**Pokolenie Z chce pracować dla inspirujących liderów** – **ci oczekują partnerstwa**

**Warszawa, listopad 2024 roku** – Jakie jest wymarzone miejsce pracy osób z pokolenia Z, rozpoczynających karierę zawodową? Studentki i studenci mówią jasno: takie, w którym panuje dobra atmosfera, które wspiera rozwój zawodowy i dzielenie się pomysłami.

**Pracodawca marzeń według GenZ**

Młodzi oczekują przejrzystej komunikacji i otwarcia na różnorodność. Pracodawca ich marzeń działa w oparciu o idee zrównoważonego rozwoju i dba o równowagę pracowników między życiem zawodowym i prywatnym. Idealny lider to osoba zaangażowana, wspierająca, motywująca - zwłaszcza w trudnych momentach, udzielająca informacji zwrotnej, doceniająca zespół i jednostki. Młodzi cenią dostęp do nowoczesnych technologii, w tym wykorzystanie AI m.in. do automatyzacji pracy. Praca w zespole, zlokalizowanym w różnych częściach świata, jest dla nich czymś naturalnym. Doceniają możliwość pracy w domu, ale jednocześnie chcą mieć bezpośredni kontakt ze współpracownikami w przyjaźnie zaprojektowanych przestrzeniach.

W takim miejscu młodzi są gotowi angażować się, poszerzać kompetencje, nabywać nowe umiejętności, efektywnie pracować – i dbać o swoich liderów.

**Rozwijające środowisko pracy**

To wnioski ze spotkania skierowanego do pokolenia Z „InnFuture Sustainability Talks: Shaping Tomorrow’s Workplace”, zorganizowanego przez firmę Bayer. To już trzecie spotkanie z cyklu #SustaTalks w Warszawie i pierwsze zrealizowane równolegle w trzech krajach: Polsce, Czechach i na Węgrzech. W tym roku zgromadziło 140 przedstawicieli pokolenia Z z 50 uczelni, dołączyło do nich 120 uczestników transmisji na platformie LinkedIn.

Podobnie, jak dotychczasowe spotkania, również tegoroczne było szansą na poznanie różnorodnych perspektyw zaproszonych ekspertów i gości reprezentujących różne pokolenia i odmienne punkty widzenia. Uczestnicy mieli możliwość bezpośrednich rozmów z liderami firmy Bayer, ekspertami środowiska start-upów, organizacji międzynarodowych i uczelni. W trakcie debat wysłuchali ciekawych wniosków o współtworzeniu i pracy w zespole, o tym jak przygotować się na porażki i zachować zaangażowanie. Ich głosem były reprezentantki pokolenia Z w każdym z paneli.

W tegorocznej edycji networking rozszerzono o platformę Linkedin, a dodatkowo uczestnikom stworzono możliwości indywidualnych konsultacji ze specjalistami HR i rekrutacji w specjalnej przestrzeni Marketplace. Elementem wydarzenia był warsztat, obejmujący pracę w grupach.

– *To była fantastyczna okazja do dyskusji o zrównoważonym środowisku pracy zarówno z perspektywy globalnej, jak i lokalnej. Takie inicjatywy podkreślają znaczenie działań na rzecz zrównoważonej przyszłości, zarówno w biznesie, jak i życiu codziennym* – napisał Aleksander, student Uniwersytetu Łódzkiego, w serwisie LinkedIn. Ewa z Akademii Leona Koźmińskiego dodała: – *Myślą, która szczególnie do mnie przemówiła, było zdanie: „Porażki i błędy nie istnieją – to są szanse do nauki i dalszego rozwoju*”.

**Szeroka perspektywa i inspirujący lider**

Z międzypokoleniowych dyskusji, różnorodnych doświadczeń i punktów widzenia wyniknęło wiele wniosków:

* szybkość podejmowania decyzji jest ważna, ale „szybko” może oznaczać co innego w dużej firmie, start-upie, organizacji międzynarodowej;
* młodzi oczekują natychmiastowej, łatwej do przyswojenia informacji, a eksperci podkreślają, że decyzje wymagają refleksji i szerokiej perspektywy: sięgania po wiarygodne (również globalne) źródła informacji np. ekonomiczne oraz poznania fundamentalnych osiągnięć, takich jak prawa człowieka – to są wartości budujące platformy pomiędzy pokoleniami;
* młodzi muszą wykazać się poszukiwaniem i głęboką refleksją popartą wiarygodnymi źródłami;
* młodzi postrzegają zespoły jako struktury zbudowane przez indywidualności i inspirowane przez wspierających liderów;
* silny i odpowiedzialny lider potrafi pokierować zespołem także w kryzysie - takiego przywództwa oczekują młodzi w trudnej sytuacji.
* w partnerstwie potrzeba równowagi, dlatego młodzi powinni nieustannie rozwijać się i uczyć, śledzić dyskurs społeczny, poszerzać horyzonty.

