



PFH

PRIVATE UNIVERSITY
of Applied Sciences

pronovaBKK, ComeTogether – Kongress zur betrieblichen
Gesundheitsförderung 8. November 2017 - Köln

Wie tickt die Generation Z?

Prof. Dr. Antje-Britta Mörstedt

Wie tickt die Generation Z?

Generation Z ist social

*Twitter, Instagram und der Griff zum Smartphone
sind so normal, wie für andere die Tasse Kaffee am Morgen.*

Prof. Dr. Antje-Britta Mörstedt

- Generationsbegriff
- Abgrenzung wesentlicher Generationen
 - Wie tickt die Generation Baby Boomer
 - Wie tickt die Generation X
 - Wie tickt die Generation Y
 - Wie tickt die Generation Z
- Erwartungen der Generation Y und Z an Arbeitgeber
- Herausforderungen

- **Karl Mannheim; Das Problem der Generationen**
- Kölner Vierteljahresheft für Soziologie 7 (1928)

Generationserlebnisse

prägende Ereignisse in Kindheit und Jugend, die einen Einfluss auf ganze Geburtsjahrgänge haben.

Generationenlagerung

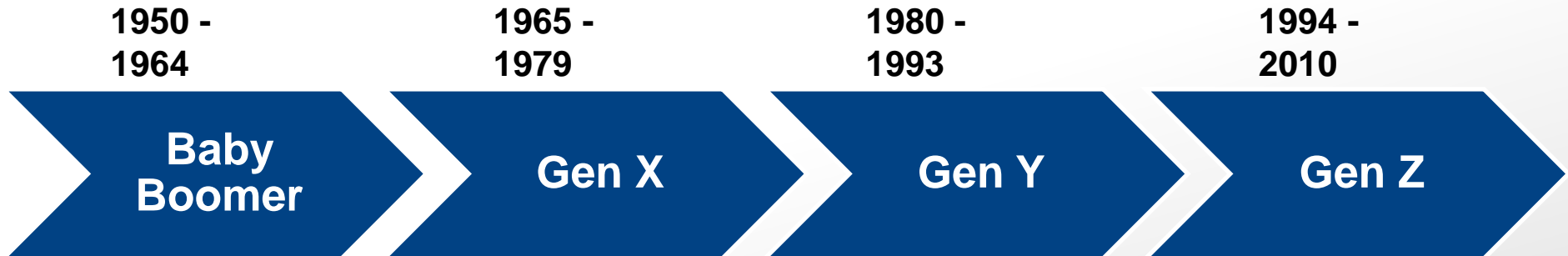
Angehörige einer Generation leben zwangsläufig miteinander in einem bestimmten Zeitraum.

Generationszusammenhang

entsteht durch eine Verbundenheit unter dem Einfluss gleicher oder ähnlicher geistiger und sozialer Gehalte bzw. durch das Erleben von gleichen oder ähnlichen Schicksalen.

Menschen sind nicht unbedingt eindeutig zu zuordnen

- Generationen sind nicht strikt in Geburtsjahrgänge einzuordnen: Es gibt eine beachtliche Streuung innerhalb einer Generation (**Integrationsvarianz**).
- Trotzdem kommt es zu klaren Unterschieden zwischen den Mittelwerten der verschiedenen Generationen (**Intergenerationsdifferenz**).



Entwicklungen:

Nachkriegsgeneration,
Wirtschaftswunder,
Geburtenboom

Entwicklungen:

Wirtschaftskrise,
hohe
Scheidungsrate

Entwicklungen:

Internetboom,
Globalisierung,
hohes
Bildungsniveau

Entwicklungen:

Digitalisierung des
Alltags

Besonderheiten:

Wunsch nach
Veränderung

Besonderheiten:

Wunsch nach
Individualität,
ständig
misstrauisch

Besonderheiten:

Wunsch nach
Feedback

Besonderheiten:

ständige Nutzung
von Smartphones,
durchgehende
Präsenz in sozialen
Netzwerken

Unsere Generationen von 1950 bis heute

Baby Boomer

Ca. 1950 - 1964

Bekannte Vertreter der Baby Boomer

- **Angela Merkel**
- **Bill Gates**

Unsere Generationen von 1950 bis heute

Baby Boomer

Ca. 1950 - 1964

Grundlegendes zur Generation Baby Boomer

Familie und Beruf	Beruf
Werte	<ul style="list-style-type: none"> • Gesundheit • Idealismus • Kreativität
Merkmale	<ul style="list-style-type: none"> • Teamorientiert • Karriereorientiert - schnell in Führungspositionen aufsteigen • Arbeit hat den höchsten Stellenwert
Kommunikationsmedium	Telefon

