



Wie tickt die Jugend?

Prof. Dr. Antje-Britta Mörstedt
Private Hochschule Göttingen

Die Intelligenz einer Gruppe hängt weniger von der Intelligenz der einzelnen Mitglieder, ab als von deren sozialer Sensibilität und wie sehr sie sich zuhören und einbeziehen.
(Wollney 2010)



ÜBERBLICK GENERATIONEN

Sie alle sind unterschiedlich erzogen worden und wurden in
ihrer
formativen Phase unterschiedlich geprägt

<https://www.perwiss.de/generationsspezifische-personalarbeit-gestalten.html>

- **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 Geburtenjahrgänge einzuordnen: Es gibt eine beachtliche Streuung innerhalb einer Generation (**Integrationsvarianz**).
- Trotzdem kommt es zu klaren Unterschieden zwischen den Mittelwerten der verschiedenen Generationen (**Intergenerationsdifferenz**).
- Die Einteilung der Menschen in Generationen erfolgt nach soziologischen, wissenschaftlichen Gesichtspunkten, die nicht unbedingt auf die Realität eines Einzelnen treffen müssen

Unsere Generationen von 1950 bis heute

Baby Boomer
Ca. 1950 - 1964

Bekannte Vertreter der Baby Boomer



www.shutterstock.com - 493094959

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 • Werte, Tradition, Hierarchie
Kommunikations-medium	Telefon

Unsere Generationen von 1950 bis heute

Baby Boomer
Ca. 1950 - 1964

GenX
1965 - 1979

Bekannte Vertreter der GenX



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

Einflussfaktoren auf die GenY/Z

Globalisierung

Beeinflussung
durch Peers

Alterung und
Schrumpfung der
Bevölkerung

Technische
Entwicklung

Entwicklung
Wissens- und
Innovations-
gesellschaft

Individualisierung
und zunehmende
Vielfalt der
Lebensstile

Gesellschaftliche
Veränderungen

Wandel der
Erziehungsstile
und -werte

Unsere Generationen von 1950 bis heute

Baby Boomer

Ca. 1950 - 1964

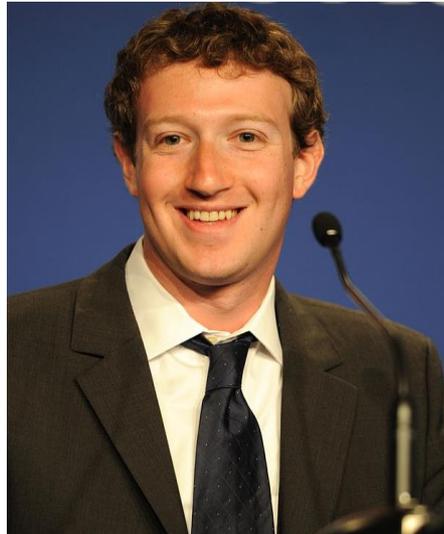
GenX

1965 - 1979

GenY

1980 - 1993

Bekannte Vertreter der GenY



guillaumepaumier.com, CC-BY
<http://flickr.com/photos/35085843@N02/16492423740>

Unsere Generationen von 1950 bis heute

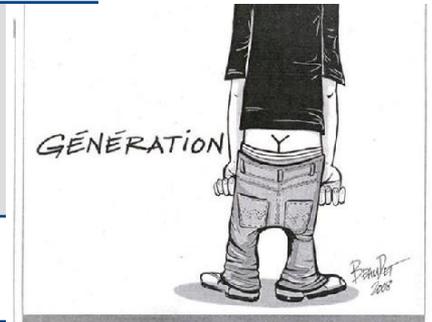
Baby Boomer
Ca. 1950 - 1964

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“
Kommunikations-medium	Web 2.0



Quelle: https://www.google.com/search?client=firefox-b&tbm=isch&sa=1&ei=EA34WrjiB17UkwXps4XwDA&q=Karikatur+Generation+Y&og=Karikatur+Generat ion+Y&gs_l=img.3..0i8i30k1.63450.68178.0.68704.22.19.0.3.3.0.172.1772.11j7.18.0....0...1c.1.64.img..1 .21.1806...0j35i39k1j0i67k1j0i30k1j0i24k1.0.2A0Jk6kS_v0#imgrc=8lewFUGRISMhIM:

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

Fomo – Nomophobia POPC geplagte Net Generation

„Generation Z ist social
Twitter, Instagram, TikTok
und der Griff zum
Smartphone
sind so normal, wie für
andere die Tasse Kaffee
am Morgen.“

Prof. Dr. Antje-Britta Mörstedt



Quelle: <https://www.extratipp.com/bilder/2017/01/07/7193088/1260797758-telefonieren-smartphone-ohr-mund-telefon-trend-gespraech-selfie-pYSeicBHP3la1yuea7.jpg>



Quelle: <https://i.pinimg.com/originals/6b/6a/55/6b6a5539f2e1d5cf3b03bab5906f0af0.jpg>

Unsere Generationen von 1950 bis heute

Baby Boomer

Ca. 1950 - 1964

GenX

1965 - 1979

GenY

1980 - 1993

GenZ

1994 - 2010

Bekannte Vertreter der GenZ



DieLochis: Youtube: 2,6
Mio. Abonnenten

Department Musik 2016



Olivia Rodrigo: die neue Identifikationsfigur
Deutschlandfunk Kultur, 7,8 Mio. auf
TikTok

https://www.google.com/search?q=bilder+Olivia+Rodrigo&tbm=isch&source=iu&ictx=1&fir=X8kElZFo6t-BUM%252CwuV5jEzX1iMgnM%252C_&vet=1&usq=A14_-kQsRWM-RWnl3MKoz3kvMeTJJw0H3g&sa=X&ved=2ahUKEwiz84Ph3lXxAhXp_7sIHQ4XAgcQ9QF6BAGSEAE&biw=1680&bih=939#imgrc=x8KixYfkWQki6M

Januar 2021: "Drivers License" von Olivia Rodrigo ist TikToks neueste Besessenheit. Ein spekuliertes Liebesdreieck treibt seine Popularität an.

