

Teaching Award Plus 2018



Bildquelle: <https://une-annee-avec-charlotte.com/2016/10/06/et-les-controles-ca-se-passe-comment/>

Lehre für Studierende der Generation Z

*„2 x 3 macht 4 -
widdewiddewitt und 3 macht 9e!
Ich mach' mir die Welt - widdewidde wie sie mir gefällt ...“
(Astrid Lindgren, 1969)*

Inhaltsverzeichnis

Einleitung	1
1. Generation Zombie?	2
2. Pippi Langstrumpf für Fortgeschrittene	3
2.1. Unterrichtsgestaltung	3
2.2. Digitale Welt	4
2.3. Soziales Lernen	5
3. Persönliche Reflexion	6
Literaturverzeichnis	6

Einleitung

Ich würde mich als typische Vertreterin der Generation Y bezeichnen. Als Digital Native besitze ich natürlich einen Laptop, Smartphone(s) und Tablet und bin meist rund um die Uhr erreichbar oder auch einmal um zwei Uhr früh online, um Bestellungen via Internet zu erledigen. Meine Arbeitswelt ist geprägt von leistungsorientierter Entlohnung, Karriereplanung, Home-Office und Assessment-Center. Ich suche Sinn in meiner Arbeit, lege sehr viel Wert auf persönliche Weiterentwicklung, möchte mich selbst in einer wertschätzenden Umgebung entfalten und nehme dafür Überstunden und harte Arbeit in Kauf. Zum Teil verschmelzen Privat- und Berufsleben miteinander und bei sehr viel Workload können der Laptop und die Chefin am Ohr schon einmal mit ins Schwimmbad kommen. Bis jetzt dachte ich, „*meine*“ Studierenden ticken ähnlich. Bis zum Aufruf für den Teaching Award 2018. Da wurde mir zum ersten Mal bewusst, dass dem eventuell nicht so sein könnte. Ich las mich ein und wollte wissen, was denn die Generation Z nun

anders macht und wie ich, erfolgsorientiert wie ich bin, meine Lehrtätigkeit auf diese neue Generation abstimmen kann. Nachfolgend sollen die recherchierten Inhalte mit bereits gemachten persönlichen Erfahrungen und die durch diese Arbeit gewonnenen Ideen für eine bessere Lehre aufbereitet und verknüpft werden.

1. Generation Zombie?

In der Soziologie versteht man unter dem Konzept „*Generation*“ eine „*altersgemäß zusammenhängende Gruppe von Menschen, die durch äußere Umstände weitgehend ähnlich geprägt wird*“ (Scholz, 2017, S.16). Besondere Ereignisse, die wirtschaftliche Lage oder die Einführung strukturverändernder Technologien prägen das Verhalten und führen zu gemeinsamen Normen und Werten. Entscheidungsträger wie Universitäten und Arbeitgeber greifen idealerweise diese Generationenlogik auf und richten danach ihre Strukturen und Angebote aus. Jedoch ist nicht von einer Homogenität auszugehen. Individuen können vom Grundmuster abweichen und zeitliche Grenzen sind nicht scharf durch das Geburtsjahr determiniert (Scholz, 2014).

Aktuell werden je nach Geburtsjahr vier Generationen unterschieden (Scholz, 2014, S. 33):

	Babyboomer ungefähr ab 1950	Generation X ungefähr ab 1965	Generation Y ungefähr ab 1980	Generation Z ungefähr ab 1995
Alternative Namen	Generation Jones	Generation Me	Millennials	Homeland
Präsidenten	Kennedy / Brandt	Reagan / Schmidt	Clinton / Kohl	Obama/Merkel
Musiker	Woodstock/ Peter Kraus	Nirvana / Die Toten Hosen	Red Hot Chili Peppers / Die fantastischen Vier	Miley Cyrus / Conchita Wurst
Damenbekleidung	Minirock	Hot Pants	Leggings	Normcore
Filme	Easy Rider / Zur Sache Schätzchen	Reality Bites / Angst essen Seele auf	500 Days of Summer/ Lola rennt	Tribute von Panem/ Fack Ju Göhte

Während die Babyboomer die Selbsterfüllung suchten, steckte die darauffolgende Generation X in der Perspektivenlosigkeit fest und summte „*Smells like Teen Spirit*“. Der Generation Y wird hohe Leistungsbereitschaft zugeschrieben und das momentane Hochschulsystem und die Arbeitswelt sind auf diese Kohorte ausgerichtet. Jedoch kommt nun die Generation Z an die Universitäten bzw. auf den Arbeitsmarkt und deren VertreterInnen sind laut Scholz (2017, S.18) „*in faszinierender Weise vollkommen anders.*“

