



# 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 Geburtsjahrgänge 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

<b>Familie und Beruf</b>	Beruf
<b>Werte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gesundheit</li> <li>• Idealismus</li> <li>• Kreativität</li> </ul>
<b>Merkmale</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Teamorientiert</li> <li>• Karriereorientiert - schnell in Führungspositionen aufsteigen</li> <li>• Arbeit hat den höchsten Stellenwert</li> <li>• Werte, Tradition, Hierarchie</li> </ul>
<b>Kommunikations-medium</b>	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

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

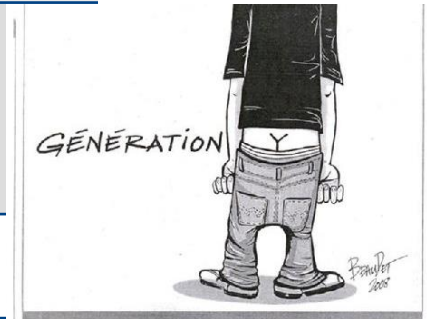
**Baby Boomer**  
Ca. 1950 - 1964

**GenX**  
1965 - 1979

**GenY**  
1980 - 1993

## Grundlegendes zur GenY

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



Quelle: [https://www.google.com/search?client=firefox-b&tbn=isch&sa=1&ei=EA34WrjiB17UkwXps4XwDA&q=Karikatur+Generation+Y&oq=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:](https://www.google.com/search?client=firefox-b&tbn=isch&sa=1&ei=EA34WrjiB17UkwXps4XwDA&q=Karikatur+Generation+Y&oq=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

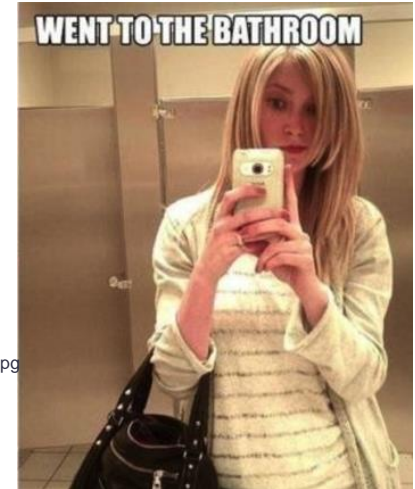
# Fomo – Nomophobia POPC geplagte Net Generation

„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



Oliva 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=X8kclZFo6t-BUM%252CwuV5jEzX1iMgnM%252C\\_&vet=1&usq=A14\\_-kQsRWM-RWnl3MKoz3kvMeTJJw0H3g&sa=X&ved=2ahUKEwiz84Ph3lXxAhXp\\_7sIHQ4XAgcQ9QF6BAGSEAE&biw=1680&bih=939#imgcr=x8KixYfkWQki6M](https://www.google.com/search?q=bilder+Olivia+Rodrigo&tbm=isch&source=iu&ictx=1&fir=X8kclZFo6t-BUM%252CwuV5jEzX1iMgnM%252C_&vet=1&usq=A14_-kQsRWM-RWnl3MKoz3kvMeTJJw0H3g&sa=X&ved=2ahUKEwiz84Ph3lXxAhXp_7sIHQ4XAgcQ9QF6BAGSEAE&biw=1680&bih=939#imgcr=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>