Kolejnymi wnioskami uczestnicy dzielą się na platformie LinkedIn pod hasztagiem #SustaTalks.

W części warsztatowej młodzi wyrażali swoje zdanie, opowiadając - w formie krótkiego wideo - o wymarzonym miejscu pracy. W efekcie powstało 11 realizacji, a największy aplauz zebrał film uczestników z Budapesztu – studentów uniwersytetu w Reutlingen; link: <https://www.youtube.com/shorts/j-dZEnNBiTc>.

**Perspektywa zrównoważonego biznesu**

– *Bardzo cenię kreatywność, różnorodne perspektywy i otwartość na innowacje, które charakteryzują pokolenie Z, co mieliśmy okazję zaobserwować podczas dyskusji i pracy w grupach. Zgadzamy się, że wizja inspirującego przywództwa, szybkiej adaptacji do zmian i otwartej komunikacji jest niezbędna.*

*W zdrowej debacie w różnorodnych grupach wszyscy zobowiązaliśmy się do ciągłego poszukiwania rozwiązań i uczenia się dla naszej wspólnej przyszłości –* mówi Holger Pfeiffer, prezes firmy Bayer w Europie Środkowo-Wschodniej*.*

**O firmie Bayer**

Firma Bayer to międzynarodowe przedsiębiorstwo, którego działalność skupia się na obszarach nauk life science, jakimi są ochrona zdrowia i produkcja żywności. Zgodnie z misją „Health for all, Hunger for none” jej produkty i usługi mają na celu przynoszenie korzyści ludziom i planecie poprzez wspieranie wysiłków zmierzających do przezwyciężenia głównych wyzwań związanych z rosnącą i starzejącą się globalną populacją. Bayer angażuje się w zrównoważony rozwój i wywieranie pozytywnego wpływu poprzez swoją działalność. Jednocześnie Grupa dąży do poprawy rentowności i tworzenia wartości poprzez innowacje i wzrost. Marka Bayer oznacza zaufanie, niezawodność i jakość na całym świecie. W roku podatkowym 2023 Grupa zatrudniała około 100 000 osób, a wartość jej sprzedaży wyniosła 47,6 mld euro. Wydatki na badania i rozwój - przed uwzględnieniem pozycji nadzwyczajnych - wyniosły 5,8 mld euro. Więcej informacji na stronie [www.bayer.com](http://www.bayer.com)

Kontakt:

**/// Monika Lechowska-Wróbel,** Head of Communication CEE, Bayer Sp. z o.o., e-mail: [monika.lechowska@bayer.com](mailto:monika.lechowska@bayer.com)

Biuro prasowe Bayer: Aleksandra Stasiak, Omega Communication, e-mail: astasiak@communication.pl

**Oświadczenia dotyczące przyszłości**

Niniejszy komunikat prasowy może zawierać oświadczenia dotyczące przyszłości oparte na bieżących założeniach i prognozach kierownictwa firmy Bayer. Istnieje wiele znanych oraz nieznanych rodzajów ryzyka, niewiadomych oraz innych czynników, które mogą prowadzić do znaczących różnic pomiędzy rzeczywiście osiągniętymi w przyszłości wynikami, sytuacją finansową firmy oraz tempem jej rozwoju a przedstawionymi w niniejszym dokumencie szacunkami. Czynniki te obejmują elementy omówione w publicznie dostępnych sprawozdaniach firmy Bayer, które są dostępne na stronie internetowej spółki pod adresem [www.bayer.com](http://www.bayer.com). Spółka nie ponosi żadnej odpowiedzialności za aktualizacje tych stwierdzeń dotyczących przyszłości ani za dostosowanie ich do przyszłych sytuacji lub zdarzeń.