehmen mit den unterschiedlichen Pizzabäckern um?

Theo Hartig, Lehrstuhl für Organisation, Personal- und Informationsmanagement, Uni Saarbrücken

**Traditionalisten
bis 1955**

**Babyboomer
1956 - 1965**

**Generation X
1966 - 1980**

**Generation Y
1981 - 1995**

**Generation Z
ab 1996**



**Prägende
Erfahrungen,
Einflüsse**

2. Weltkrieg, Wiederaufbau, harte Arbeit und Entbehrungen

Wirtschaftswunder, gesellschaftliche Umbrüche, 68er Revolution, Frauenbewegung

„Generation Golf“
Fernsehzeitalter,
Mauerfall,
Ende kalter Krieg

„Millennials“
Digitale Revolution,
weltweiter Terror

„Generation YouTube“
Globalisierung,
Erderwärmung,
Wikileaks



**Arbeitshaltung,
Karriere**

Beruf zum Zweck der Finanzierung des Lebensunterhalts, nicht zur Selbstverwirklichung.

Arbeit hat einen hohen Stellenwert, der Begriff „Workaholic“ wurde von ihnen geprägt.

Berufliche Karriere ist genauso wichtig wie eine ausgewogene Work-Life-Balance

Der Job muss Spaß machen, Karriere ist nicht so wichtig. Arbeit und Privatleben werden nicht so streng getrennt.

Feste Abgrenzung, klare Strukturen. Trennung von Arbeit und Privatleben



**Lebenseinstellung,
Werte**

Konformität, Gehorsam und Respekt vor Regeln und Autoritäten.