Unsere Generationen von 1950 bis heute

Baby Boomer

Ca. 1950 - 1964

Grundlegendes zur Generation Baby Boomer

- Zunehmende Verbreitung von Fernsehen und Telefon
- Stark nach Werten, Traditionen und Hierarchien ausgerichtete Erziehung und berufliche Situation
- Kindheit mit großen Freiräumen, keine durchgeplante Freizeit
- Klare Trennung von privater und beruflicher Sphäre
- Berufliche Tätigkeit zum Zweck der materiellen Absicherung, weniger als Selbstverwirklichung oder aus Spaß



Unsere Generationen von 1950 bis heute

Baby Boomer

Ca. 1950 - 1964

GenX

1965 - 1979

Bekannte Vertreter der GenX

- Steffi Graf
- Katarina Witt

Unsere Generationen von 1950 bis heute

Baby Boomer

Ca. 1950 - 1964

GenX

1965 - 1979

Grundlegendes zur GenX

Familie und Beruf	Privat (trotz Beruf)
Werte	<ul style="list-style-type: none">• Unabhängigkeit• Individualismus• Sinnsuche
Merkmale	<ul style="list-style-type: none">• Pragmatisch• Selbstständig• Streben nach einer hohen Lebensqualität• Zeit ist wertvoller als Geld
Kommunikationsmedium	E-Mail, Mobiltelefon

Unsere Generationen von 1950 bis heute

Baby Boomer
Ca. 1950 - 1964

GenX
1965 - 1979

Grundlegendes zur GenX

Grundlegendes zur GenX

- Steigende Arbeitslosenquoten
- Privatfernsehen, Mobiltelefon, Internet
- Zunehmende Institutionalisierung des kindlichen Alltags (Kinderkrippe, Hort usw.) und verstärkte Angebote von Freizeitaktivitäten (Musikschulkurse für Kinder)
- Wachsende Akzeptanz der Erwerbstätigkeit von Müttern
- Zunehmende Partizipationskultur und Mitarbeiterorientierung in der Arbeitswelt



Unsere Generationen von 1950 bis heute

Baby Boomer

Ca. 1950 - 1964

GenX

1965 - 1979

GenY

1980 - 1993

Bekannte Vertreter der GenY

- **Mark Zuckerberg**
- **Prince William**

Unsere Generationen von 1950 bis heute

Baby Boomer
 Ca. 1950 - 1964

GenX
 1965 - 1979

GenY
 1980 - 1993

Grundlegendes zur GenY

Familie und Beruf	Vereinbarkeit von Berufs- und Privatleben
Werte	<ul style="list-style-type: none"> • Vernetzung / Teamwork • Optimismus
Merkmale	<ul style="list-style-type: none"> • Leben im Hier und Jetzt • Mit neuen Technologien aufgewachsen • „24 Stunden online“
Kommunikationsmedium	Web 2.0

Unsere Generationen von 1950 bis heute

Baby Boomer
Ca. 1950 - 1964

GenX
1965 - 1979

GenY
1980 - 1993

Grundlegendes zur GenY

- 11. September 2001 verbunden mit Terrorängsten, Reaktorunglück Fukushima, weltweites Kriegsgeschehen
- Behütete Kindheit
- Medienrevolution, Informationszeitalter, Virtuelles Leben, Smartphones, Blogs
- Verringerung der Interaktionserfahrung mit Gleichaltrigen
- Leben mit dem Netz
- Zunahme an Wahlmöglichkeiten in Bezug auf Lebensführung, Freizeitgestaltung, schulische und berufliche Ausbildung

Unsere Generationen von 1950 bis heute

Baby Boomer

Ca. 1950 - 1964

GenX

1965 - 1979

GenY

1980 - 1993

GenZ

1994 - 2010

Bekannte Vertreter der GenZ

- Die Lochis, Heiko & Roman Lochmann
 - JJ

„Arbeitsscheu!“

„Kuschel-Kohorte!“

„Verwöhnt oder verwirrt?!“

„Radikale Egoisten!“

„Materialistische Monster!“

- Sie definieren sich über materiellen Besitz
- Gehen brutal und herablassend mit Erwachsenen und Altersgenossen um, die über weniger Geld verfügen
- Smartphones bereits in der Grundschule

Aussagen von Eltern:

Wir haben Angst vor unseren eigenen Kindern
oder

Wir vernachlässigen unsere eigenen Bedürfnisse

- „Die Betreuung der Generation Z durch ihre Eltern entspricht dabei eher der Natur der Kaiserpinguine und Orang-Utans (intensive Betreuung) als der von Schildkröten und Haien (wenig Betreuung).“

(Scholz, Generation Z, S. 41)