Olivia Rodrigos: Drivers License: Apple Music, Spotifys US- und Global-Charts und iTunes-Charts ist sie die Nummer 1 im .

High School Musical: Das Musical: Die Serie" ("HSMTMTS")

Die Debütsingle "Drivers License" der Schauspielerin Olivia Rodrigo ist ein Renner, der die Streaming-Charts anführt und auf TikTok als Hymne der Generation Z explodiert.

<https://www.insider.com/drivers-license-olivia-rodrigo-lyrics-joshua-bassett-taylor-swift-tiktok-2021-1>

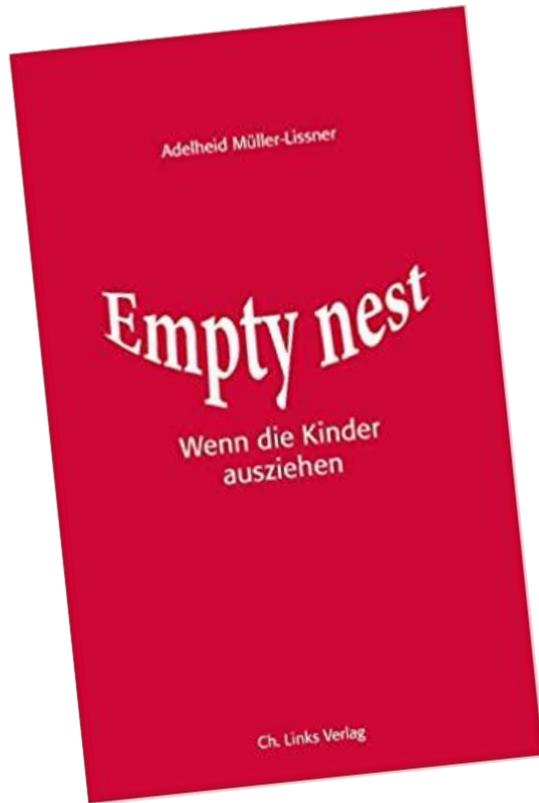
**@charliedamelio,
Königin von tictoc,
113,8 Mio Follower,
Verdienst 2020: 18,2
Mio US-Dollar**



Nach dem Abi steht ihnen die Welt offen. Warum sind sie so verunsichert?

46 Prozent der Abiturienten haben keinen Plan, was sie nach der Schule machen wollen. Sie können heute aus 19 000 Studiengängen und etlichen Ausbildungen wählen. Doch die unendlichen Möglichkeiten werden als Last empfunden. Der Druck, die richtige Entscheidung zu treffen, ist enorm. Alles muss perfekt sein.

Bartholomäus, U. (Raus aus dem Chillmodus), Tagesspiegel
17.06.2019.



GenZ: Zwischen Allmacht und Ohnmacht

Multioptionalität/“Ausgesprochen hohes Entwicklungsversprechen

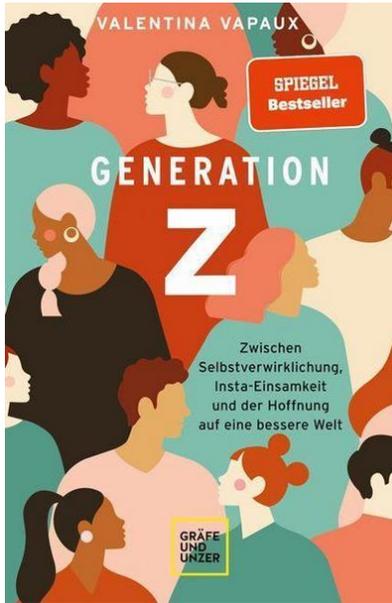
- Vielfältige Lebenskonzepte
- Im Internet werden Vorbilder/Stars auf Augenhöhe getroffen
- Smartphone als ständiger Begleiter: the world at your fingertips



Orientierungslosigkeit, Überforderung

- Angst Entscheidungen zu treffen, die irreversibel sind
- Ungewisse Zukunft, leben in der VUCA-Welt (Corona Pandemie: Erschütterung des Grundvertrauens, erschwerter Einstieg ins „Leben“)
- Fehlende Orientierung und Ankerpunkte

Karopka, rheingold institut,
Befragung 2021



„Erwachsenwerden ist für mich wie eine Treppe nach unten“,
Seite 11.

„Ich glaube Social Media macht depressiv“, Seite 11.

„Alles ist erlaubt und richtig, solange es aus Dir selbst kommt.
Dabei wissen wir oft selbst gar nicht, ´was wir wollen, wir
können es auch nicht immer. Wir haben widersprüchliche
Bedürfnisse und sind mit den endlosen Möglichkeiten
überfordert“, Seite 12.

„A (sad) generation with happy pictures“, Seite 14.

„Scrollen ist so einfach, leben viel zu schwer“, Seite 17.