Durchsetzungsvermögen, Teamgeist, Idealismus, Protest

Unabhängigkeit, Individualismus, Freiheitsliebe, Sinnsuche

Streben nach Selbstverwirklichung, Freiheit, Leben im Hier und Jetzt

Selbstverwirklichung im privaten und sozialen Umfeld, Authentizität, Ehrlichkeit



**Technologie-
nutzung**

Wenig bis kein Bezug zur neuen Technik

Neue Technik wird eher im Arbeitsumfeld genutzt

Technologischer Wandel analog zu digital. Technikaffin u. versiert

Digital Natives, „24 Stunden online“

„Technoholics“
Virtual Reality, Cloud, Musikstream



Kommunikation

Face-to-Face

Face-to-Face, Telefon

SMS, E-Mail, Messenger

Social Media, Messenger

FaceTime, Messenger



**Bevorzugte Medien,
Werbekanäle**

Klassische Medien bevorzugt

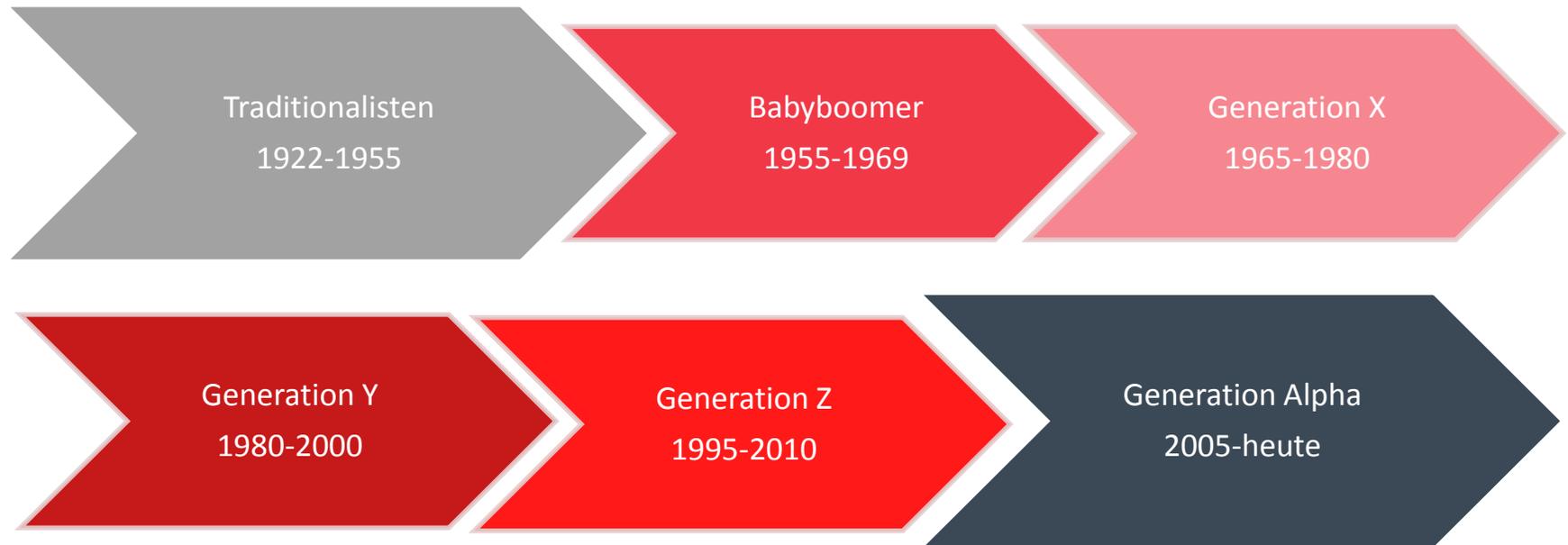
E-Mail, Tageszeitung, Radio, TV, Facebook

E-Mail, Facebook, TV, Online-Nachrichten

Twitter, Instagram, TV mit gleichzeitig zweitem Bildschirm, Facebook

Snapchat, Spotify, Whisper, YouTube, Tumblr

Mit welchen Generationen gestalten wir die Zukunft?



GENERATION Y

iii Junge Talente finden & binden

Y



STECKBRIEF GENERATION Y

Geboren 1980 – 1997

Einflüsse:

Globalisierung

Technologisierung

Marktwachstum &
Überfluss



Alias:

Millenials

Digital Natives

Spaß-
Gesellschaft

CHARAKTERISTIKA GENERATION Y



GEBILDET

19% haben einen Hochschulabschluss



HART ARBEITEND

1 von 7 arbeitet über **50** Stunden / Woche



INTERNATIONAL

60% sind offen für einen Einsatz im Ausland



TECHNOLOGISCH

60% erwarten Arbeitshandy & Laptop



FINANZBEWUSST

57% legen großen Wert auf ihr **Einkommen**



VERNETZT

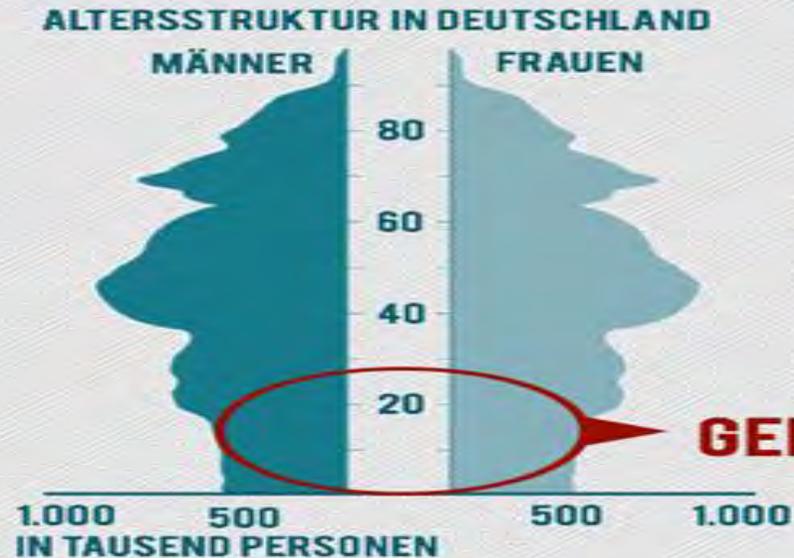
71% nutzen Soziale Netzwerke, um sich auszutauschen



3,3 Millionen

deutsche Studenten nutzen Soziale Netzwerke zur Jobsuche

Die Generation Y wird am Arbeitsmarkt immer wichtiger...