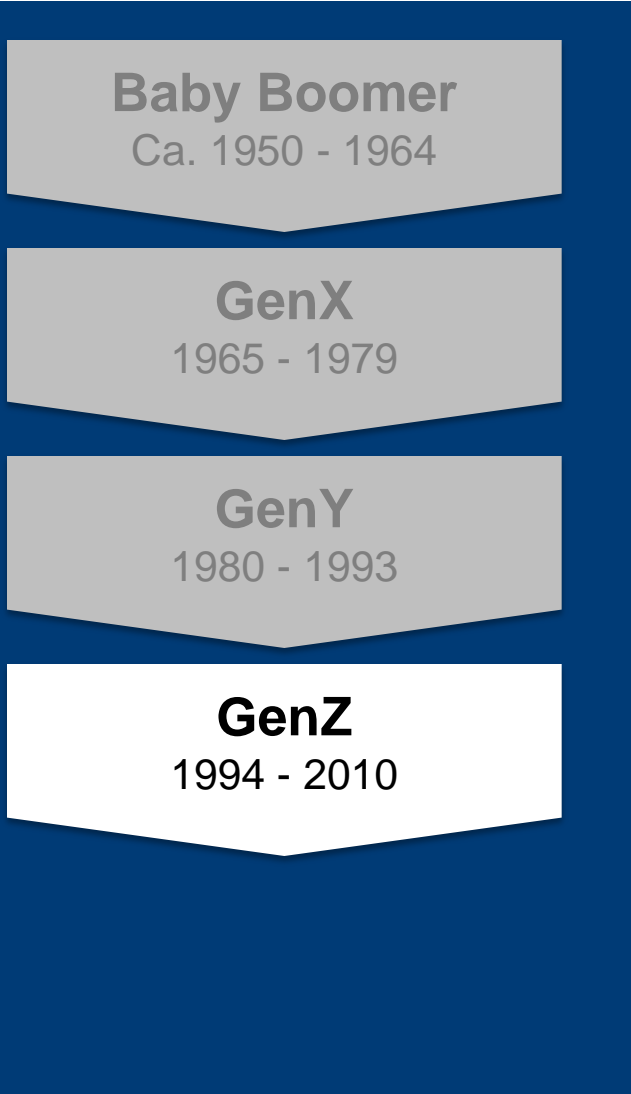
GenZ

Jugendforscher Hurrelmann identifiziert ein neues Stärke-Schwäche-Profil für die Arbeitnehmer von morgen.

„Wir bekommen eine hochsensible junge Generation, die alles blitzschnell aufnimmt und erfasst und enorm multitaskingfähig ist“, sagt er, „dann aber auch nicht mehr so konzentriert ist, sich schnell ablenken lässt und ein kurzes Durchhaltevermögen besitzt.“

Darauf müssen sich die Unternehmen schon heute einstellen.

Unsere Generationen von 1950 bis heute



Grundlegendes zur GenZ

Famiie und Beruf	Privat (Arbeit muss zum Privatleben pasen)
Werte	Vernetzung, realistisch, ehrgeizig, schätzen Freundschaften
Merkmale	Kollegiale Arbeitsatmosphäre, aber auch Einzelkämpfer, realistisch, multimedia-affin
Kommunikations-medium	Soziale Medien (snap-chat), insb. Video-Content

Digitalisierung und Binge Watching

Unsere Generationen von 1950 bis heute

Baby Boomer
Ca. 1950 - 1964

GenX
1965 - 1979

GenY
1980 - 1993

GenZ
1994 - 2010

Grundlegendes zur GenZ

- „Digital Natives“: in digitaler Welt aufgewachsen, durchgehende Präsenz in sozialen Netzwerken
- Technologieaffinität: in jeden Lebensbereich integriert, integraler Bestandteil für Problemlösung, hoher Anspruch an moderne Ausstattung am Arbeitsplatz
- Einzelkämpfer: ausgeprägtes Selbstbewusstsein, Aufgabe allein anstatt in Teamarbeit erledigen
- Sinnhaftigkeit und Spaß an der Arbeit sind wichtig
- Regelmäßiges Feedback gewünscht
- Leben im Netz

Generation Z - Return of Attention

- Gen Y (Blogger) hat die Einführung neuer Produkte und Geräte wie Laptop, iPod live miterlebt und hat Spaß am Ausprobieren.
- Gen Z (Vlogger) kennt diese Geräte von Geburt an und empfinden sie als alltäglich. Sie machen keinen Unterschied zwischen Geräten und wollen einfach nur kommunizieren, sie sind Gewohnheitstiere.