<https://www.derstandard.de/story/2000132257729/die-besten-memes-2021-chatprotokolle-laptops-in-kinderwaegen-und-gestrandete>

Memes

Doppeldeutige Fotos oder Videos
Veräppeln oder imitieren Personen,
Situationen

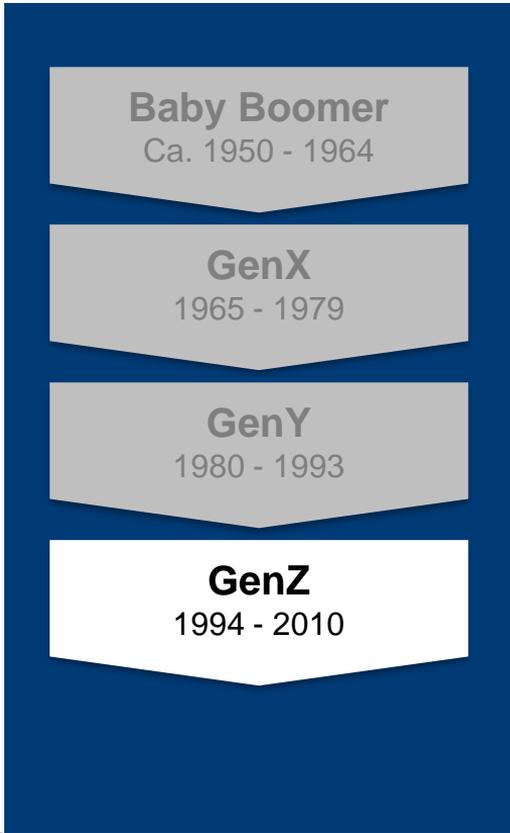
Fotos, die durch witzige Kommentare
einen anderen Sinn erhalten

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

Familie und Beruf	Privat (Arbeit muss zum Privatleben passen)
Werte	Vernetzung, realistisch, ehrgeizig, schätzen Freundschaften
Merkmale	Kollegiale Arbeitsatmosphäre, aber auch Einzelkämpfer, relaxed, multimedia-affin, in Teilen Umweltbewusst
Kommunikationsmedium	Soziale Medien (snap-chat, tiktok, 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

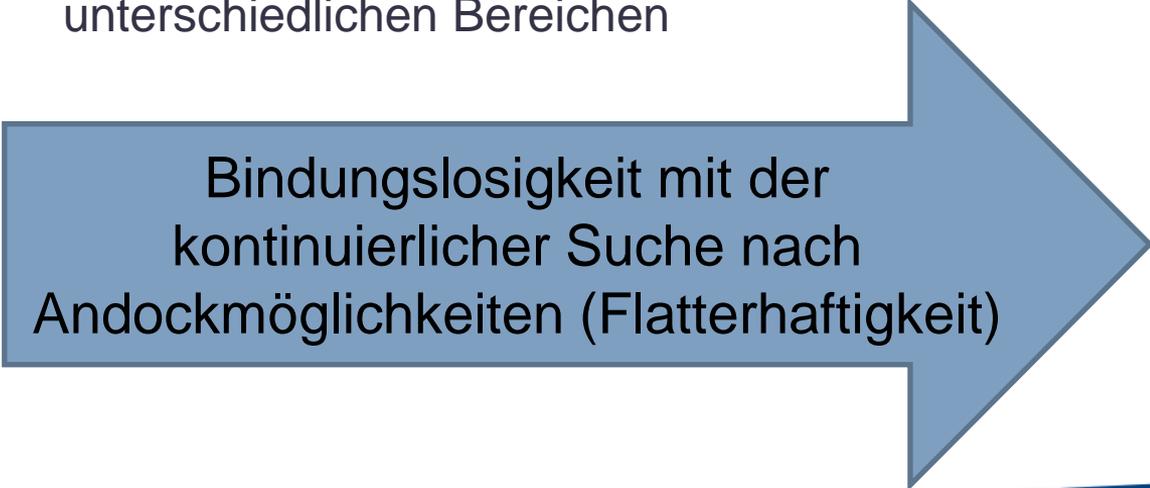
- „Digital Natives“: durchgehende Präsenz in sozialen Netzwerken
- Technologieaffinität: in jeden Lebensbereich integriert, integraler Bestandteil für Problemlösung, hoher Anspruch an moderne Ausstattung am Arbeitsplatz
- Einzelkämpfer: ausgeprägtes Selbstbewusstsein,
- Sinnhaftigkeit und Spaß an der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

Generation Z

- Post-Millennials gefallten sich als Rebellen, die den Status-Quo verändern möchten.
- Sie wollen Aufmerksamkeit für das was sie tun, denken und sagen.
- Sie streben ein hohes Maß an Unabhängigkeit an und einfache Wechsellmöglichkeiten. Sie sind bindungslos.
- Social Networks fungieren als zentrale Selbst-Benchmarking-Tools. Bin ich hip genug? Hält mein Leben Schritt, mit dem Ereignisreichtum meines Netzwerks?

GenZ - Merkmale

- 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)



<https://www.perwiss.de/generationsspezifische-personalarbeit-gestalten.html>



© CanStockPhoto.com

[Utopisch Clipart und Stock Illustrationen. 128 Utopisch Vektor EPS Illustrationen und Zeichnungen von tausenden Designern Lizenzfreier Clip-Art-Grafiken zur Auswahl verfügbar. canstockphoto.at](#)

AUSBLICK GENERATION ALPHA

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

Institut für Generationenforschung, Untersuchung 1 Jahr

Befragung:

1.231 Pädagogen:innen

Wahrnehmung und Einschätzung ihrer zu betreuenden Kinder im Alter von 0-10 Jahren befragt.

652 Eltern über ihre Erziehung und Einschätzung ihrer Kinder

22.511 Kinder beurteilt

<https://www.generation-thinking.de/post/generation-alpha-studie>



Digitale Dienstleitungen
WIFI und Smartgeräte
Touchscreen scrollen, bevor sie sprechen können
Künstliche Intelligenz im Alltag
Schneller, reflektierter Umgang mit digitalen Produkten
Auf die eigene innere Stimme zu hören, könnte zur
Herausforderungen werden (Stichwort Gesundheits-
/Optimierungs-Apps)

<https://www.generation-thinking.de/post/generation-alpha-studie>

*Im Schnitt besitzen **75%** der 10-jährigen Kinder schon ein eigenes Smartphone.*

***90%** der Eltern dieser Generation holen sich Erziehungstipps aus dem Internet*

***Die Hälfte** der Kinder wird von ihren Eltern in die Schule gebracht. 20 % werden sogar in die Schule gefahren.*

<https://www.generation-thinking.de/post/generation-alpha-studie>

24% der Eltern können laut Grundschullehrer:innen das Verhalten ihrer 8- bis 9-jährigen Kinder **nicht** einschätzen.