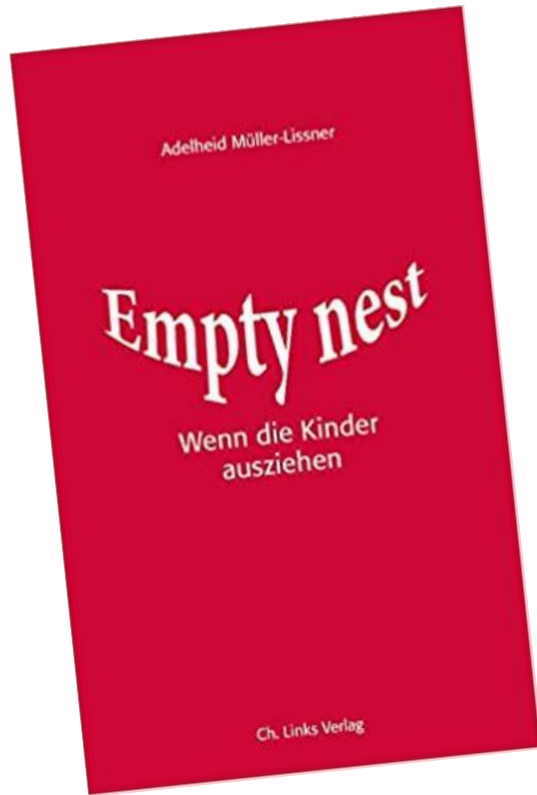
**@charliedamelio,  
Königin von tictoc,  
113,8 Mio Follower,  
Verdienst 2020: 18,2  
Mio US-Dollar**



## ***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

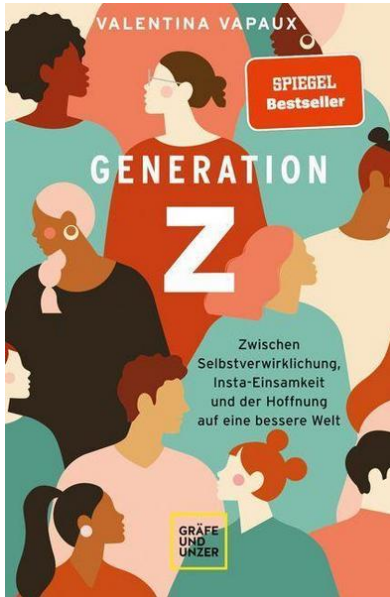
- Vielfältige Lebenskonzepte
- Im Internet werden Vorbilder/Stars auf Augenhöhe getroffen
- Smartphone als ständiger Begleiter: the world at your fingertips



## 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

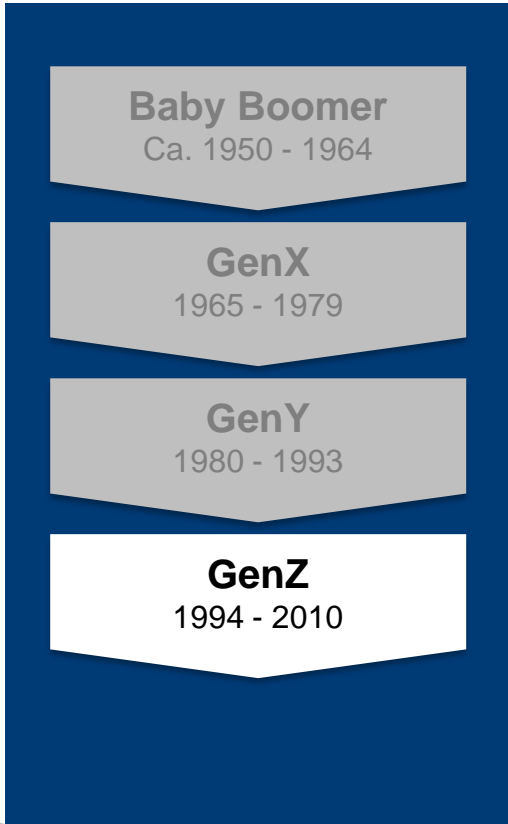
Jugendforscher Hurrelmann identifiziert ein neues Stärke-Schwäche-Profil für die Arbeitnehmer von morgen.

