

Presseinformation

Corporate Citizenship » Studie: Fehlendes Wissen bremst Gestaltungswillen der Gen Z

Nachhaltig Gründen: Fehlendes Wissen bremst Gestaltungswillen der Gen Z

In einer Studie¹ sieht die große Mehrheit der Gen Z Bedarf nach mehr nachhaltigen Gründungen; mangelnde Vermittlung von Schlüsselkompetenzen als Hürde

- Große Mehrheit der Gen Z sieht Bedarf nach einer nachhaltigeren und innovativeren Wirtschaft¹
- Gründungswille: Knapp die Hälfte der befragten 16-24-Jährigen kann sich ein eigenes Start-up vorstellen
- Fehlendes Wissen in Bereichen wie Programmierung, KI und Data bremst Tatendrang



Schwalbach/Ts. – 13. Oktober 2021 – Die Generation Z wünscht sich, dass die deutsche Wirtschaft nachhaltiger und innovativer wird. Dieser Aussage stimmen über 80 Prozent der 16- bis 24-Jährigen zu. Eine große Mehrheit von ihnen sieht dabei nicht nur den Bedarf nach mehr nachhaltigen Unternehmensgründungen (78 Prozent); die junge Generation möchte den Wandel selbst anpacken. Knapp die Hälfte kann sich zwar die Gründung eines eigenen Start-ups vorstellen, doch nur ein Bruchteil realisiert das Vorhaben. Fehlende Kompetenzen in Zukunftsfeldern wie Programmierung, Künstliche Intelligenz und Datenanalyse, aber auch mangelndes Wissen bei unternehmerischen Fragen und digitalen Geschäftsmodellen bremsen den Tatendrang. Das zeigt eine aktuelle Umfrage unter 1.506 Menschen im Alter von 16 bis 24 Jahren, die YouGov im Auftrag von Samsung Electronics in Deutschland durchgeführt hat.¹

In dieser entscheidenden Zukunftsfrage ist sich die große Mehrheit der Gen Z einig: Die deutsche Wirtschaft soll nachhaltiger werden (85 Prozent), innovativer (82 Prozent) und digitaler (77 Prozent). Den größten Bedarf an nachhaltigen Innovationen sehen junge Menschen beim Umweltschutz (50 Prozent), im Energiesektor (38 Prozent), in der Bildung (37 Prozent) sowie im

¹ Quelle: Im Auftrag von Samsung hat YouGov im Zeitraum vom 7. September bis 20. September 2021 1.506 junge Menschen im Alter von 16 bis 24 Jahren in schulischer Ausbildung, Berufsausbildung oder Studium zum Thema Unternehmensgründung und Social Entrepreneurship befragt.

Bereich Mobilität (36 Prozent). Dass Technologie einen Beitrag dazu leisten kann, gesellschaftliche Probleme zu lösen, glauben drei Viertel der Befragten.¹

Anpacken, selbst machen und die Wirtschaft verändern: Die Gen Z ist gründungswillig, das zeigt auch die aktuelle Umfrage. Fast die Hälfte (46 Prozent) kann sich vorstellen, ein eigenes Start-up zu gründen. 87 Prozent der befragten Gründungswilligen geben dabei an, dass ihnen Nachhaltigkeit bei einem eigenen Start-up wichtig bis äußerst wichtig wäre. Der Wille ist also da, die Gründe, die sie von einer Gründung abhalten, aber auch. Fehlendes Wissen (42 Prozent), schwerer Zugang zu finanziellen Mitteln (38 Prozent) und mangelnder Mut (28 Prozent) gehören zu den wesentlichen Hürden auf dem Weg, Ideen in die Tat umzusetzen.¹

Große Wissenslücken bei digitalen Schlüsselkompetenzen

Die Umfrage wirft einen detaillierten Blick darauf, in welchen Bereichen den Befragten nach eigener Einschätzung wesentliches Wissen fehlt, um eigene Ideen umzusetzen: Über zwei Drittel (69 Prozent) geben an, zu wenig über Unternehmensgründungen zu wissen. Besonders groß sind die Lücken außerdem bei digitalen Schlüsselkompetenzen: Ein Großteil der Generation der 16-24-Jährigen gibt an, wenig bis überhaupt kein Wissen in den Bereichen Programmiersprachen (70 Prozent), Künstliche Intelligenz (63 Prozent), Daten und Datenanalyse (62 Prozent) und Cloud Technologie (61 Prozent) zu haben. Dabei wünscht sich die Gen Z genau in diesen Bereichen eine bessere Wissensvermittlung durch das offizielle Bildungssystem.¹

„Die Gen Z ist eine Generation voller Innovations- und Tatendrang, die soziale und ökologische Ziele verfolgt und es nicht scheut, dafür ungewohnte Wege zu gehen. Genau solchen Unternehmungsgeist braucht Deutschland. Es darf nicht sein, dass wir dieses Potenzial verschenken, weil die passenden Rahmenbedingungen fehlen. Ein wesentlicher Hebel ist die Vermittlung von zentralen Zukunftskompetenzen in der schulischen Bildung, Ausbildung und jeglichen Formen des Studiums. Ein Verständnis für digitale Technologien und Programmierkenntnisse gehören genauso zum Grundrüstzeug junger Menschen wie Problemlösungskompetenzen und unternehmerisches Basiswissen“, so Steffen Ganders, Director Corporate Affairs, Samsung Electronics GmbH.