17% der 8-9-jährigen Kinder sind **nicht** wetterentsprechend gekleidet.

16% der Eltern wünschen sich Unterstützung von Erzieher*innen beim Lösen der Konflikte mit ihren Kindern

13% der 2-3-jährigen Kinder werden von ihren Eltern überbehütet, bei den 4-5-jährigen sind es 14%, bei den 8-9-jährigen sind es 27%

<https://www.generation-thinking.de/post/generation-alpha-studie>

Paradoxerweise nimmt die Überbehütung der Eltern mit zunehmenden Alter ihrer jeweiligen Kinder zu. Zudem beobachten immer mehr Pädagog:innen, dass viele Eltern ihren Kindern schon im Kleinkindalter auf Augenhöhe begegnen und diese gleichzeitig 24/7 protegieren."

Studienleiter und Generationenforscher

Dipl.-Psych. Rüdiger Maas, M.Sc.

<https://www.generation-thinking.de/post/generation-alpha-studie>



REKRUTIERUNG GENZ

<https://www.perwiss.de/generationsspezifische-personalarbeit-gestalten.html>

Komm-Gründe formulieren mit dem Ziel das Gedächtnis der potenziellen Mitarbeiter zu erobern



- Verankerung des Images als Arbeitgebermarke in den Köpfen und Herzen bestehender und potenzieller Mitarbeiter
- Nutzenargumentation formulieren (Zielgruppenrelevante Botschaften)
- Touchpoint-Marketing (Kontaktpunkte mit den jeweiligen Zielgruppen analysieren und deren Kommunikationsbedürfnisse feststellen)
- Glaubwürdige Positionierung auf dem Arbeitsmarkt

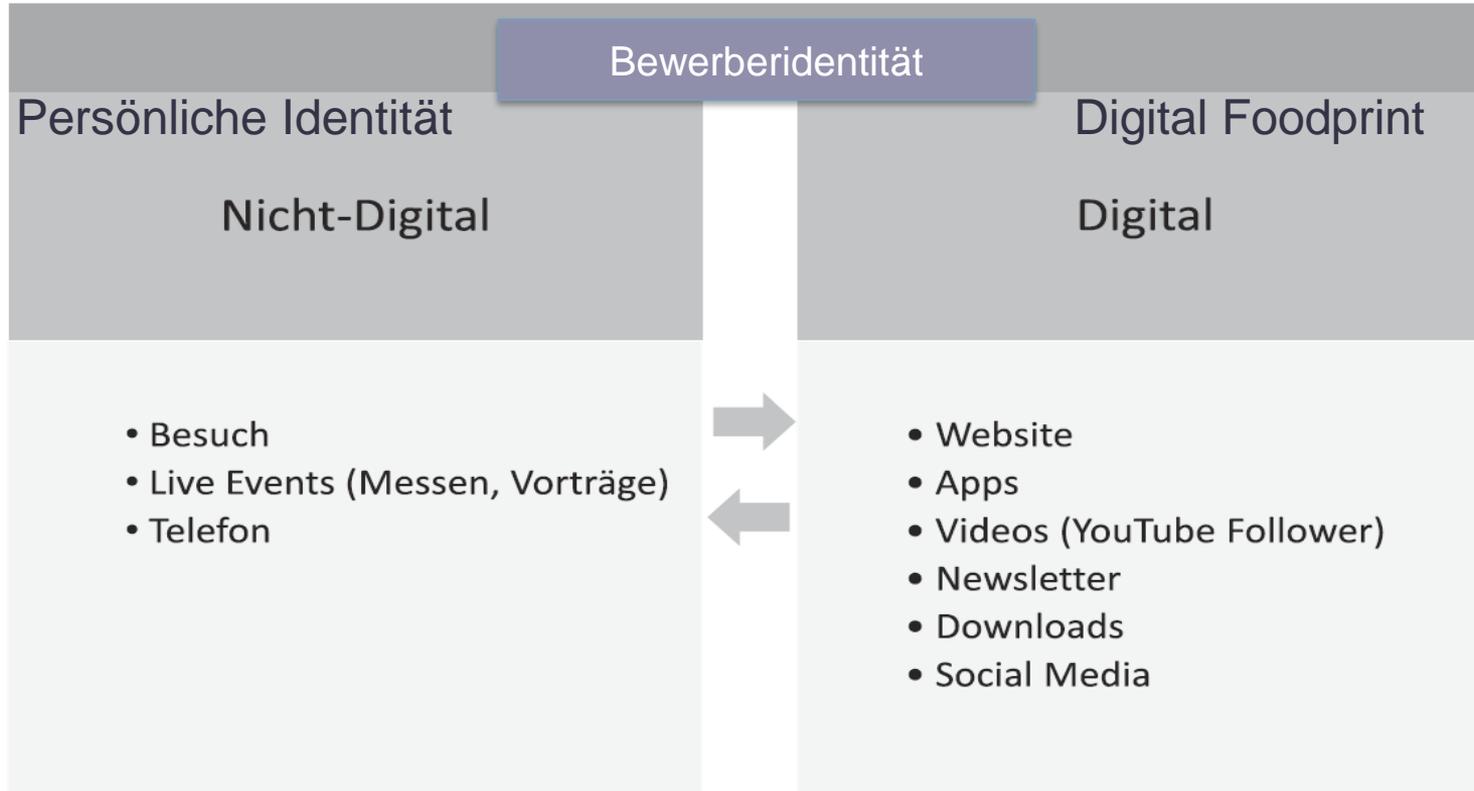
Unternehmen sollten sich gut präsentieren, da sich GenZ **sehr stark von Emotionen leiten** lassen, wobei **Sachlichkeit und Fakten** die Grundlage bilden müssen.