VERKNAPPUNG

Durch die alternde Gesellschaft rücken **weniger Fachkräfte** nach...

trotz dieser Verknappung werden
im Jahr **2020 50%** aller Arbeitnehmer
weltweit der **GENERATION Y** angehören.

Um den Unternehmenserfolg zu sichern, gilt es,
bereits heute **Junge Talente** zu finden & zu
binden.

Was erwartet die Generation Y von ihrem Arbeitgeber?



FLEXIBILITÄT

 HOME OFFICE

 FLEXIBLE ARBEITSZEIT

 SABBATICAL



WORK-LIFE BALANCE

 KOLLEGIALES UMFELD

 ELTERNZEIT

 UNTERNEHMENS-SPORT



NACHHALTIGKEIT

 OFFICE ANBINDUNG

 WEITERBILDUNG

 CORPORATE RESPONSIBILITY

Junge Talente
sollten von Arbeitgeberqualitäten
überzeugt werden

So lässt sich die Generation Y überzeugen...

BEI DER
ARBEITGEBERWAHL
achtet die Generation Y auf
TRANSPARENZ!

Es ist wichtig



HINTERGRÜNDE



PROZESSE



ZIELE



authentisch, klar & verständlich
zu kommunizieren

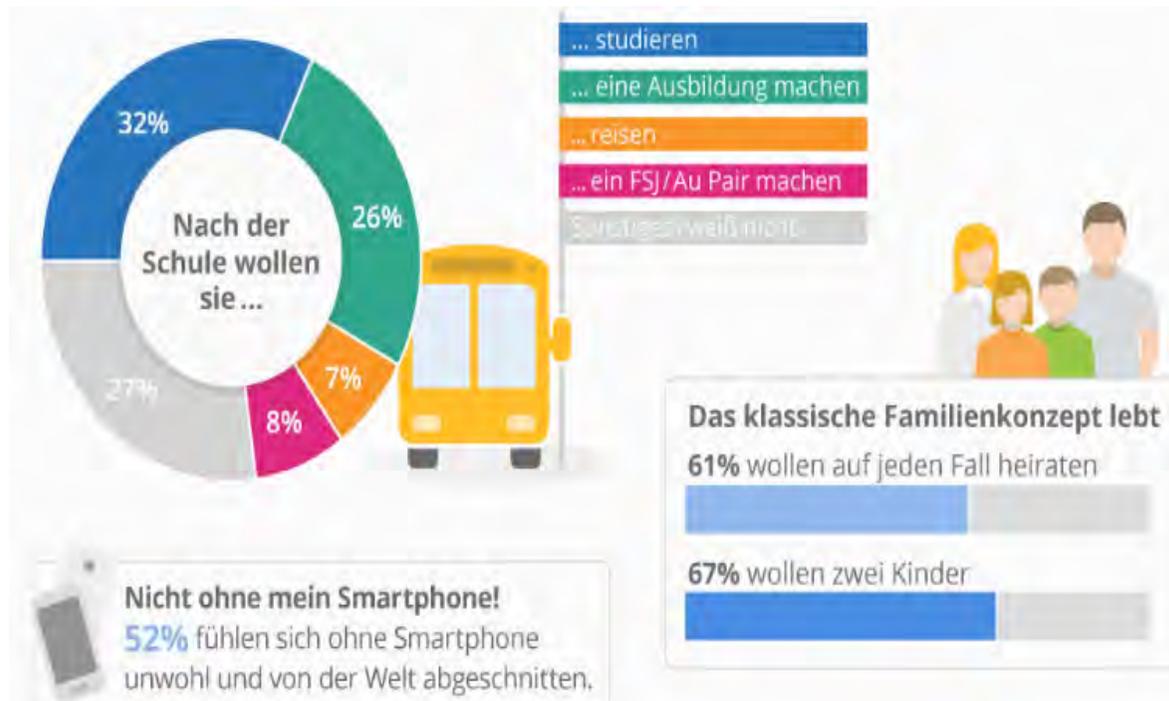
Generation „Z“

- Fehlende Bereitschaft zur Unternehmensbindung.
- Wenig Loyalität
- Klare Trennung zwischen Berufs- und Privatleben: Hat "Work-Life-Blending" für die Generation Y noch bestens funktioniert, versagt es bei der Generation Z.
- „Flexibles Arbeitszeitsystem" Alarmglocken stehen auf rot.
- Homeoffice nur dann, wenn das Auto in die Werkstatt muss oder der Handwerker in die Wohnung gelassen werden soll. Ansonsten gilt eindeutig das Postulat einer strikten Trennung.



Generation „Z“

Generation Z: Eigentlich ganz vernünftig



Generation „Alpha“



Trend gegen die Technologie

- Gegenbewegung zu dem volltechnologischen Leben
- Trend macht sich bemerkbar, dass Kinder möglichst tech-frei erzogen werden sollen
- Studien warnen davor, Kinder schon im frühesten Kindesalter vor ein iPad zu setzen
- „Smartphone-Entwöhnung“

Die Generation Alpha wird scrollen können noch bevor sie sprechen kann.

Foto: Illustration von Hayley Ard