„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

<b>Familie und Beruf</b>	Privat ( Arbeit muss zum Privatleben passen)
<b>Werte</b>	Vernetzung, realistisch, ehrgeizig, schätzen Freundschaften
<b>Merkmale</b>	Kollegiale Arbeitsatmosphäre, aber auch Einzelkämpfer, relaxed, multimedia-affin, in Teilen Umweltbewusst
<b>Kommunikationsmedium</b>	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

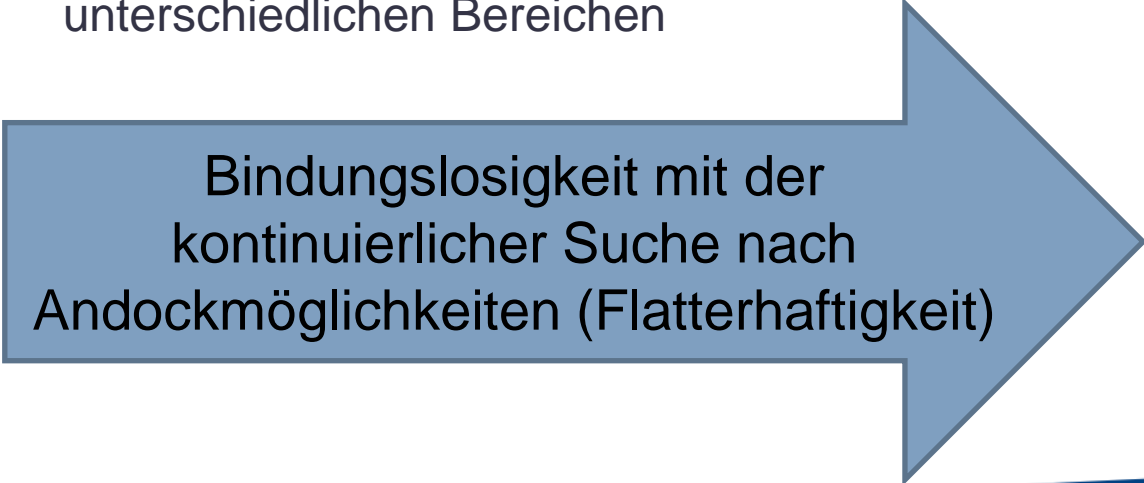
- „Digital Natives“: durchgehende Präsenz in sozialen Netzwerken
- Technologieaffinität: in jeden Lebensbereich integriert, integraler Bestandteil für Problemlösung, hoher Anspruch an moderne Ausstattung am Arbeitsplatz
- Einzelkämpfer: ausgeprägtes Selbstbewusstsein,
- Sinnhaftigkeit und Spaß an der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

