

## **„Generation Y – Konsequenzen für die Mitarbeiterführung in der Zahnarztpraxis“**

Das Ziel dieser Masterarbeit ist, Kolleginnen und Kollegen auf diese hochbrisante Thematik hinzuweisen und ein Interesse dafür zu wecken, sich mit den spezifischen Besonderheiten und Erwartungen der Generation der zwischen 1980 und 1995 Geborenen sorgfältig vertraut zu machen. Bis 2020 macht diese Bevölkerungskohorte etwa 50% der Arbeitnehmerschaft aus.

Zahlreiche Publikationen zu diesem Themenkomplex haben den akademischen Nachwuchs im Blick. Der Schwerpunkt dieser Arbeit liegt deshalb auf der Betrachtung der zahnmedizinischen Fachangestellten (ZFA, ZMV und ZMP).

Die Masterarbeit geht von einem klar definierten Generationenbegriff aus: „Die Gesamtheit der Menschen ungefähr gleicher Altersstufe mit ähnlicher sozialer Orientierung und Lebensauffassung“ (Duden). Nach Durchsicht zahlreicher Publikationen zu diesem Thema geht diese Arbeit für die Generation Y von den Geburtsjahrgängen 1980 bis 1995, also der heute etwa 20 bis 35 Jährigen aus. Diese Generation ist wie kaum eine frühere beschrieben und mit unterschiedlichen Namen versehen worden: „Millennials“, „Digital Natives“, „Net Generation“, „Generation @“, „Cyber Kids“- aber auch humorvoll wie „Generation Helicopter“ oder „Generation Nintendo“ und in China „Kleine Kaiser“. Diese Arbeit übernimmt den Begriff Generation Y – oder Gen Y, nicht nur, weil sie auf die Generation X folgt, sondern auch und vor allem wegen der Doppeldeutigkeit: Y wird im Englischen Why = Warum ausgesprochen. „Warum“ ist ein Schlüsselwort zum Verständnis dieser Bevölkerungskohorte.

Diese jungen Menschen sind in einem Lebensumfeld aufgewachsen, in dem alle elementaren Fragen beantwortet zu sein schienen. Sie konnte und kann sich voll auf die oberste Stufe der Maslowschen Bedürfnispyramide konzentrieren, nämlich

die der Selbstverwirklichung. Der elementare Unterschied zu allen Vorgängergenerationen ist jedoch, daß die Angehörigen der Gen Y seit Geburt mit digitaler Technik und seit der Schulzeit mit dem Internet aufgewachsen sind. Sie leben, denken und arbeiten neben der realen zugleich in einer virtuellen Welt. Sie gehen nicht wie ihre Eltern „ins“ Internet, sie leben „im“ Internet.<sup>1</sup>

Um diese jungen Menschen als Mitarbeiter zu gewinnen und zu halten ist es zunehmend erforderlich, sie dort abzuholen, wo sie sind: in ihrer digitalen Welt. Dafür ist eine erste Voraussetzung, daß der eigene Internetauftritt ständig aktualisiert wird. Junge Menschen orientieren sich nicht mehr in den klassischen Medien sondern in Internet Foren, Plattformen, Jobbörsen sowie im Bereich Social Media. Um diese jungen Menschen für einen längeren Zeitraum als Mitarbeiter zu halten, sind Einstellungs- und Verhaltensänderungen vieler Chefs erforderlich.

### Methode

Zusätzlich zu eigener Recherche und der Auswertung von deutschen und internationalen Veröffentlichungen wurde von der Verfasserin ein Fragebogen erstellt, eigenhändig in drei Klassen des Oberstufenzentrums Gesundheit in Berlin Wedding vorgestellt und in ihrer Gegenwart von allen Schülerinnen ausgefüllt. Die ausgefüllten Fragebögen wurden unter verschiedenen Aspekten analysiert und ausgewertet.

Es gab zahlreiche Runden mit vielen Gesprächspartnern aus unterschiedlichen Generationen, deren Ergebnisse ebenso in die Arbeit eingeflossen sind wie eigene Erfahrungen, Erkenntnisse und Schlußfolgerungen.

### Résumé

Die Arbeit schließt ab mit einem Katalog von Empfehlungen – speziell für die Zahnarztpraxis – sowie mit einer Checkliste für Zahnärzte, die offen für dieses Thema sind.

## ***Abstract***

### Introduction

For the theme of this Master's thesis "Generation Y- consequences for leadership style in dental practices" I have been made aware of through potential for unfortunate circumstances even in my own practice which came to my attention.

The aim of this Master's thesis is to point out this highly charged topic and to try and arouse interest in order to be able to acquaint oneself with the specific characteristics and expectations of those born between 1980 and 1995. By 2020, this population cohort will make up about 50% of the workforce.

Numerous publications on this topic keep an eye on the academic talent. Therefore the main emphasis of this work is the consideration of the dental assistant.

This Master's thesis is based on a clearly defined concept of generation "The entirety of people of approximately same age with similar social orientation and outlook on life" (Duden). Reviewing numerous publications on this topic, generation Y includes birth cohorts between 1980 and 1995, meaning people between 20 and 35 years of age today. This generation is described in more depth than any before and has been given numerous names including "Millennials", "Digital Natives", "Net Generation", "Generation @", "Cyber Kids" but also humorous such as "Generation Helicopter" or "Generation Nintendo" or as in China "Little Emperor". This piece of work, carrying the name "Generation Y" or "Gen Y", is not only called this because it follows the generation X but also due to its ambiguity. Y, if one not only follows the alphabet, can be understood as "Why". "Why" is the key to understanding this population cohort.

These young people have grown up in a living environment in which all basic questions seem to have been answered. This generation can fully live out the uppermost stage of Maslow's hierarchy of needs, namely self- actualisation. The remarkable difference to any other previous generations is that members of Gen Y

grew up with technology and the World Wide Web. They live, think and work inside both the real and the virtual world. They would not “go” online as their parents would they “live” online<sup>2</sup>.

There is the increased necessity, in order to attract and hold these young people as employees, for the employer to pick them up where they are: in their digital world. This in first place requires your own webpage to be constantly updated. Young people no longer orientate themselves towards traditional media, but towards Internet forums, platforms, job fairs and social media sites. Allowing employers to keep these young people as their employees for a longer period of time many chefs are required to undergo attitudinal and behavioural changes.

### Method

In addition to research and an analysis of German and international publications, a questionnaire has been created by the author. This has been presented to and filled out by three classes of the “Oberstufenzentrum” health in Berlin- Wedding. Taking different aspects into account, the completed questionnaires were analysed and evaluated.

Results from numerous groups with many interlocutors from different generations as well as own experiences, findings and conclusions were incorporated into this work.

### Résumé

The work concludes with a set of recommendations - especially for the dental office - as well as a checklist for those dentists that have an open mind about this topic.

---

<sup>2</sup> Kerstin Bund „Glück schlägt Geld“ S. 11