Generation „Alpha“



Technologie gehört von Anfang an zum Leben der Generation Alpha.

Foto: Illustration von Hayley Ard

Vermutlich wird es die Generation sein, die

- Richtigen Umgang mit radikal technologischen Fortschritt hat.
- Neue Technologie zum Vorteil nutzen — und nur dann, wenn sie sinnvoll sind.
- Keine Katzenbilder in sozialen Netzwerken teilen oder auf einen Onkel aus Namibia reinfallen, der per Mail ein Milliardenerbe verspricht.
- Mit Alexa (oder wem auch immer) sprechen, um das Licht anzumachen oder den Backofen vorzuheizen.
- Technikfreien Raum zu schaffen.

Digitalisierung des individuellen Lebensbereich

....Kommunikation über Smartphone u. Tablet jederzeit möglich...

....Einkauf oder Buchen seiner Reise übers Internet

....Smart Home: Telefon, PC und Fernseher sind vernetzt, via Handy lässt sich das Zuhause auch von unterwegs steuern....

...Für jedes persönliche Interesse kann man inzwischen Apps herunterladen...

Zunehmende Digitalisierung des individuellen Lebensbereichs



Veränderung der Arbeitswelt bei CHF

Flexibilisierung von Arbeitszeit und Arbeitsort
Tarifvertrag: Mobiles Arbeiten

§ 2 Grundsätze

Mobiles Arbeiten soll dazu beitragen, die Vereinbarkeit der Arbeitstätigkeit und der persönlichen Lebensführung zu verbessern und eine flexible Gestaltung von Arbeitszeit und -ort im privaten sowie betrieblichen Interesse zu ermöglichen.

Mobiles Arbeiten umfasst alle arbeitsvertraglichen Tätigkeiten, die zeitweise außerhalb der Betriebsstätten durchgeführt werden. Es ist nicht auf Arbeiten mit mobilen Endgeräten beschränkt. Mobiles Arbeiten umfasst jedoch nicht Tätigkeiten oder Arbeitsformen, die aufgrund ihrer Eigenart außerhalb des Betriebs zu erbringen sind, z.B. Bereitschaftsdienst, Rufbereitschaft, Telearbeit, Vertriebs-, Service- und Montagetätigkeiten oder vergleichbare Tätigkeiten.