# Generation Z

- Post-Millennials gefallt 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

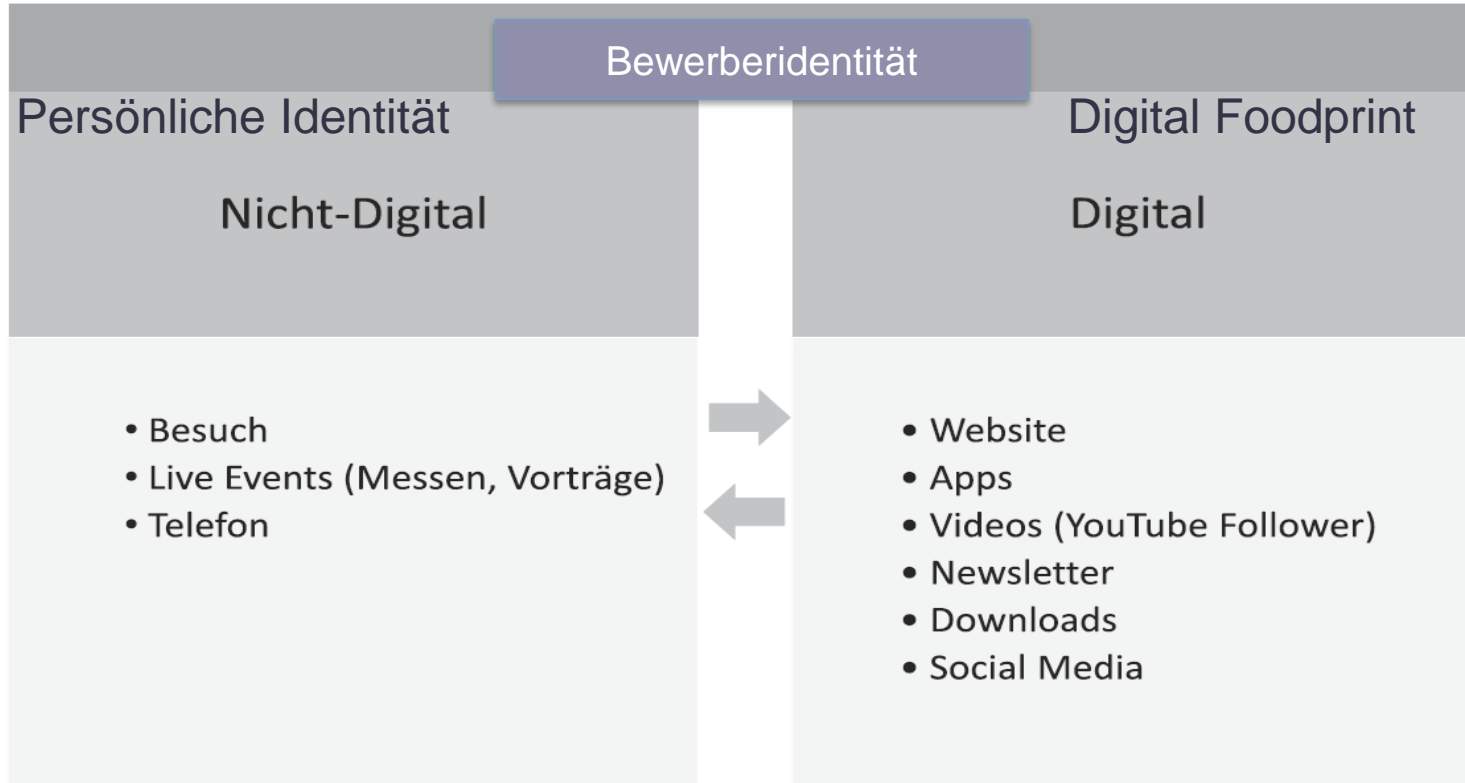
Unternehmen sollten sich gut präsentieren, da sich GenZ **sehr stark von Emotionen leiten** lassen, wobei **Sachlichkeit und Fakten** die Grundlage bilden müssen.

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: Rösel, 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