GenZ sind **wenig tolerant gegenüber mangelnder Transparenz**. Dialog auf Augenhöhe

Schnell auf Bewerbungen und Anfragen reagieren (dabei nicht vom Einstellungsrythmus leiten lassen)

Durch die Zunahme an Wahlmöglichkeiten in allen Bereichen **steigt auch die Anspruchshaltung** von GenZ – dies dürfte auch in einer gesteigerten Anspruchshaltung ggü. Arbeitgebern niederschlagen.

Smart Channel-Recruiting



Quelle: Rösler, J., Leitfaden Vertrieb und Marketing

- Achtung viele Vertreter der GenZ stecken noch in ihrer formativen Phase
- Generationstypische Eigenschaften und Vorlieben sind noch nicht endgültig feststellbar
- Ansprache über Social Web 2.0
- Inhalte sollten nebenbei konsumierbar sein
- Mobile Recruiting auf Basis internetfähiger Endgeräte, insbesondere Smartphones
- Unkomplizierte direkte Kommunikation z.B. über WhatsApp
- Hohe Bedeutung hat die Arbeitgebermarke, die positiv besetzt sein sollte
- Authentische Inhalte, visuelle Medien insbesondere Bilder und Videos
- Originelle Maßnahmen kommen gut an
- Eltern, Lehrer, Schulen, Schnuppertage, Tage der offenen Tür, Training für Eignungstests
- Schulkooperationen
- Azubiblog

Für 78 % der Schüler ist der Rat der Eltern bei der Berufswahl hilfreich. Noch vor Freunden, Lehrern und Berufsberatern sind sie damit der erste und wichtigste Ansprechpartner für Ihr Kind.

<https://www.azubi.de/beruf/tipps/fuer-eltern>

<https://www.deutsche-handwerks-zeitung.de/bewerbung-per-whatsapp-dsgvo-konform-und-erfolgreich-149050/#:~:text=Bewerbung%20per%20WhatsApp%3A%20DSGVO%2Dkonform%20gestaltet,wenn%20die%20Kontaktdaten%20synchronisiert%20werden.>

Bewerbung per WhatsApp: DSGVO-konform und erfolgreich
Ein ganzseitiges Anschreiben zu formulieren, liegt nicht jedem. Die Eismann Haustechnik GmbH nimmt Bewerbern diese Hürde. Eine kurze WhatsApp-Nachricht an den Geschäftsführer genügt, um sich ins Ge...



Beispiel für eine
witzige Ansprache
der Generation Z
aus dem Bereich
Rekrutierung