Bibis beauty palace

Meine SCHMINKSAMMLUNG ♥

[BibisBeautyPalace](#)

Abonnieren 4.322.348

Bibi mit beiden bilou Produkten in der Hand
broadmark.de

Daggi Bee
Abonnieren: 3.379.219

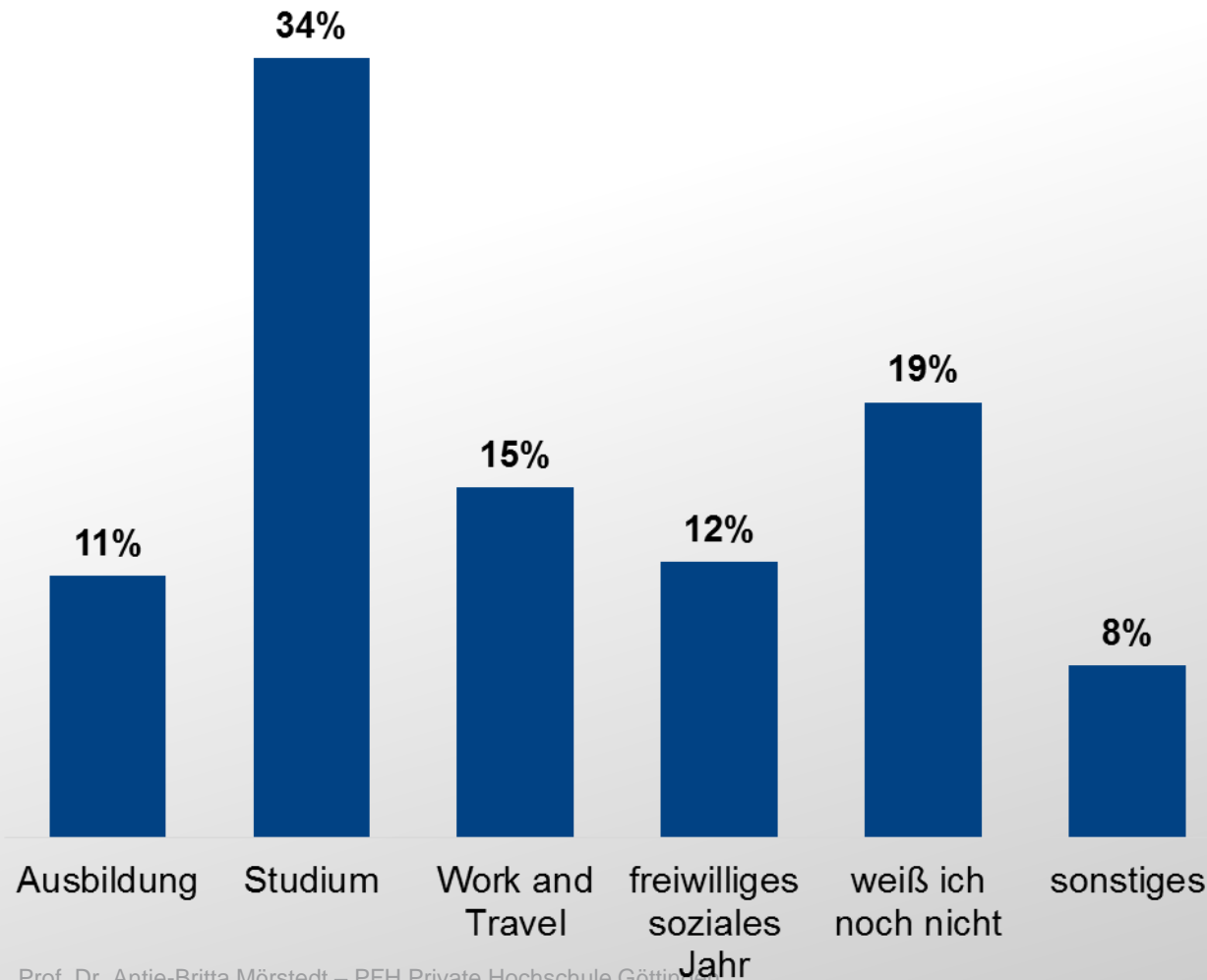
Return of Attention

Verhalten Generation Z

- Sie nutzen Video-, Bilderkommunikation, d.h. netzwerkbasierte Konversation und Interaktion, die keine oder wenig Antworten erzeugt,
- Sie nutzen kurzlebige Kommunikationswege, z.B. Snapchat und Instagram