Die Generation Z weigert sich, tradierte Wertemuster wie Leistungsstreben oder Pflichterfüllung bis zum Burnout fortzuführen. Hat sie doch Bankenpleiten, Massenentlassungen oder politische Krisen zuhauf miterlebt und will nicht mehr als fremdbestimmte Schachfigur gelenkt werden, um als KonsumentIn, StudentIn oder Arbeitskraft optimal zu funktionieren. Diese realistische Sicht der Dinge greift laut Scholz (2014) wie ein „*Zombie-Virus*“ sukzessive auf andere Generationen über. Jedoch beinhaltet diese „*Ansteckung*“ auch erstrebenswerte Teilaspekte, auf die in weiterer Folge immer wieder eingegangen werden soll.

Während die Ypsilon mit dem Internet aufgewachsen sind, wurde die Z-Generation damit geboren (Hagen, 2015). Sie konsumieren Medien in einer Intensität und Simultanität wie keine andere Generation davor. Durch eine umfangreiche Medienvielfalt und -nutzung sind sie es gewohnt, in Form von User-Generated-Content eigene Webinhalte über Youtube-Videos, Livestreams, Blogs oder soziale Medien zu produzieren und zu „*sharen*“, um so Feedback in Form von Kommentaren und Likes zu erhalten. Zudem wachsen On-Demand-Angebote und das individuelle Fernseh- und Musikprogramm wird vermehrt mittels Cloud „*gestreamt*“. Es verschwimmen die Grenzen zwischen ProduzentIn und KonsumentIn und eine Vielfalt an Endgeräten kommt zum Einsatz. Das Internet mit seinem Zugang zu massenhaft Daten jeglicher Art wird rund um die Uhr genutzt – idealerweise aber für private Zwecke. Datenschutz interessiert diese Generation laut Scholz (2014, S. 125f.) aber wenig und er beschreibt sogar eine Überleitung von „*Digital Natives*“ zu „*digital Naiven*“. Der Text als Kommunikationsform via Chat oder Nachrichten überwiegt und die Prämisse dieser Generation lautet „*Suchen statt wissen*“, „*Mitteilen statt mitdenken*“, „*Tun statt verstehen*“ und „*Anwenden statt entwickeln.*“ Die Generation Z sieht das als Vorteil, setzt Technologie als Mittel zum Zweck ein und ist davon überzeugt, mit simplen Online-Aktivitäten die

gesetzten Ziele erreichen zu können. Geprägt durch die Digitalisierung sinkt im Gegenzug aber die Aufmerksamkeitsspanne (Scholz, 2014; Scholz 2017).

Smartphones sind für diese Gruppe Normalität und die Angst, etwas zu verpassen, ist allgegenwärtig. Diese FOMO („*Fear of Missing Out*“) stellt für die Generation Z ein ernst zu nehmendes Problem dar und zieht zum Teil körperliche Reaktionen, wie Zittern oder vermehrtes Schwitzen, nach sich. Die starke Partizipation in sozialen Netzwerken hat des Weiteren zur Folge, dass die Generation Z immerzu gelobt werden will: auf Facebook mit blauem Daumen hoch, auf Instagram durch ein kleines Herz oder verbal von Freunden, Eltern, Lehrenden und Vorgesetzten (Hagen, 2015).

Als gut behütete, allseits umsorgte und ständig gelobte Kinder werden sie stark von den Eltern beeinflusst, die wie ein Helikopter über ihren Schützlingen kreisen. Da kann es schon einmal passieren, dass Eltern zu einem Aufnahmeverfahren mitkommen oder beim Arbeitgeber anrufen, und das erwachsene Kind wegen akuter Überforderung entschuldigen. Fehlt diese Umsorgung, reagiert diese Kohorte mit Unverständnis und Unsicherheit (Scholz, 2014). Die Generation Z hat keine Probleme damit, Dinge einzufordern, ohne dafür im Gegenzug eine Leistung zu bringen. Zudem verspürt sie keine soziale Verantwortung für die alternde Gesellschaft was zukünftig „*dramatische Konsequenzen für das Miteinander haben dürfte*“ (Scholz, 2014, S. 36).