Durch technischen Fortschritt ergeben sich neue Möglichkeiten des flexiblen Mitarbeiterereinsatzes, z.B. Bildtelefon, Telko, Webex

Moderne Kommunikationsmittel bieten die Möglichkeit, Privatleben und Beruf besser in Einklang zu bringen, mobiles Arbeiten, Arbeit im Home-Office

Zunehmender Fachkräftemangel, daher ist es wichtig, den MA Gestaltungsmöglichkeiten einzuräumen. Rechtsrahmen steckt viel zu enge Grenzen



Veränderung der Arbeitswelt bei CHF

- Stärkere Orientierung an Arbeitsergebnissen an Stelle von Arbeitszeit
Starre Arbeitszeiten wirken sich negativ auf Produktivität und auf die Motivation aus.



ARBEITSZEITGESETZ

Gesetzliche Regelungen

Ruhezeiten

Nacht- & Schichtarbeit

Sonn- und Feiertage

Überstunden

Jugendschutz

Veränderung der Arbeitswelt bei CHF

- Neuer Betriebsbegriff
BetrVG orientiert sich an einem Betriebsbegriff, der noch aus den Zeiten der klassischen, ortsgebundenen industriellen Wertschöpfung herrührt.



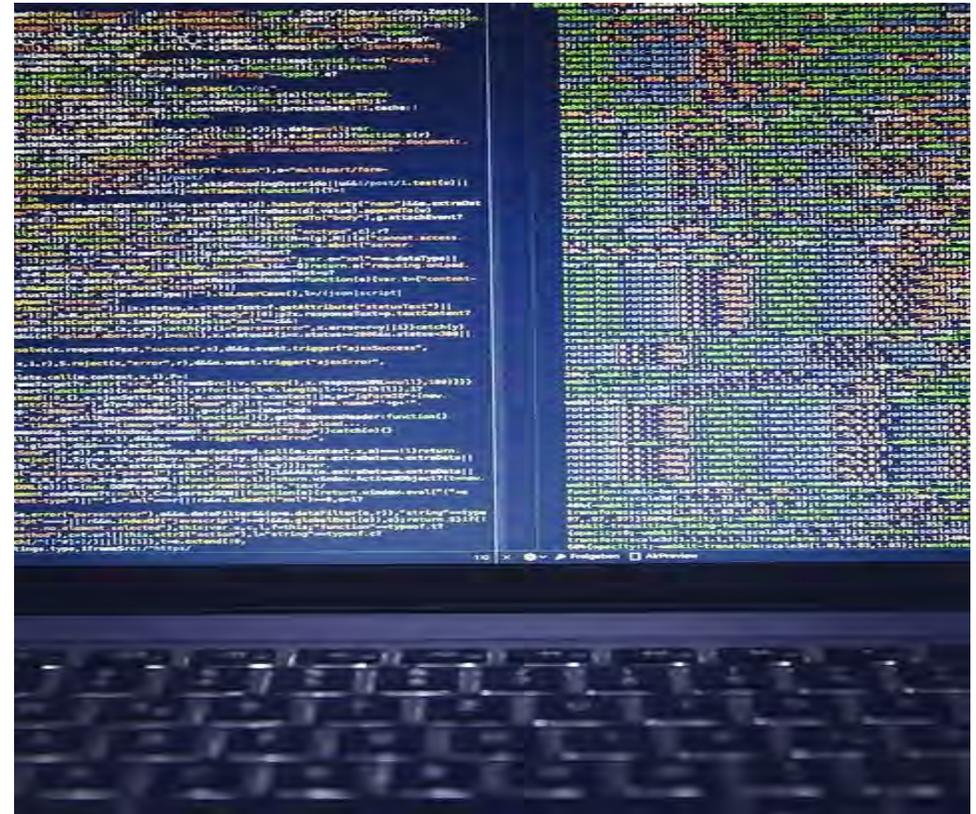
Veränderung der Arbeitswelt bei CHF

- Beschleunigte Entscheidungsprozesse
moderne Kommunikationsmittel bringen schnellere und unkompliziertere Entscheidungsprozesse mit sich, Reaktion ohne Verzögerungen. ABER: Schnelle Umsetzung wird oft durch langwierige Mitbestimmungsprozesse gehemmt.



