

CHRISTIAN SCHOLZ über STUDIERENDE der GENERATION Z



Foto: privat

Ideenwettbewerb

Internationales Marketing

BONN Der Ideenwettbewerb „Internationales Forschungsmarketing“ will Hochschulen und Forschungseinrichtungen helfen, sich international zu positionieren.

Es werden drei Preise im Wert von je 100 000 Euro vergeben sowie ein Startup-Sonderpreis in Höhe von 75 000 Euro. Mit dem Preisgeld will die Deutsche Forschungsgemeinschaft (DFG) Maßnahmen realisieren helfen, die einen Mehrwert für die Hochschule bieten und zugleich die Attraktivität des Forschungsstandortes Deutschland im Ausland sichtbar machen. Gefragt sind Konzepte, die Institutionen, Regionen oder Forschungsnetzwerke als starke Kooperationspartner international positionieren. lut

 **Einreichfrist: 1. September**

 **Internet**
<http://tinyurl.com/jxzejlo>

Online-Test

Stereotypen auf der Spur

BARCELONA Geschlechterstereotypes Denken ist auch im Hochschulbereich verbreitet. Ein Assoziationstest gibt Aufschluss darüber, ob und inwiefern die Testperson selbst befangen ist.

Unbewusste geschlechtsspezifische Verzerrungen der Wahrnehmung gehören laut der Kontaktstelle „Frauen in die EU-Forschung“ (FiF) zum akademischen Alltag. Um geschlechtsspezifische Hürden für akademische Karrieren abzubauen, sei es wichtig, sich dieses Phänomens bewusst zu werden. Das EU-Projekt LIBRA, ein Verbund aus zehn Forschungsinstituten der Lebenswissenschaften, fördert Geschlechtergerechtigkeit und hat einen Online-Test entwickelt, der Teilnehmern über Assoziationen geschlechterspezifische Denkmuster bewusst macht. lut

 **Internet**
<http://tinyurl.com/z85cn6b>

„Aus der Komfortzone herausholen“

SAARBRÜCKEN Für die ab 1995 geborene sogenannte Generation Z ist er ein gefragter Experte: Univ.-Prof. Dr. Christian Scholz, Wirtschaftswissenschaftler an der Universität des Saarlandes und Leiter des Europa-Institutes Saarbrücken. Er erklärt, wie die jüngste Studentengeneration tickt und was das für die Hochschulen bedeutet.

duz Studierende der Generation Z füllen die Hörsäle. Das sind doch die, die ständig auf ihr Smartphone schielen und nur noch ein paar Minuten zuhören können?

Scholz In der Tat: Die Generation Z schaut in Seminaren oft aufs Handy und hat eine kürzere Aufmerksamkeitsspanne als frühere Studenten. Sie ist rasche Input-Wechsel gewohnt und schnell gelangweilt. Am liebsten bekommt sie den Stoff in kleinen Häppchen via Powerpoint serviert.

duz Wie sollen Lehrende darauf reagieren?

Scholz Dozenten sollten sich klar ausdrücken und für Abwechslung sorgen. In meiner Großvorlesung „HR Basics“ nutze ich Videos und Quizabfragen via Smartphone. Zudem haben wir eine Lernplattform auf Moodle und eine App für iPhones entwickelt. Auch Gamification ist eine Option. Das heißt aber nicht, dass Lehrende zu Entertainern mutieren sollen, die den Wünschen der Generation Z überall nachgeben. Im Gegenteil: Das wäre kontraproduktiv.

duz Warum?

Scholz Unsere Studierenden sind Strukturgebung gewohnt. Schultage sind durchgetaktet, an der Hochschule sorgt die Bologna-Reform für ein enges Studienkorsett. Jede Benotung


zählt. Die Generation Z will Klausurwissen erwerben und Studienvorgaben erfüllen. Es gibt wenig Diskussionskultur, kaum hochschulpolitisches Engagement. Lehrende, die Stoffe nur unterhaltsam und kleinteilig vermitteln, leisten dieser Fehlentwicklung Vorschub, die der Grundidee von Hochschule widerspricht. Statt dessen sollten sie kritische Diskussionen fördern und Interesse für Wissenschaft als Erkenntnisprozess wecken.

duz Lässt sich denn die Generation Z im Hörsaal aus der Reserve locken?

Scholz Wenn ich die Studenten direkt anspreche, klappt das durchaus. Dann diskutiere ich aktuelle Themen und frage etwa, warum sich die Generation Z beim Brexit nicht eingemischt hat, jetzt aber beklagt. Durch solche Diskussionen lässt sie sich aus der Komfortzone herausholen.

duz In welcher Form befassen sich Leitungsebenen von Hochschulen mit der Generation Z?

Scholz Abgesehen von der Einführung digitaler Medien setzen sich Hochschulleitungen kaum mit der Generation Z auseinander. Erstsemester betreten die Hochschule und nehmen brav ihren Plan für die nächsten Jahre entgegen. Dieser Status quo widerspricht dem, was Hochschulen für Studierende und die Gesellschaft leisten sollten. Das sollten wir im Interesse der Generation Z und mit ihr ganz rasch ändern!

 **Christian Scholz** Generation Z.

Wie sie tickt, was sie verändert und warum sie uns alle ansteckt. Wiley-VCH Verlag, Weinheim 2014. 220 S., 19,99 Euro

Die Fragen stellte Lutz Steinbrück.