Abiturientenenumfrage 2014

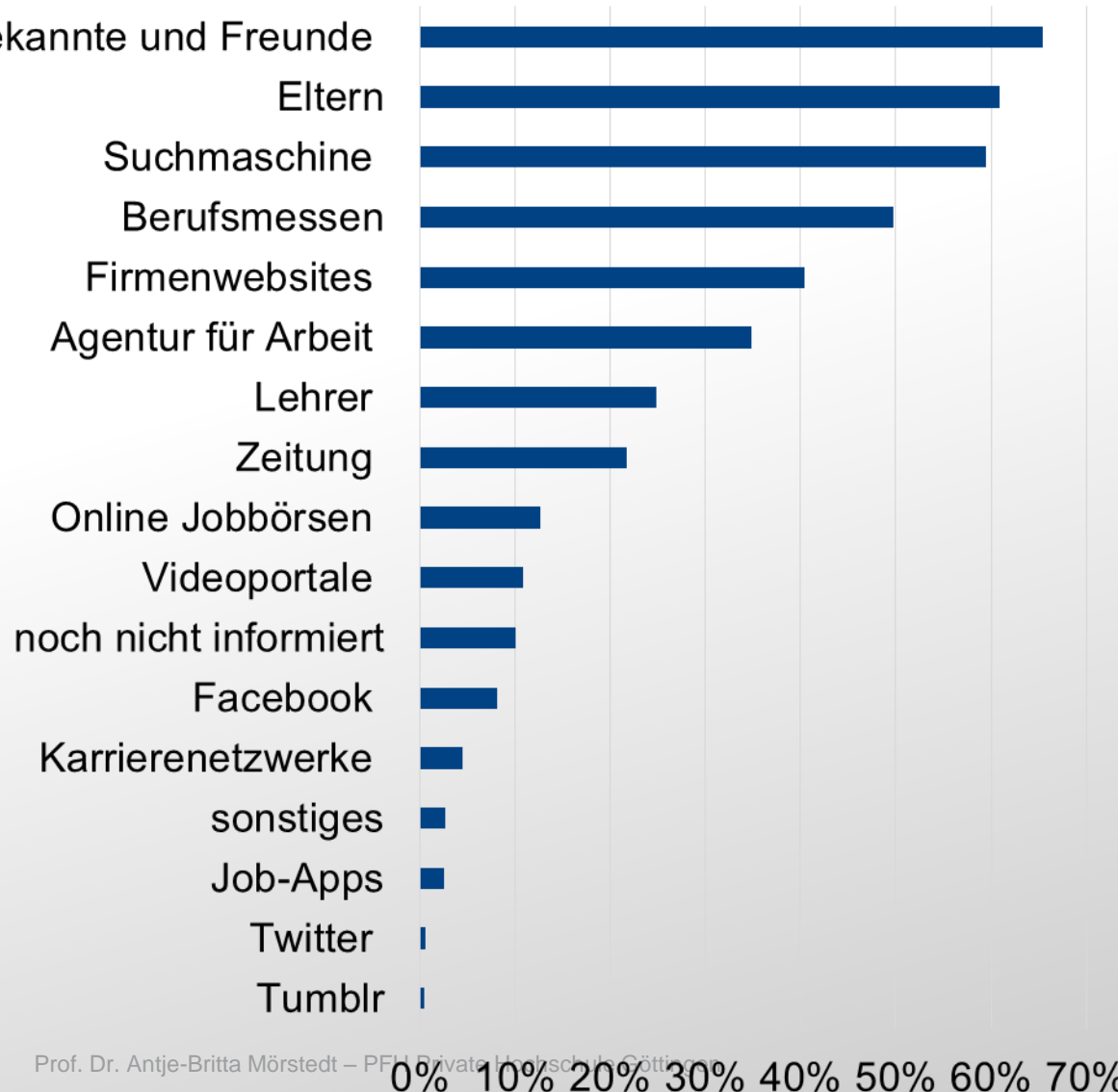
Was strebst du direkt nach der Schulzeit an?



- mit 34% ist das Studium die am häufigsten gewählte Antwortmöglichkeit
- lediglich 11% der Schüler streben eine Ausbildung an
- fast ein Fünftel weiß dagegen noch nicht, was es nach der Schule machen möchte

Abiturientenumfrage

Wie informierst du dich über mögliche Ausbildungsunternehmen?



- an erster Stelle: Austausch mit Eltern sowie Freunden und Bekannten
- ebenfalls wichtig: Suchmaschinen
- 50% der Schüler besuchen Berufsmessen
- weniger relevant: soziale Netzwerke (Twitter, Tumblr, Facebook), Karrierenetzwerke (Xing, LinkedIn) sowie Job-Apps

- Generation Z sucht keine langfristige Bindung weder zu Unternehmen noch zu anderen Gruppierungen, abgesehen möglicherweise von der Familie
- Für sie ist das Leben eine Ansammlung aus unterschiedlichen Lebensabschnittspartnerschaften aus unterschiedlichen Bereichen

Bindungslosigkeit mit der
kontinuierlicher Suche nach
Andockmöglichkeiten (Flutterhaftigkeit)



Unsere Generationen von 1950 bis heute

Baby Boomer

Ca. 1950 - 1964

GenX

1965 - 1979

GenY

1980 - 1993

GenZ

1994 - 2010

GenAlpha

2011 - heute

Bekannte Vertreter der GenAlpha

Unsere Generationen von 1950 bis heute

Baby Boomer

1952 - 1964

GenX

1965 - 1979

GenY

1980 - 1993

GenZ

1994 - 2010

GenAlpha

2011 - heute

Entwicklungen

Aufgewachsen mit dem Internet der Dinge, weltweite Vernetzung

Besonderheiten

?