Meusburger & Hosp (2016) beschreiben zusammenfassend die Generation Z als medienaffin, aber nicht medienkompetent, leicht ablenkbar, Schuld bei anderen suchend, die sich aber gut präsentieren kann, klare Strukturen und Transparenz schätzt und viel Rückmeldung und Erfolgserlebnisse braucht. Wie nun die Hochschullehre auf diese kleinen „*Zombies*“ optimal reagieren und die positiven Eigenschaften nutzen kann, soll Inhalt des nachfolgenden Kapitels sein.

2. Pippi Langstrumpf für Fortgeschrittene

Die Generation Z fokussiert trotz oder teilweise auch wegen des weltweiten Informationsangebots auf ihre kleine und lokale Gemeinschaft, wo sie Sicherheit und Geborgenheit findet. Das Privatleben dominiert ganz klar und der Begriff „*Work-Life-Balance*“ wird stringent gelebt. Wie Pippi Langstrumpf in der Villa Kunterbunt bevorzugen sie einen gut erreichbaren, kreativen und „*kuscheligen*“ Studien- bzw. Arbeitsplatz, geregelte Freizeit und kleine Freunde-Gruppen. Sie wollen „*fully engaged and to be a part of the learning process themselves*“ sein und lernen am besten „*by doing*“ (Kozinsky, 2017, Online). Das sind sinnvolle Tendenzen, jedoch ist die Universität kein Ponyhof. Lehrende an Hochschulen haben einen Bildungsauftrag und sollten nicht „*Wünsch-dir-Was*“ spielen, um bei Bewertungen durch diese Generation gut abzuschneiden (Scholz, 2017). Es gilt nun abzuwägen, auf welche gerechtfertigten Forderungen Hochschulen eingehen können und in welchen Belangen Universitäten und Lehrende gegensteuern müssen.

2.1. Unterrichtsgestaltung

Dos. Um der geringen Aufmerksamkeitsspanne entgegenzukommen, kann ein „*Lernen in kleinen Häppchen*“ (Scholz, 2017, S. 21) angeboten werden. Seemiller & Grace (2016) weisen in diesem Zusammenhang auch darauf hin, dass die Generation Z zum „*binge-watching*“ und somit auch zum „*binge-working*“ neigt. Um nicht eine in einer Nacht geschriebene 25-seitige Hausarbeit präsentiert zu bekommen, erscheint es sinnvoll „*to slow down the bingeing mentality*“ (Seemiller & Grace, S. 206) indem man kleine, in einer Woche bewältigbare Aufgaben designed und die Lernenden gezielt durch wöchentliche Meilensteine durchlotst. Des Weiteren können Lehrende als „*Edutainer*“ moderne digitale Medien in den Unterricht durch kurze **Videsequenzen** von 2-5 Minuten oder kleine **Quizzes** und Wettbewerbe integrieren, die über das Smartphone beantwortet und die Ergebnisse sofort präsentiert werden. Dazu bietet sich unter anderem die kostenlose Plattform kahoot.it oder MOODLE an. Mit einem Quiz kann auch gezielt Vorwissen überprüft und der Unterricht darauf aufgebaut werden. Damit gibt man der Generation Z das geforderte Feedback. Die Grundlage sollten immer klar formulierte und kommunizierte **Unterrichtsziele** sein, die nachvollziehbar und erreichbar sind. Diese werden im Syllabus verschriftlicht und im theoretischen oder praktischen Unterricht besprochen. Das schafft Struktur und Transparenz. Power-Point-Folien können bis zu fünf Bullet-Points enthalten, die Übersichtlichkeit bringen und Prüfungsrelevanz signalisieren.

Nach Meusberger & Hosp (2016) sollten Lernende der Generation Z vermehrt als Lehrende eingesetzt werden, da sie sich in dieser Rolle gefallen und motivierter arbeiten. In diesem Zusammenhang bietet unser Institut zukünftig sogenannte **Skills-Labs** an, in denen Studierende höherer Semester den noch unerfahreneren zur Seite stehen und diese praktisch in vorgegebenem Rahmen anleiten und coachen. Jedoch bedarf es hierbei, in Hinblick auf die Qualität, eines bewussten Begleitens der anleitenden Studierenden durch Lehrpersonen, was wiederum sehr zeitaufwändig sein wird. Zusätzlich sollten Studierende immer wieder die Möglichkeit haben, sich selbst zu organisieren und Time-Management zu üben. Zur Umsetzung der Prämisse „*teach with not at*“ (Seemiller & Grace, 2016, S. 204) können realitätsbezogene **Projekte** dienen, in denen sich die Generation Z motiviert engagieren kann. Dabei stehen nicht die Institution Fachhochschule oder Vortragende im Vordergrund, sondern das Projekt an sich (z.B. ein Schulungsvideo für eine bestimmte Zielgruppe zu drehen oder ExpertInneninterviews), das mit den entsprechenden realitätsnahen Zielen motiviert. Bei der Arbeit in Projekten sind zudem Beziehungen wichtig und die in der Arbeitswelt immer wichtiger werdende Interaktionsfähigkeit und soziale Kompetenz können trainiert werden (Meusberger & Hosp, 2016).