Kasper P & P – Persönlich und Post

Kasper Communications

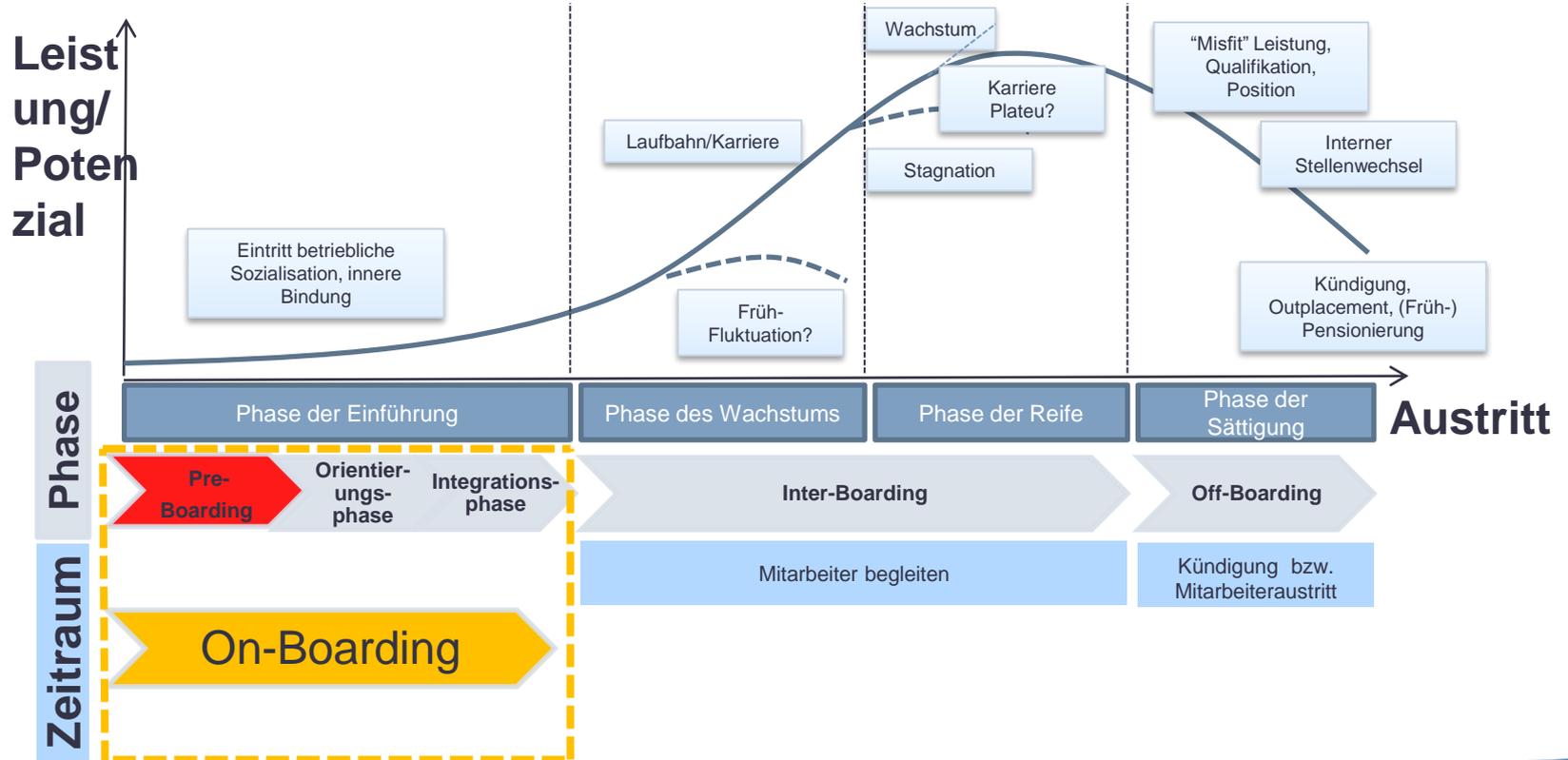
Am Lohmühlbach 14

85356 Freising

Tel. [08161-5193622](tel:08161-5193622)