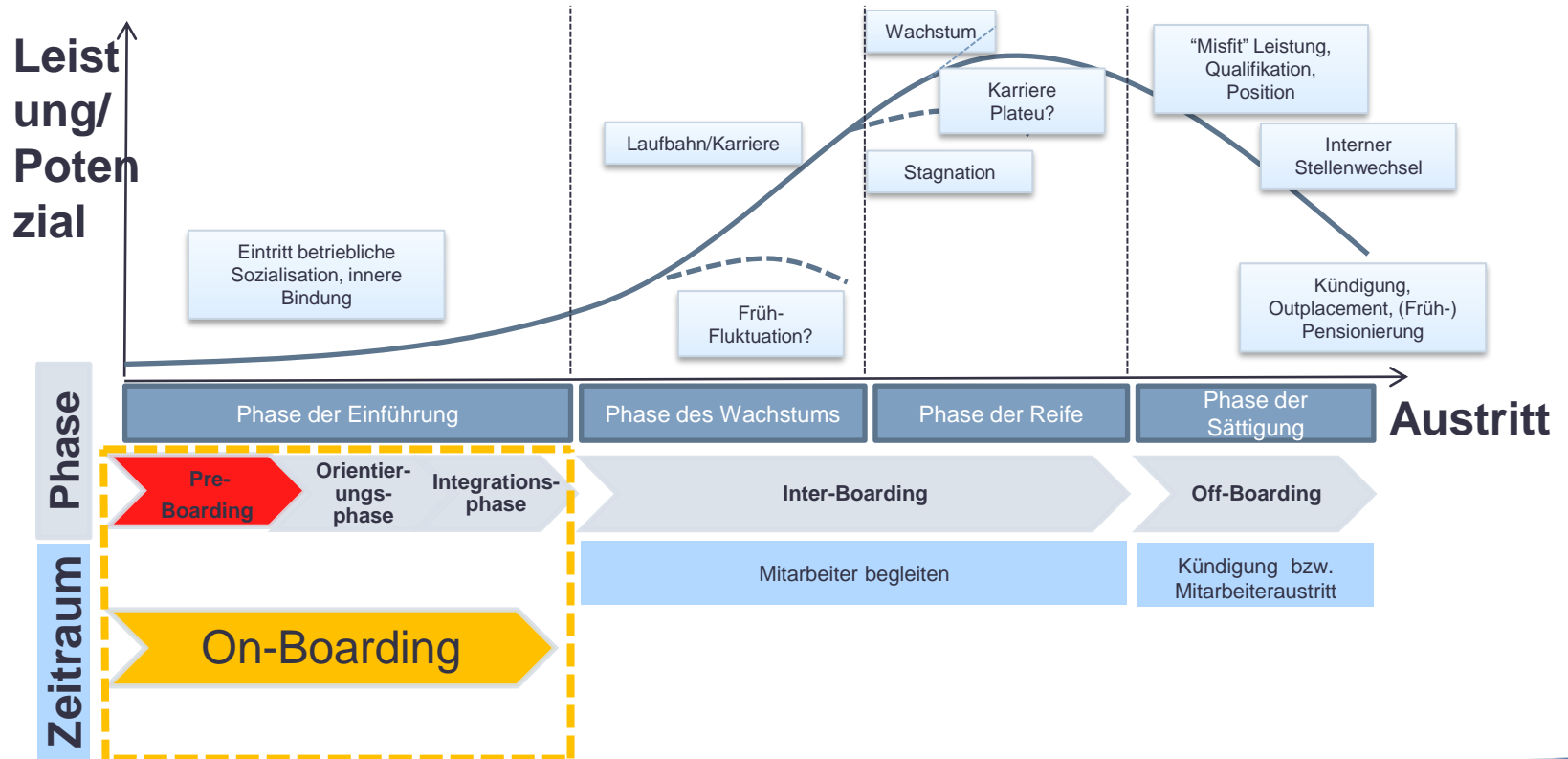
Am Lohmühlbach 14

85356 Freising

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

[mail@kaspercom.de](mailto:mail@kaspercom.de)