Don'ts. Es ist auf keinem Fall eine „*Verbrüderung*“ (Meusberger & Hosp, 2016, S.179) mit den Studierenden anzustreben. Lehrende sind zwar Coach und MentorIn, jedoch auch Respektsperson und nicht rund um die Uhr für alle Anliegen erreichbar. Feedback darf auch einmal negativ sein, vor allem, wenn eine Antwort schlichtweg falsch ist. Es sollte aber als konstruktive Kritik und auf sachliche Art übermittelt werden. Weiters stellt Scholz (2017) fest, dass das Lernen in der analogen Welt reaktiviert werden soll. Dabei können kreative Maßnahmen wie Brainstorming mittels Papier und Stiften, Diskussionsecken mittels Plakaten oder theaterpädagogische Aspekte in den Unterricht einfließen. Letzteres wurde von der Autorin dieses Beitrages im letzten Jahr bereits erfolgreich umgesetzt, um mittels Schauspiel und Pantomime Empathie zu üben und Erfahrungen aus der Praxis zu reflektieren. Schließlich ist die von der Generation Z geforderte Ausrichtung auf Prüfungsfragen kritisch zu hinterfragen. Lernen darf nicht nur funktionell auf Prüfungsvorbereitung ausgelegt werden, indem passende Stichworte aufbereitet und auswendig gelernt werden. Lehrende haben auch einen Auftrag nach allgemeiner Bildung jenseits von Kompetenzkatalogen und Handbüchern.

2.2. Digitale Welt

Dos. Aufgrund der Kritik an der nicht immer vorhandenen Medienkompetenz erscheint es sinnvoll, an Hochschulen regelmäßige **Fortbildungen** zur Schulung im Umgang mit bibliotheksbezogenen Datenbanken oder elektronischen Medien und deren Anwendungsprogrammen zu organisieren. Für Studierende als auch für Vortragende. Seemiller & Grace (2016, S. 2018) weisen jedoch darauf hin, dass die Generation Z „*just-in-time*“ und „*on their own*“ lernen und nicht auf den nächsten Workshop warten will. Bewährt haben sich in diesem Zusammenhang MOOCs (massive open online courses), die jedoch von Lehrpersonen gezielt ausgewählt und zur Verfügung gestellt werden müssen. Dafür ist auch der **Austausch mit KollegInnen** von anderen Instituten, die bereits neue Unterrichtskonzepte und -inhalte umgesetzt und erprobt haben, sehr wertvoll und sollte vor allem von „*neuen*“ Lehrenden, wie auch ich es bin, aktiv gesucht werden. Auf dieser Grundlage können dann vermehrt digitale Aspekte wie zum Beispiel **Co-Creation** in den Unterricht integriert werden. Dabei wird ausgehend von einem kreativen-innovativen Thema gemeinsam Wissen gesucht und gesammelt, um darauf aufbauend den Unterricht zu gestalten. Aus eigener Erfahrung wird dazu das Wiki via MOODLE sehr gerne von Lehrenden und Studierenden genutzt und ist auch relativ einfach anzuwenden. An unserem Institut stehen das Sammeln von fachspezifischen Fremdwörtern und die Erstellung eines Wörterbuches in den Startlöchern basierend auf dem Prinzip der Co-Creation. Inwieweit es von den Studierenden angenommen wird, wird sich im nächsten Studienjahr zeigen.

Ein weiteres, da sehr zeitaufwändig, im Team viel diskutiertes, didaktisches Werkzeug, sind online Lernprozestagebücher in Form von **e-Portfolios**. Diese können dazu genutzt werden, um über das eigene Lernen nachzudenken und dies mit dem Lehrcoach an der virtuellen Seite zu reflektieren. Ein großer Vorteil besteht darin, einen kompetenzorientierten Lehr- und Lernprozess zu forcieren, der meiner Meinung nach vor allem in einer praktisch orientierten Hochschulausbildung immens wichtig ist. Portfolios fördern schließlich nachhaltiges und vernetzendes Lernen und können, wenn dementsprechend

aufbereitet, für die Generation Z als motivierendes Instrument eingesetzt werden (Biermann & Volkwein, 2010).