Veränderung der Arbeitswelt bei CHF

- Zunahme von Werk- und Dienstverträgen
CBS = Constantia Business Services, Abwicklung soll schneller und kostengünstiger abgewickelt werden



Entwicklung und Treiber der BGM Bewegung

Digitale Beschleunigung und Arbeitsflexibilisierung

Geringere Planbarkeit führt zu Verunsicherung und damit zu mehr Stress, deshalb verbindliche Absprachen treffen

vermehrte Investition in Kompetenzen statt in fachliche Qualifikationen

Auskünfte aus dem Internet ermöglichen es, für spezifische Infos sehr schnell zu recherchieren

Psychische Gesundheit

geringere Hemmschwelle, sich zu psychischen Erkrankungen zu bekennen

Psychische Gefährdungsanalyse

Beratungsservice für MA + FK, Hotline

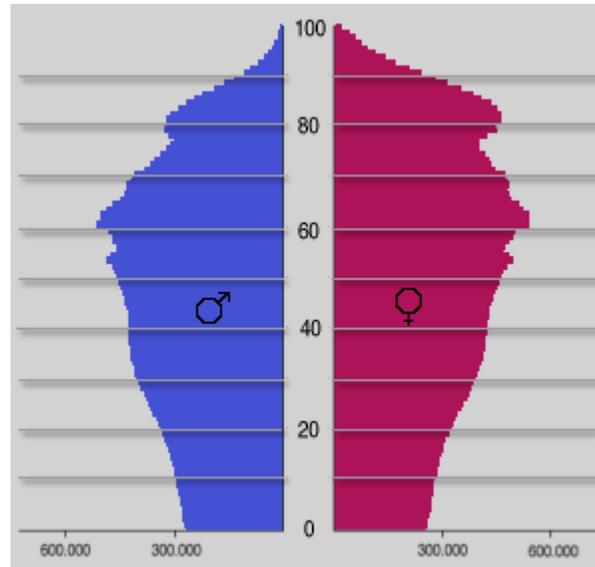
Inhouse-Trainings bereits 2x durchgeführt



Entwicklung und Treiber der BGM Bewegung

Demografische Herausforderungen

Altersstrukturanalyse, frühzeitig erkennen, ob CHF auf den demografischen Wandel vorbereitet ist



Entwicklung und Treiber der BGM Bewegung

Fachkräftemangel und Anspruchshaltung

Herausforderung ist, sich als Unternehmen entsprechend attraktiv auf dem Arbeitsmarkt zu präsentieren, um junge Mitarbeiter für den eigenen Betrieb zu interessieren, und gleichzeitig die bestehende Belegschaft möglichst lange motiviert und leistungsfähig zu erhalten.



Trends

Fitness und Lifestyle

Fitness ist zu einer Art Lifestyle Bewegung geworden, Sportlichkeit als Ausdruck eines zur Schau gestellten Lebensgefühls, dessen Parameter ständig durch Wearables (tragbare Datenverarbeitung) am Handgelenk gemessen, dokumentiert und in die Community kommuniziert wird. Dauerhafter Wettbewerb, es besteht die Gefahr, dass Stress entsteht.



Trends

Achtsamkeit

es geht dabei um die Bewusstmachung der individuellen Situation und das Ableiten positiver Handlungsoptionen. Kurz inne halten und den aktuellen Lebensstil reflektieren

Handyfreie Zonen einrichten

klare Regelungen mit dem Umgang von E-Mails

Erreichbarkeit regeln