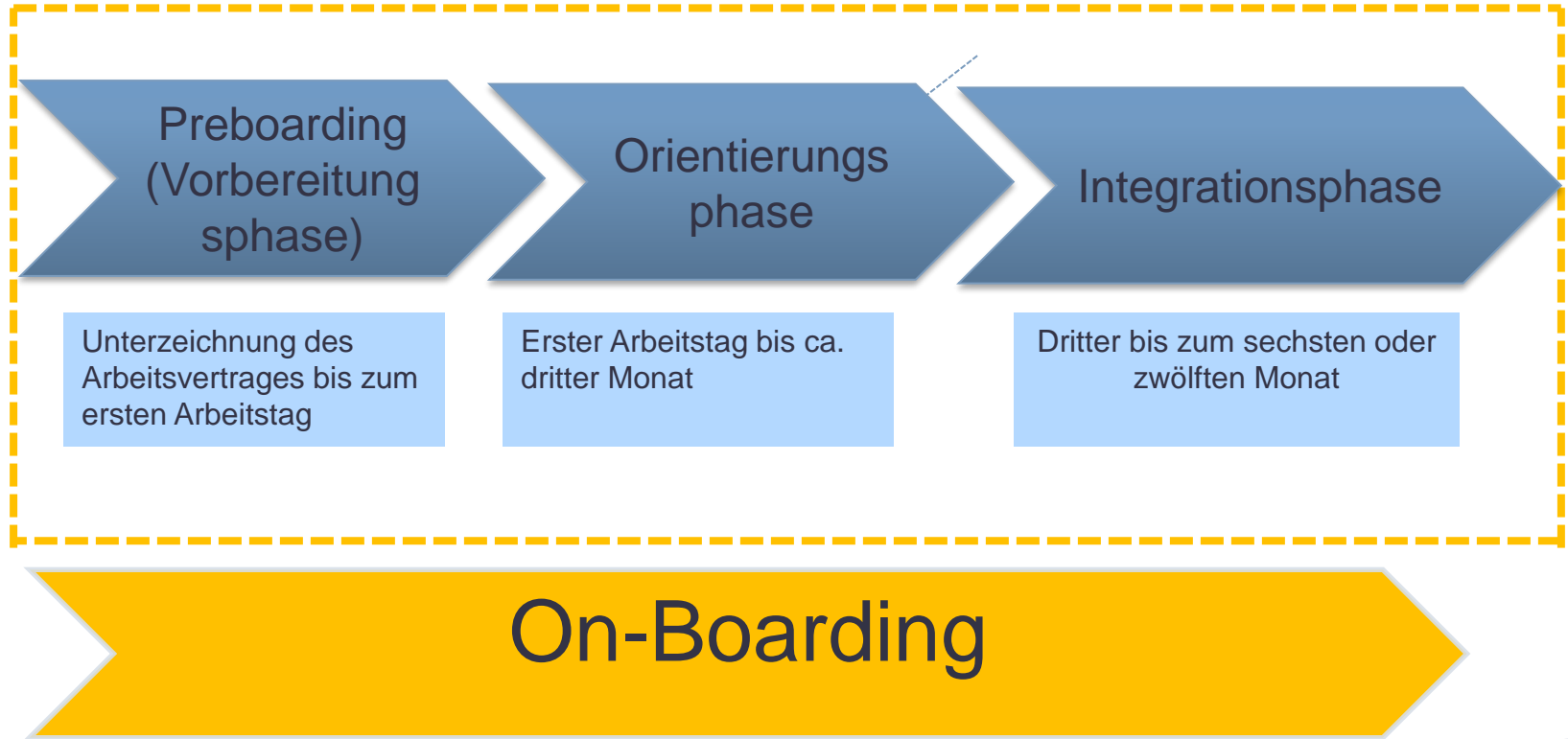
[www.kaspercom.de](http://www.kaspercom.de)