Eine Möglichkeit, dem Bedürfnis nach gezielter Rückmeldung nachzukommen, ist das **Peer-Feedback**. Im nächsten Studienjahr gehen wir dazu über, das Seminar zur Verfassung der Abschlussarbeit mittels gegenseitiger Rückmeldungen via MOODLE zu ergänzen und einen Online-Austausch im Arbeitsprozess zu ermöglichen. Dafür werden heuer die StudienanfängerInnen im Unterrichtsfach „*Kommunikation*“ erstmals gezielt das „*Feedbacken*“ trainieren, um eine adäquate Feedbackkultur aufzubauen und diese dann online anzuwenden. Zudem beschäftige ich mich als Lehrende mit dem (nicht immer ganz einfachen) Vorgang des Peer-Feedbacks auf MOODLE und stehe dazu immer wieder mit dem ZML in Kontakt.

Don'ts. Co-Creation sollte nicht bei Themen eingesetzt werden, in denen Kernkompetenzen beherrscht und die dazu gehörigen Theorien verstanden werden müssen. Zudem ist nach Scholz (2017, S. 22) auch „*frontaler Unterricht als Top-Down-Methode gerade bei der Generation Z wichtig und richtig.*“ Das gibt Struktur und Sicherheit. Und im Hochschulsystem mit zum Teil über 80 Studierenden im Hörsaal auch nicht immer vermeidbar. Schließlich kann Portfolio-Arbeit und Peer-Feedback nicht jedem Lehrenden „*übergestülpt*“ werden, denn nicht jede Person kann sich mit diesem Lehr- und Lernkonzept identifizieren. Jedoch sollten vor allem Führungskräfte an Hochschulen sich mit diesem Thema auseinandersetzen und, wenn von den Lehrenden gewollt, Zeitressourcen für diese Art des Lernens zur Verfügung stellen.

2.3. Soziales Lernen

Dos. Die Generation Z lebt nach dem Motto YOLO („*You only live once*“) und hat, wie bereits beschrieben, immer Angst, etwas zu verpassen oder bei etwas Angesagtem nicht berücksichtigt zu werden (FOMO). Das kann man nutzen, indem klar strukturierte und entsprechend abrufbare Informationsblöcke seitens der Hochschule und Lehre kreiert werden. Dazu können News-Feeds zu Veranstaltungen und Neuigkeiten über Homepages gepostet oder Lernplattformen wie MOODLE dementsprechend aufbereitet werden. Um ein „**on-demand**“-Lernen zu ermöglichen, haben sich Lernvideos (Casts) mit praktischen Anleitungen als äußerst nützlich erwiesen. Damit können theoretische Inhalte im eigenen Lerntempo bearbeitet, mit einem Forum verknüpft und der Inhalt mit LektorInnen interaktiv diskutiert werden. Ein persönliches Ziel ist es, in Zukunft **eigene Lehrvideos** zu drehen und diese via MOODLE hochzuladen, um meinen Unterricht in Richtung „*flipped classroom*“ zu lenken. Studierende lesen vorab ausgewählte Artikel, schauen ein YouTube-Video an, müssen ein Online-Modul fertigstellen oder zu einem bestimmten Thema etwas recherchieren. Sie kommen vorbereitet in den Unterricht und „*they can participate in discussions and activities that help them apply the content they learned before class*“ (Seemiller & Grace, 2016, S. 205). Damit verändert sich zukünftig der traditionelle Unterricht, es wird mehr Platz für das praktische Tun geschaffen und es kann der Forderung nach mehr Partizipation nachgekommen werden. Zusätzlich ist es meiner Meinung nach wichtig, **politische und soziale Themen** in den Unterricht zu integrieren und diese kritisch zu diskutieren. Den Studierenden wird so immer wieder bewusst, dass sie Teil eines großen Ganzen sind und politische Entscheidungen auch Auswirkungen auf ihr Studium, ihre Arbeitswelt und das Privatleben haben. Auch wenn dieser Generation nachgesagt wird, kein Interesse an der Politik und gesellschaftlichen Prozessen zu haben, konnte ich doch immer wieder anregende Diskussionen initiieren und die Studierenden für heikle sozialpolitische Themen sensibilisieren. Denn viele von ihnen werden in Zukunft auch als Entscheidungsträger fungieren und sollten für einen kritischen und konstruktiven Austausch offen sein.

