PRESSEINFORMATION

Ernsting's family lädt Mitarbeitende zu Generationentalk mit Judith Rakers ein

Gesellschaftliche Herausforderungen und persönliche Sichtweisen im Diskurs

Coesfeld, Juni 2026

Die Welt befindet sich an vielen Stellen im Aufruhr, in einem permanenten Wandel und in tiefgreifenden Veränderungen. Im Rahmen seiner alljährlichen Jahresauftaktveranstaltung nutzte der Textilfilialist Ernsting's family Ende Juni die Gelegenheit, mit ausgewählten Mitarbeitenden aus vier Generationen – angefangen bei den sogenannten Babyboomern bis hin zur Generation Z – über aktuelle gesellschaftliche Themen und Herausforderungen sowie persönliche Sorgen und Wünsche für die Zukunft zu diskutieren. Komplettiert wurde die Talkrunde durch zwei Schüler*innen des Coesfelder Gymnasiums Nepomucenum aus der Generation Alpha. In ebenso charmanter wie professioneller Weise führte die prominente Journalistin und TV-Moderatorin Judith Rakers durch das Gespräch. Vor rund 400 Führungskräften des Unternehmens tauschten sich die Teilnehmenden unter anderem über Themen aus den Bereichen Geopolitik, Beruf und Familie, Mediennutzungsverhalten, künstliche Intelligenz sowie den persönlichen Blick auf die Zukunft aus.

Krieg wird als größte Bedrohung wahrgenommen

Die größten Sorgen bereiteten den Beteiligten die aktuellen Krisen und Kriege in der Ukraine und im Nahen Osten sowie die damit verbundene Gefahr für die Wirtschaft und einer Ausweitung auf Europa und andere Teile der Welt. Insbesondere die jüngeren Generationen beschäftigt darüber hinaus die Frage, wie es in Bezug auf die eigene Rente und andere soziale Sicherungssysteme in Deutschland weitergeht. Im Laufe des Gesprächs wurde deutlich, dass sich die Generationen in ihrem Mediennutzungsverhalten durchaus unterscheiden. Während Printmedien und Nachrichtensendungen im linearen Fernsehen bei den älteren Jahrgängen noch eine bedeutende Rolle spielen, informieren sich vor allem die jüngeren Generationen zunehmend über Podcasts, Streamingdienste

und Social-Media-Kanäle wie TikTok oder Instagram. Alle Teilnehmer*innen gaben an, Medien jedoch nur in dosierter Weise zu konsumieren, um sich nicht ausschließlich beziehungsweise nicht zu viel mit negativen Themen zu beschäftigen. Es sei wichtig, einen positiven Blick auf die Zukunft zu bewahren und sich auch in der Gegenwart auf das zu fokussieren, was Freude bereitet. Halt finden die Beteiligten dabei vor allem bei Freund*innen und in der Familie.

Unterschiedliche Gewichtung von Beruf und Familie

Ausgehend vom Thema Familie fragte Judith Rakers die gesamte Runde gezielt nach ihrer persönlichen Gewichtung zwischen den Bereichen Beruf und Familie bzw. Privatleben. Dabei zeigte sich, dass es auch hier Unterschiede zwischen den Generationen gibt. Während für die älteren Generationen der berufliche Erfolg einen hohen Stellenwert hat, gaben die jüngeren Generationen an, dass das Thema Work-Life-Balance bei ihrer Berufswahl eine wichtige Rolle spiele. Als Ziele nannten die jüngeren Generationen zugleich, ein glückliches Leben mit einem gewissen Wohlstand führen zu wollen, in dem sie sich persönliche Wünsche erfüllen können.

Wahrnehmung von Chancen und Risiken durch KI

Ein weiteres Thema, das den Teilnehmer*innen Sorgen bereitet, ist die Entwicklung auf dem Gebiet der künstlichen Intelligenz (KI). Allerdings sei dieses Themenfeld deutlich schwieriger greifbar und zu verstehen als beispielsweise Kriege oder Politik. Die Runde beschäftigte vor allem die Frage, welche Tätigkeiten und Berufe zukünftig nicht mehr benötigt oder gegebenenfalls nicht mehr von Menschen ausgeübt werden. Zugleich betonten alle, dass KI natürlich nicht nur Risiken, sondern auch große Chancen mit sich bringe und es vor allem darauf ankomme, den richtigen Umgang mit ihr zu erlernen.

Der wichtigste Wunsch für die Zukunft war generationenübergreifend die Wiederherstellung beziehungsweise Bewahrung des Friedens in der Welt und in Europa. Darüber hinaus solle jeder Einzelne und die Gesellschaft insgesamt wieder eine positivere Grundhaltung entwickeln – geprägt von Optimismus und Gelassenheit. Trotz aller Schwierigkeiten, mit denen sich unsere Gesellschaft konfrontiert sieht, einte alle Beteiligten ein überwiegend zuversichtlicher Blick auf die Zukunft. Dabei sei es sehr wichtig, dass die unterschiedlichen

Generationen und gesellschaftlichen Gruppen im Austausch blieben und offen für die Gedanken und Meinungen anderer sein.

Über Ernsting's family

Ernsting's family ist mit rund 2.000 Filialen in Deutschland, Österreich und den Niederlanden, einer mehrfach ausgezeichneten Online-Präsenz und mehr als 13.000 Mitarbeitenden einer der bedeutendsten Omnichannel-Anbieter im europäischen Textileinzelhandel. Im Geschäftsjahr 2024/2025 verzeichnete Ernsting's family einen Umsatz von rund 1,6 Milliarden Euro. Das Unternehmen mit Sitz in Coesfeld (Westfalen) bietet Mode und Accessoires für die ganze Familie mit den Schwerpunkten Wäsche, Damen- und Kinderbekleidung. Qualität zu überraschend günstigen Preisen ist die Prämisse des Unternehmens, das mit sozialer, gesellschaftlicher und ökologischer Verantwortung die Erschließung neuer Vertriebswege und Verkaufsstandorte kontinuierlich fortsetzt.

Ihr Kontakt:

Ernsting's family GmbH und Co. KG
Marcello Concilio San Ginés
Director Communications & Culture
Hugo-Ernsting-Platz 1
48653 Coesfeld-Lette
Tel.: +49 2546/77-2950
marcello.concilio.san.gines@ernstings-family.com