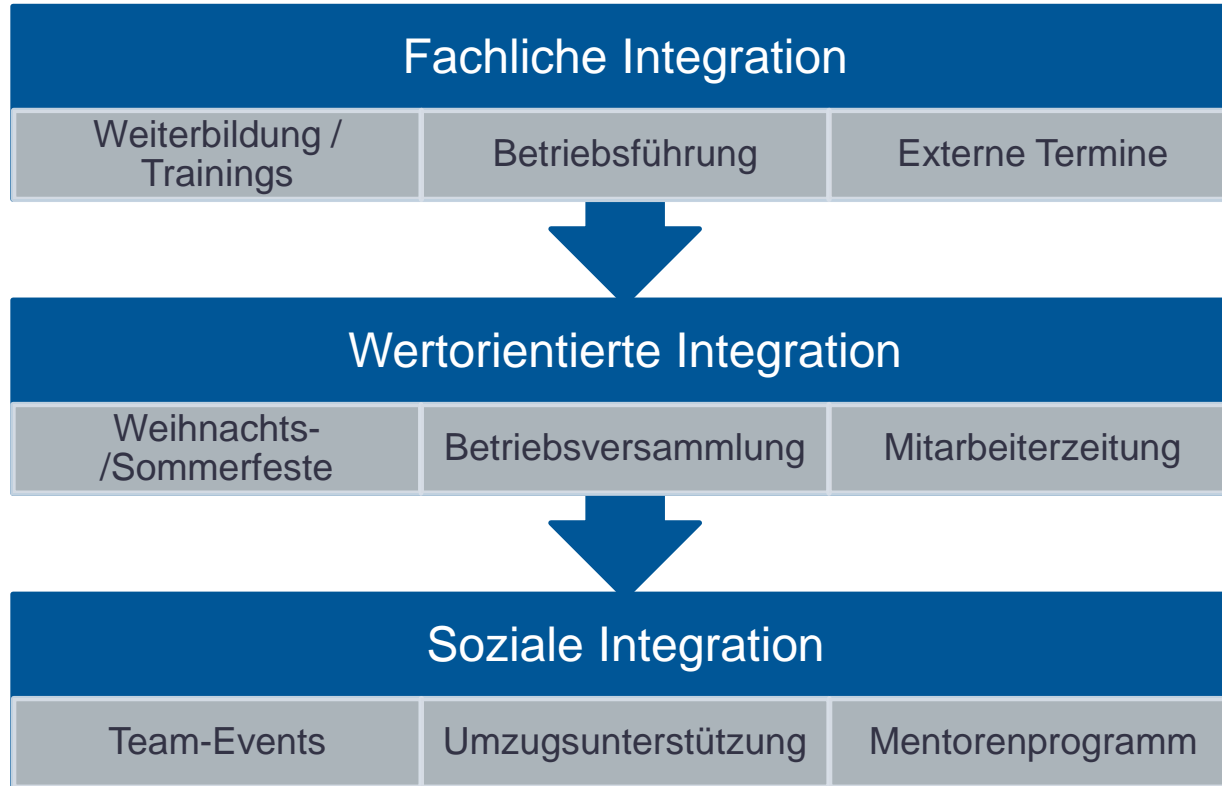
Vgl. Haufe (Digitales Onboarding 2015), abgerufen am 23.11.2017.

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 Hildesheim**

**Ausbilder:**  
Werner Reier  
Sofian Fernamborg

**Hoiger Buhrer**

**BANG® im Internet:**  
[www.bang-netzwerke.de](http://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 kann man es auch als mittelständische Unternehmensverbände eines Bereiches im regionalen Netzwerke anerkennen. 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 einem anderen Wortes kann man es auch als mittelständische Unternehmen verbände eines Bereiches im regionalen Netzwerke anerkennen. Bei Ziel: Sicherung des Ausbildungsstellenangebots.

Durch BANG® erhält jedes unsere Unternehmen eine individuelle Unterstützung bei allen Ausbildungsangelegenheiten. So kann die Unternehmen die eigenen Möglichkeiten an Ausbildung zusätzlich erschließen. Bei jeder Interessenten bei BANG® in der Jugendzeit im regionalen Unternehmen und kann somit ebenfalls tätig werden.

**Die Ausbildung Ihre Kinder Reicht im BANG® Trainingszentrum, Pflanz 550A, Allee 18, 32181 Hildesheim. Dort werden die Auszubildenden von den Jungwiler Auszubildenden betreut.**

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

Bei dieser Auftaktveranstaltung werden die Auszubildenden, ihre Berufswörter, sowie die Ausbildungsberufe vor und erfahren alles über die Rechte und Pflichten während der Ausbildung. Bei der Azubis werden wichtige Fragen gestellt, wie geht es nach der Ausbildung weiter, wie funktioniert eine Ausbildung im BANG®, was sind meine Mitspracherechte im Werkstattunterricht und wie werden ich betreut?

**BANG® Azubis können**  
In den 2,5-jährigen Ausbildung werden Betriebsunterricht mit der entsprechenden Lernjahre mitzuerkennen (entsprechend der Ausbildung).

Dabei sind folgende Schwerpunkte ganz wichtig:  

1. **Lehrjahr: Orientierung**
2. **Lehrjahr: Einarbeitung**
3. **Lehrjahr: Aufwärtstrend**





# 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, dass 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**