mail@kaspercom.de

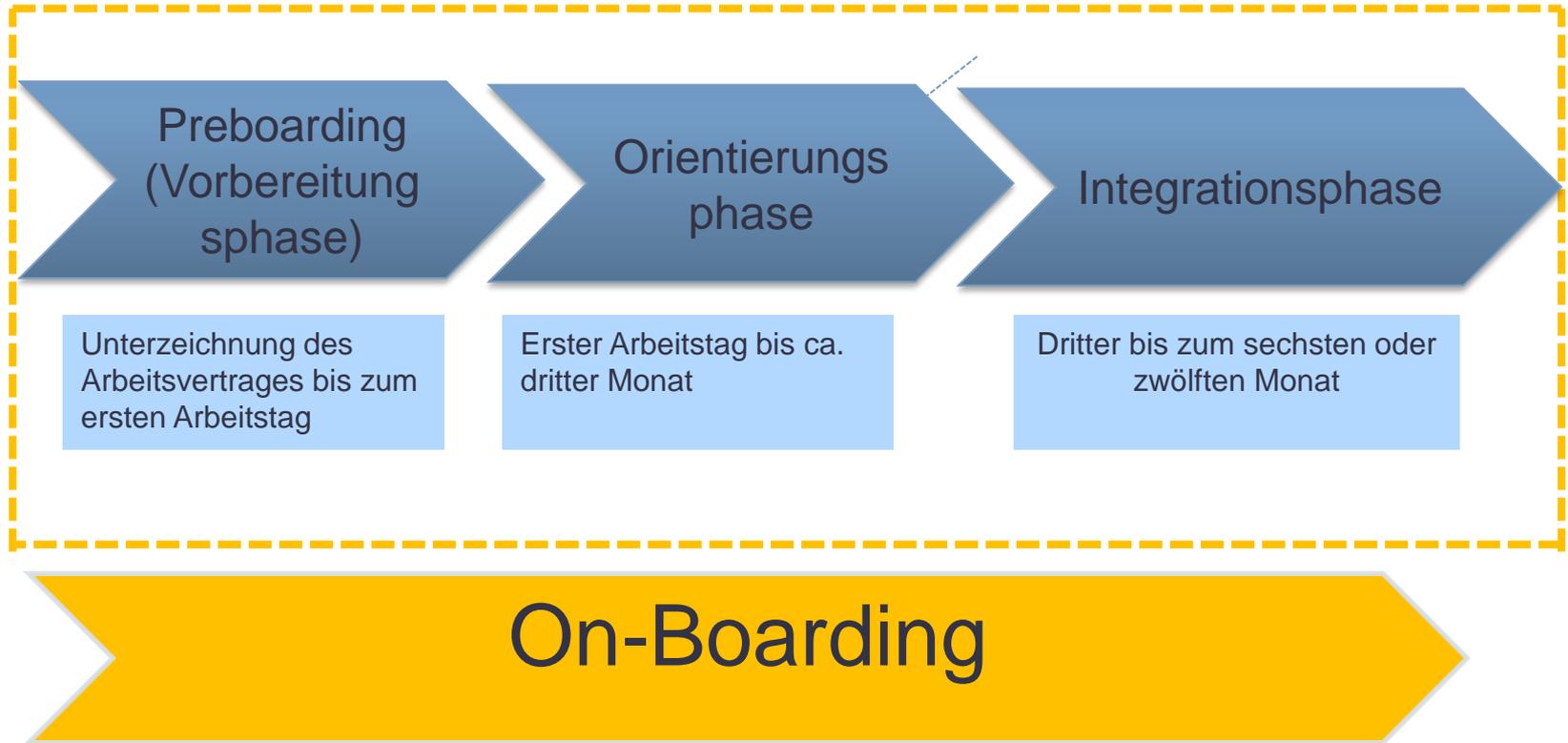
www.kaspercom.de



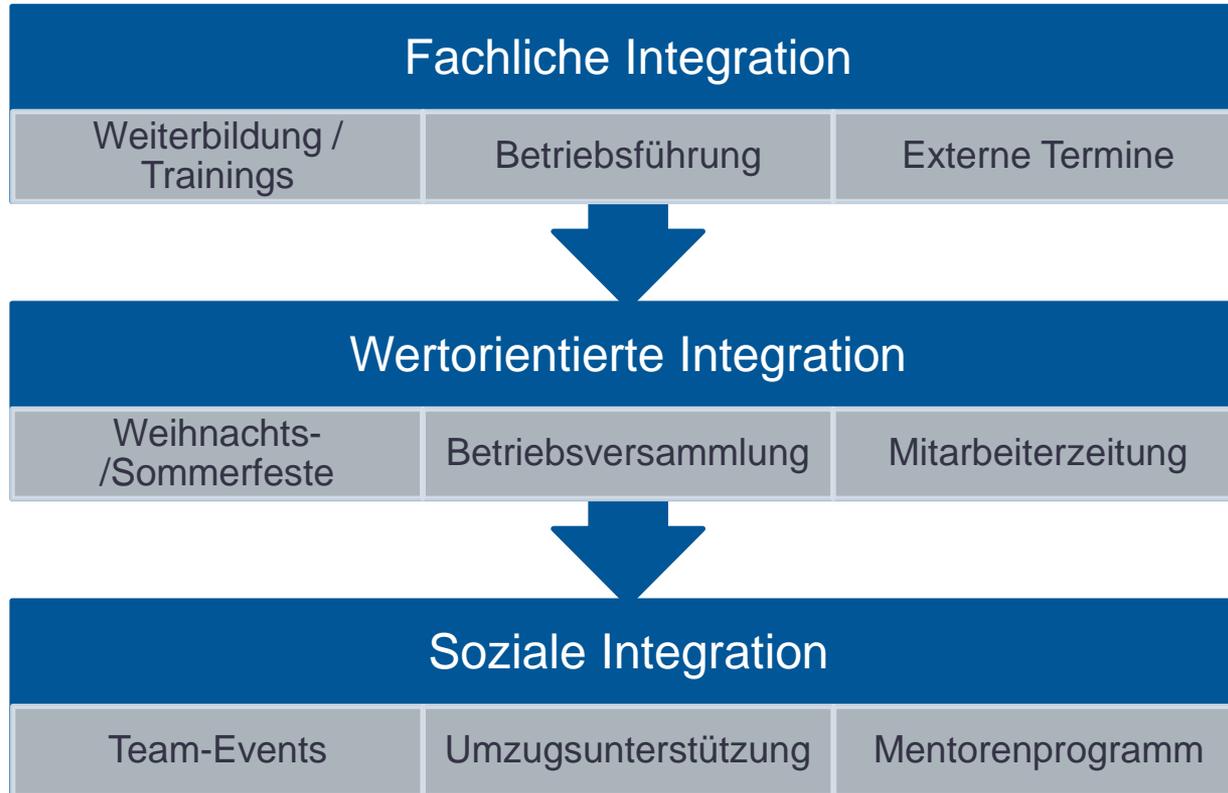
Vgl. Haufe (Digitales Onboarding 2015), abgerufen am 23.11.2017.

Vgl. Eigene Darstellung, in Anlehnung an Graf A. (Lebenszyklusorientierte Personalentwicklung 2011), abgerufen am 24.11.2017.

Einordnung des Pre- und On-Boarding



Massnahmen des Preboarding



Es sind Angebote keine Pflichtveranstaltungen

Ebenen des On-Boarding

Fachliche Integration

- Kenntnisse über Unternehmen und Arbeitsgebiet
- Aneignung Faktenwissen
- Einarbeitung in Aufgabenstellungen
- Kenntnisse über Organisationsstruktur und Ansprechpartner

Soziale Integration

- Vertrauen schaffen im Arbeitsumfeld
- Umgang zwischen Vorgesetzten, Kollegen, Teams
- Entstehung eines „Wir-Gefühls“

Wertorientierte Integration

- Ziele, Werte und Führungsgrundsätze des Unternehmens vermitteln (Corporate Identity)

Pre-Boarding-Maßnahme

Beispiel-Dokumente von Bang:

Persönliche
Begrüßungspostkarte:



Elternbrief:

BANG® Werkunterricht
Der gesamte Werkstattunterricht dient als Nachhilfe für unsere Auszubildenden. Dort werden z.B. Berufschulthemen vertieft und wiederholt. Außerdem können Fragen beantwortet werden.

WICHTIG: Bei Fragen oder Problemen in der Ausbildung werden Sie sich gerne an das Office Team. So kann gemeinsam eine Lösung gefunden werden.

BANG® Office:
Nicola Glawe-Mierisch
Tel.: 05257/ 937 85-20
E-Mail: nglawe@emersch@gdm.de

BANG® Office:
Julia Drent
Tel.: 05257/ 937 85-21
E-Mail: jdrent@gdm.de

**Trainingszentrum
EUM-Maschinenbau Linde KG
Allee 18
32181 Hülshof**

Ausbilder:
Werner Reier
Stefan Fernhomberg

Hoiger Buhrer

BANG® im Internet:
www.bang-netzwerke.de

f „BANG-Azubis“

BANG!

Berufliches
AusbildungsNetzwerk
im Gewerblichen Bereich

Informationsschreiben
über die Ausbildung
bei BANG®

Was genau ist BANG®?
BANG® ist eine Maßnahme und steht für „Berufliches AusbildungsNetzwerk im Gewerblichen Bereich“. In einem anderen Wortes heißt das: Wir sind ein mittelständische Unternehmen innerhalb eines Bereichs im regionalen Netzwerke auszubildenden. Bei Ziel: Sicherung des Ausbildungsstellenangebots.

Jedes Unternehmen stellt Auszubildende ein und stellt dazu einen Ausbildungsprozess mit einem Jugendlichen ein. Wenn alles gut läuft, hat dieser nach der Ausbildung übernommen werden. In unserem Unternehmen kann es jedoch sein, dass Auszubildende die Inhalte verlernen, welche der Betrieb anschließend haben Fortbildung oder auch einen anderen Auftragsauftrag nicht mehr vergeben kann.