Überblick Generationen

Baby-Boomer	GenX	GenY	GenZ
Leben um zu arbeiten = hoher Stellenwert der Arbeit	Arbeiten um zu leben = Work-Life-Balance	Arbeiten um zu leben = keine kategorische Trennung von Arbeits- und Lebenszeit	Leben, leben, leben = Arbeit muss zum Privatleben passen
Beruf	Privat (trotz Beruf)	Vereinbarkeit Berufs- und Privatleben	Leben (Beruf muss zum Leben passen)
Fernseher Telefon	PC E-Mail, SMS	Tablet Smartphone	Smartphone, Google Glass, Nanodrucker, Mobile oder in die Kleidung integrierte Kommunikationsmedien
„Digital Immigrant“	Technisch versiert	„Digital Native“	„Net Generation“
Telefon als typisches Kommunikationsmittel	E-Mail und Mobiltelefon als typische Kommunikationsmittel	Web 2.0 als typisches Kommunikationsmittel Leben mit dem Netz	Soziale Medien (snap-chat), insb. Video-Content Leben im Netz

Prinz Charles Effekt

Erwartungen der Generation Y und Generation Z an Arbeitgeber

Erwartungen der GenY und GenZ ggü Arbeitgebern

- GenY und GenZ möchten arbeiten, aber nicht um jeden Preis und nicht mit einer Vielzahl an Überstunden. Sie wollen eine Grenze, die nicht bei 50 Stunden liegt sondern eher bei 45 Stunden: Work-Life-Balance (GenY) Work-Life-Separation (GenZ)
- GenY will Freizeit und Familie, der Beruf hat keine absolute Priorität, GenZ leben, leben, leben
- GenY und GenZ möchten, dass das Unternehmen, in dem sie arbeiten, zu ihnen passt
- GenY und GenZ ist auch das Gehalt wichtig
- GenY strebt keine Karriere um jeden Preis an
- GenY und GenZ fühlen sich in kollegialer Arbeitsumgebung wohl

Erwartungen

Arbeit wird zunehmend weniger als Pflicht gesehen, dies führt dazu, dass GenY und GenZ Jobangebote ablehnen, wenn diese nicht ihren grundlegenden Anspruch an „Spaß bei der Arbeit“ erfüllt.

Selbstverwirklichung als Treibkraft der Arbeit bedeutet für GenY und GenZ, dass sie Spaß haben, Entwicklungsmöglichkeiten angeboten bekommen, Lernen dürfen und den Sinn ihrer Arbeit erkennen. Arbeitstätigkeiten ohne ersichtlichen Grund, oder nur weil sie getan werden sollen oder weil es Tradition ist oder weil „das eben so ist, wie man die Arbeit erledigt“ – dies funktioniert bei GenY und GenZ nicht.

GenY und GenZ möchten einen Arbeitgeber, der ihre Wünsche und Ansprüche ernst nimmt. GenY und GenZ kommunizieren über kulturelle Grenzen hinweg weltweit und können sich überall neue Ideen wie Arbeit organisiert werden kann holen.

GenY und Genz sind in ihrer Kommunikation direkter und formulieren entsprechend auch Ansprüche und Forderungen



HERAUSFORDERUNGEN

Immer mehr junge Menschen stellen den Spaß und die Selbstverwirklichung in den Vordergrund

UNABHÄNGIGKEIT UND SELBSTVERWIRKLICHUNG GEWINNEN AN BEDEUTUNG

Es halten für sehr wichtig im Leben

- Das Leben genießen, Spaß haben
- Meine Hobbys, meine Interessen
- Meine Ideen und Vorstellungen vom Leben verwirklichen können