Rolle von Innovationsprogrammen aus der Wirtschaft

Mit dem Innovationsprogramm „Solve for Tomorrow“ fördert Samsung Electronics weltweit Ideen junger Menschen, die mit Technologie gesellschaftliche Veränderung bewirken möchten. Die Initiative setzt dort an, wo sich die Gen Z Unterstützung wünscht: Sie vermittelt Zukunftskompetenzen und begleitet junge Menschen mit nachhaltigen Ideen auf dem Weg zur Umsetzung. „Es gibt mittlerweile zahlreiche wertvolle Initiativen aus der Wirtschaft, die Gründungsunterstützung bieten. Wir setzen mit unserem Programm bewusst bei der Ideenfindung an, um mehr junge Menschen überhaupt erst zu Pilotprojekten und eigenen Unternehmensgründungen zu motivieren. Doch Förderprogramme aus der Wirtschaft können nur ein Teil der Lösung sein. Es braucht einen Wandel in der Bildung, um der breiten Masse der Gen Z das richtige Rüstzeug mitzugeben, um die Transformation der Wirtschaft zu gestalten“, so Steffen Ganders.

Im Rahmen des Programms bietet Samsung in Deutschland unter anderem kostenfreie Design-Thinking-Workshops für junge Menschen ab 18 Jahren an, in denen sie gemeinsam nachhaltige Ideen für die Zukunft erarbeiten. Die Workshops sind die Vorstufe zu einem landesweiten Wettbewerb, der junge Teams dabei begleitet, ihre Ideen in die Tat umzusetzen. In einem mehrstufigen Prozess erhalten sie Trainings zur Ausarbeitung ihrer Geschäftsmodelle und

intensive Coachings durch erfahrene Expertinnen und Experten aus Wissenschaft und Wirtschaft. In diesem Jahr haben mit EP-Checkup (digitale Patientenakte für Angehörige), Ingrid (VR gegen Vereinsamung im Alter) und Greenlist (nachhaltige Einkaufsliste per Knopfdruck) drei Teams im Wettbewerb überzeugt, die Samsung auf ihrem weiteren Weg begleitet. Weitere Informationen zum Programm gibt es unter: <https://news.samsung.com/de/gewinner-von-solve-for-tomorrow-2021-stehen-fest>.

Diese Presseinformation und Bildmaterial finden Sie im Samsung Newsroom unter <https://news.samsung.com/de/studie-fehlendes-wissen-bremst-gestaltungswillen-der-gen-z>.

Gesellschaftliches Engagement: Samsung Electronics

Mit seiner CSR Vision „Together for Tomorrow! Enabling People.“ unterstützt Samsung mit seinem Bildungsengagement zukünftige Generationen darin, ihr volles Potenzial zu nutzen, um positive soziale Veränderungen zu bewirken. Mithilfe unserer Corporate Citizenship-Programme zur Förderung von Digitalkompetenz und Social Entrepreneurship möchten wir junge Menschen motivieren, innovative Ideen zu entwickeln und zu realisieren, die die Welt zu einem besseren Ort machen, indem sie einen Beitrag zur Erreichung der Sustainable Development Goals (SDG) der Vereinten Nationen leisten. Weitere Informationen finden Sie unter samsung.de/corporate-citizenship

Über Samsung Electronics

Samsung Electronics Co., Ltd. inspiriert Menschen und gestaltet die Zukunft mit Ideen und Technologien, die unser Leben verbessern. Das Unternehmen verändert die Welt von Fernsehern, Smartphones, Wearables, Tablets, Haushaltsgeräten, Netzwerk-Systemen, Speicher-, Halbleiter- und LED-Produkten. Entdecken Sie die neuesten Nachrichten im Samsung Newsroom unter news.samsung.com/de.

Pressekontakt Samsung
Samsung Electronics GmbH
Sebastian Boms
Am Kronberger Hang 6
65824 Schwalbach / Ts.
s.boms@samsung.com

Pressekontakt Agentur
Unternehmenskommunikation
Ketchum GmbH
Gesine Märten
Tel: 0351 / 84304-26
samsung.cc@ketchum.de