Durch BANG® erhält jedes unsere Unternehmen eine individuelle Unterstützung im Bereich Ausbildungsstellen. So kann die Unternehmen die eigenen Möglichkeiten an Ausbildung zusätzlich erweitern. Bei BANG® ist der Jugendliche im eigenen Unternehmen und kann somit ebenfalls tätig werden.

Die Ausbildung Ihre Kinder Reist im BANG® Trainingszentrum, Pflanz 550A, Allee 18, 32181 Hülshof. Dort werden die Auszubildenden von den jeweiligen Ausbildern betreut.

Im Laufe der Ausbildung durchlaufen unsere BANG® Azubis einige „Stationen“:
BANG® Kick Off
Das BANG®-Kick Off ist ein Auftakt-Event zum Start der Ausbildung.

Bei dieser Auftaktveranstaltung werden die Auszubildenden, ihre Berufsbilder, sowie ihre Ausbildungsinhalte vor und erfahren alles über die Rechte und Pflichten während der Ausbildung. Zur die Azubis werden wichtige Fragen gestellt, die ganz im nach der Ausbildung helfen, wie funktioniert eine Ausbildung im BANG®, was sind meine Mitspracherecht Was ist Werkstattrecht und wie werden ich

BANG® Azubis können
In den 2,5-jährigen Ausbildung werden Betriebskennzeichen mit der entsprechenden Lehrlingsnummer ausgestellt (abhängig vom Lehrlingsjahr).

Dabei sind folgende Schrittepunkte ganz wichtig:

1. **Lehrlings-Identifizierung**
2. **Lehrlings-Identifizierung**
3. **Lehrlings-Identifizierung**





CULTIVATION GENZ

<https://www.perwiss.de/generationsspezifische-personalarbeit-gestalten.html>

Cultivation – Einsatz und Entwicklung

Gen Y	Gen Z
Schätzen Arbeitsplatzsicherheit, sind aber immer offen für andere Optionen	Arbeitsplatzsicherheit ist ihnen enorm wichtig
Entgelt ist für sie ein wichtiger Hygienefaktor, der nicht unbedingt die Motivation fördert	Faire Entlohnung, die aber nicht im Fokus steht
Mit Helikoptereltern groß geworden, die ihnen alles abgenommen haben, sind gut zu binden mit: Gutscheine für das Fitnessstudio, Vermittlung von Kinderbetreuung, Haushaltshilfen u.ä.	Besprechen Zusatzleistungen/Entgelte gerne mal mit den Eltern, wünschen oft intensive Erklärungen, möchten Optionen aufgezeigt bekommen und deren Vorteile
Benötigen positives zeitnahes Feedback und Belohnungen	Bevorzugen ehrliches Feedback, sind relativ ehrgeizig und belastbar, wenn sie Interesse an etwas haben

Cultivation – Einsatz und Entwicklung

Gen Y	Gen Z
<p>Bevorzugen einen modernen Arbeitsplatz mit angenehmer Atmosphäre (Wohlfühlfaktor)</p>	<p>Wie die Gen Y nur gewinnt die Digitalisierung für diese Generation an Bedeutung</p>
<p>Mögen keine klassischen Strukturen und agieren auf Augenhöhe. Autoritäten können sie nur schwer akzeptieren.</p>	<p>Mögen klare Strukturen unter der Bedingung, dass sie ernst genommen werden</p>
<p>Flache Hierarchien, direkte Kommunikationswege</p>	<p>Wollen einen kompetenten Vorgesetzten</p>
<p>Lebensqualität steht für sie im Fokus, persönliches Wohlbefinden und Freizeitaktivitäten und Zeit für ihre Beziehungen sind ihnen wichtig</p>	<p>Arbeitgeber sollten hier sehr wachsam sein, da noch nicht klar ist, wie die Entwicklung sein wird.</p>

Bindung GenZ

- Wunsch nach Work-Life-Balance/Work-Life-Separation nachkommen
- Interesse an wirkungsvoller Arbeit
- Parallelität von Unternehmens- und persönlichen Werten
- Interesse an der Weiterentwicklung eigener Fähigkeiten
- Interesse an raschem Erfolg und Feedback
- Wunsch nach Flexibilität

Erwartungen der GenY und GenZ ggü Arbeitgebern

- GenY und GenZ möchten arbeiten, aber nicht um jeden Preis und nicht mit einer Vielzahl an Überstunden. 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



FÜHRUNG GENZ

<https://www.perwiss.de/generationsspezifische-personalarbeit-gestalten.html>

Führung

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

Ausbilder als Coach mit Entertainerqualitäten

Führung

GenY und GenZ stets erklären, warum etwas wichtig ist, dabei auch den größeren Zusammenhang darstellen.

GenY und GenZ erwarten von Vorgesetzten, das er sie auf eine informelle, persönliche Art und Weise anfeuert.

Führung

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

Führung

- Transaktionale Führung
- Leistung im Austausch von Gegenleistung
- Bestrafung unerwünschten Verhaltens
- Normen Einhalten und auf Disziplin achten
- Bei Planabweichungen eingreifen
- Transformationale Führung
- Führungskraft als Vorbild
- Aufbau von Vertrauen
- Sinn der Tätigkeiten vermitteln
- Herausforderungen aufzeigen
- Teamgeist und Kreativität stehen im Vordergrund
- Fehlerkultur wird gefördert
- Persönliches Wachstum der Mitarbeitenden fördern

- Coaching, Inspiration, Motivation und Begleitung und nicht Druck und Angst machen
- zielgerichtete Einflussnahme auf andere durch Kommunikation
- Austausch, Moderationsfähigkeit, kommunikative Kompetenz überwiegend geprägt von der Diskussion und einem Miteinander
- das Eingestehen von Fehlern
- das Sorgen für Transparenz, Freiraum geben mit klaren Zielvorgaben



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

PROF. DR. ANTJE-BRITTA MÖRSTEDT
MOERSTEDT@PFH.DE