Don'ts. Ein absolutes No-Go ist es, Studierende in sozialen Netzwerken zu suchen und diese in den eigenen Freundeskreis aufzunehmen. Facebook & Co. sind privater virtueller Rückzugsraum der Studierenden, „*den sie zur Identitätsdarstellung nutzen und auch brauchen*“ (Scholz, 2017, S. 23). In Bezug auf den Unterricht können Ambiguität und Unsicherheit nicht immer abgebaut werden, denn es gibt nicht immer ein abgeschlossenes Wissen und Inhalte können in verschiedenster Weise betrachtet werden. Das soll nicht als Schwäche oder didaktisches Unvermögen seitens der Lehre ausgelegt werden.

3. Persönliche Reflexion

In meinem Unterricht kann es schon einmal passieren, dass ich mit selbstgemachtem Tee auf meine Studierenden warte, um ein ganzheitliches Eintauchen in die Unterrichtsmaterie zu ermöglichen. Zudem skype ich im Rahmen der Praktikumsbegleitungen regelmäßig und gerne mit den Studierenden und biete zur Prüfungsvorbereitung klar definierte Chat-Stunden via MOODLE an, um den Prüfungsstoff nochmals zu diskutieren und offene Fragen zu beantworten. Diese Art des Unterrichts wird von der Generation Z sehr geschätzt, fühlt sie sich doch wahrgenommen und umsorgt. Dadurch sind sie motiviert und wollen lernen. Es kann aber passieren, dass sie dasselbe Verhalten auch von anderen Vortragenden fordern und mich dadurch in Bedrängnis bringen. Die in diesem Rahmen bewusste Auseinandersetzung mit den Eigenheiten einer neuen Generation von Studierenden hat mir dabei geholfen, meine kleinen „Zombies“ besser zu verstehen, um in Zukunft adäquater auf Forderungen eingehen zu können und mich als typische Ypsilonerin hin und wieder auch klar abzugrenzen. Hochschule kann eine Villa Kunterbunt verschiedenster Generationen und Sichtweisen sein und Lehrende können kreative (digitale) Orte zum Lernen gestalten, um gemeinschaftlich am Kompetenzzuwachs zu arbeiten.

„Wie die Welt von morgen aussehen wird, hängt in großem Maß von der Einbildungskraft jener ab, die gerade jetzt lesen lernen“ meinte Astrid Lindgren. Arbeiten wir gemeinsam an unserer Einbildungskraft und schaffen wir eine innovative Lernumgebung, um der ungewissen, digitalen Zukunft entgegen zu treten. Dafür braucht es die Kraft und das Engagement aller Generationen.

Literaturverzeichnis

- Biermann, C. & Volkwein, B. (Hrsg.) (2010). Portfolio-Perspektiven. Schule und Unterricht mit Portfolios gestalten. Weinheim, Basel: beltz.
- Hagen, L. (2015). *Generation Z: Zwischen Weltretten und YOLO*. Verfügbar unter: <https://derstandard.at/2000011849915/Zwischen-Welt-retten-und-YOLO> [25.08.2018]
- Kozinsky, S. (2017). *How Generation Z Is Shaping The Change in Education*. Verfügbar unter: <https://www.forbes.com/sites/sievakozinsky/2017/07/24/how-generation-z-is-shaping-the-change-in-education/#3700e8146520> [10.08.2018]
- Meusberger, J. & Hosp, H. (2016). *Die Z-Generation: Ein Praxisbericht mit einer Überraschung*. In C. Scholz & J.A. Haspinger: *Generation Z als Herausforderung für die Berufsschule*. Bozen: retina.
- Scholz, C. (2014). *Generation Z: wie sie tickt, was sie verändert und warum sie uns alle ansteckt* (1. Auflage). Weinheim: Wiley-VCH Verlag GmbH & Co. KGaA.
- Scholz C. (2017). *Wie „ticken“ Studierende der Generation Z?* In H. Ehlert (Hrsg.): *Neue Studiengeneration, neue Herausforderungen. Fachübergreifende Modelle, Module, Maßnahmen*. 15-26. Düsseldorf: Düsseldorf university press
- Scholz, C. & Haspinger, J.-A. (Hrsg.) (2016). *Generation Z als Herausforderung für die Berufsschule*. Bozen: retina.
- Seemiller, C. & Grace, M. (2016). *Generation Z goes to college*. United States of America: Jossey-Bass/A Wiley Brand.