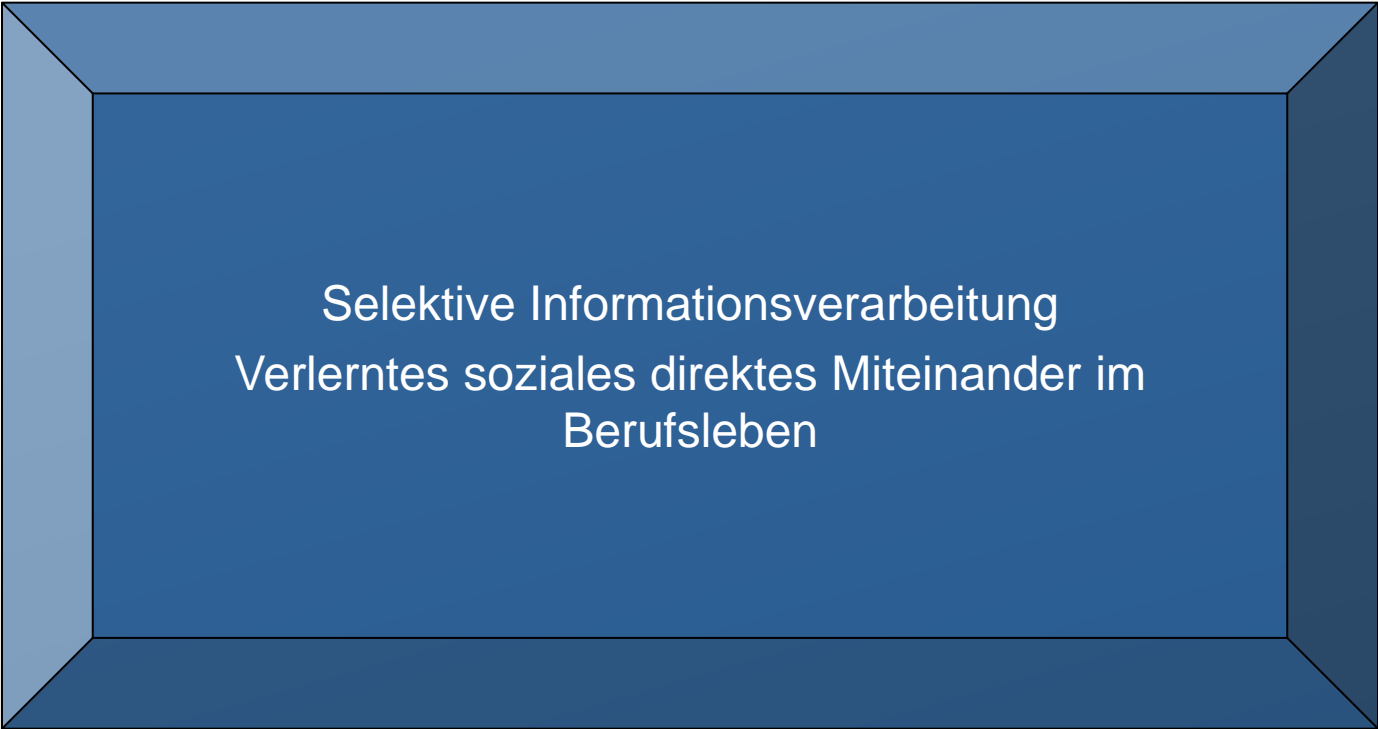


Basis: Bundesrepublik Deutschland, 15- bis 24-jährige Bevölkerung; Quelle: Allensbacher Archiv, IfD-Umfragen 9688, 7229 und 7259

Im Berufsalltag sollte folgendes beachtet werden:

- GenY und GenZ erwarten Angebote der Weiterbildung
- Erwarten dass sich Unternehmen um das geistige Potential und das Know-How ihres Fachkräfte-Pools kümmern.
- Regelmäßige Feedbackgespräche und MbO, partizipativer Führungsstil unter Ausnutzung der Schwarmintelligenz, Work-Life-Balance
- Auch während der Arbeit sind GenY/GenZ in sozialen Netzwerken aktiv.
- GenZ, wünscht sich eine klare Trennung zwischen Beruf und Privatleben.

Im Berufsalltag sollte folgendes beachtet werden:



Selektive Informationsverarbeitung
Verlerntes soziales direktes Miteinander im
Berufsleben

Im Berufsalltag sollte folgendes beachtet werden:



GenY und GenZ sind Minimalisten
Viele kleine Schritte führen bei ihnen zum Erfolg
GenY und GenZ lernen gerne von einem Coach
oder Mentor mit denen sie sich, wie auch bei ihren
Vorgesetzten, auf Augenhöhe sehen

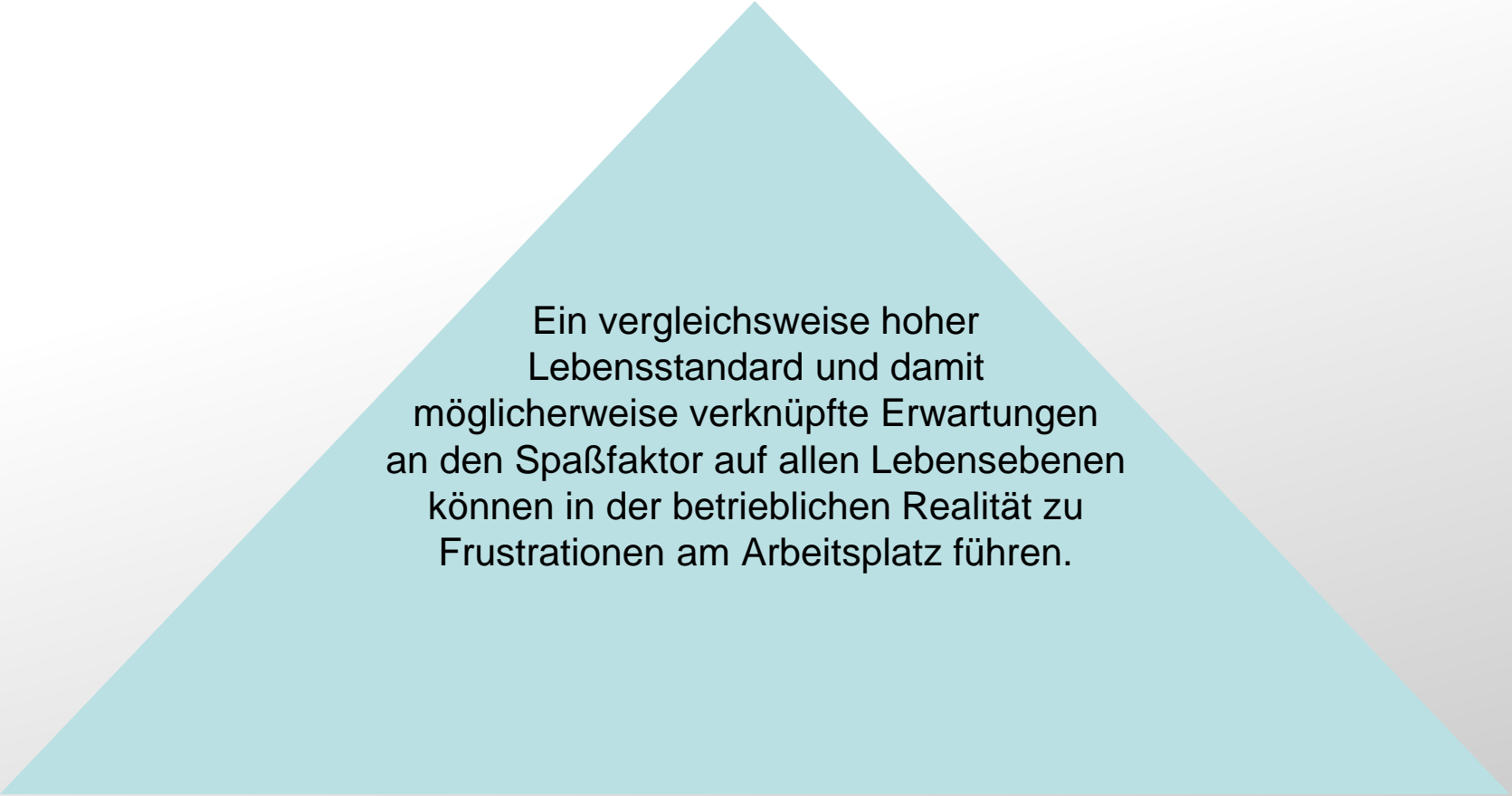
Im Berufsalltag sollte folgendes beachtet werden:

Für GenY und GenZ sind Handeln und Ergebnisse wichtiger als Wissen, letzteres kann bei Bedarf abgerufen werden.

Geschwindigkeit, d.h. umgehende Information ist wichtiger als Genauigkeit

Versuch und Irrtum sind ein präferierter Lösungsweg,
Interesse an Problem-basiertem Lernen

Kurze Lernsequenzen



Ein vergleichsweise hoher
Lebensstandard und damit
möglicherweise verknüpfte Erwartungen
an den Spaßfaktor auf allen Lebensebenen
können in der betrieblichen Realität zu
Frustrationen am Arbeitsplatz führen.

Im Berufsalltag sollte folgendes beachtet werden:

Merkmale	Transformationale Führung	Transaktionale Führung
Koordination	Begeisterung, Zusammenhörigkeit, Vertrauen, Kreativität, gemeinsame Visionen	Verträge, Belohnung, Bestrafung bei unerwünschtem Verhalten
Mitarbeitermotivation	eigener Anspruch (intrinsisch)	äußere, materielle Anreize (extrinsisch)
Zielerreichung	mittel- bis langfristig	kurzfristig
Zielinhalte	ideelle Ziele	materielle Ziele
Führungsperson	Coach	Instrukteur



**Vielen Dank
für Ihre Aufmerksamkeit!**

moerstedt@pfh.de