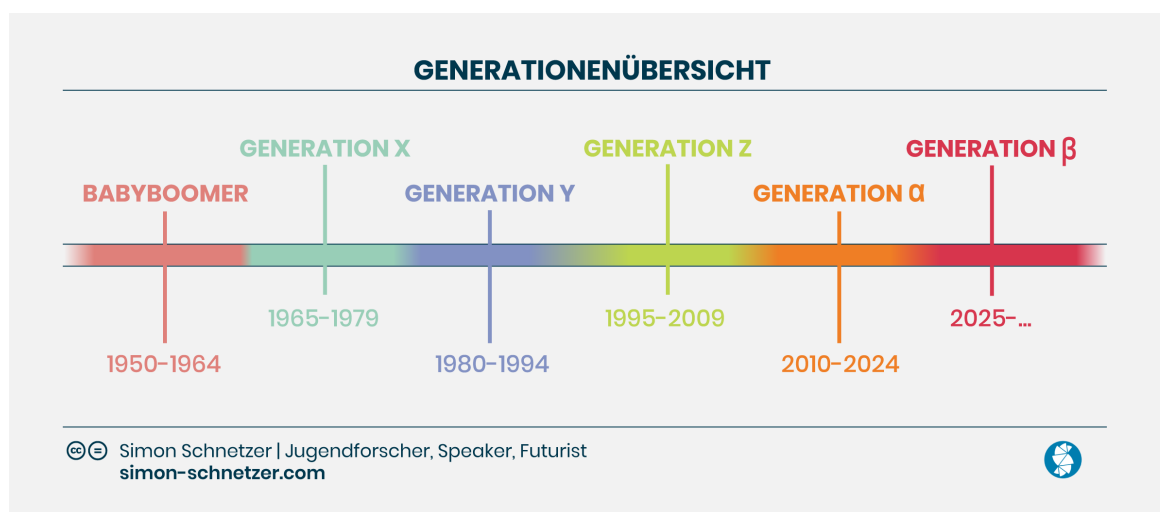




GENERATION XYZ – ÜBERSICHT



GENERATION XYZ – TYPISCHE EINSTELLUNGEN

Gen Z: 1995 – 2009 (Alter zwischen 12 und 27 Jahren)

Die Älteren haben unsere Zukunft verzockt! Arbeit soll sinnstiftend sein und wir müssen immer das Gefühl haben, dass wir uns weiterentwickeln, weil wir über Social Media das Gefühl bekommen, dass alle anderen ein perfektes und erfolgreiches Leben führen. Mit den ganzen Krisen wollen wir nicht bis zum Ruhestand warten für die Work-Life-Balance.

Gen Y: 1980 – 1994 (Alter zwischen 27 und 42 Jahren, auch Millennials genannt)

Wir erleben eine Krise nach der anderen. Hauptsache ein Job ist sicher und macht Spaß. Die Abgrenzung von Arbeit und Freizeit ist wichtig, um die familiären Verpflichtungen und Hobbies wahrnehmen zu können. Auf eine Führungsposition verzichten wir lieber und reduzieren auf 80 Prozent, um mehr vom Leben zu haben. Ob wir davon im Alter gut leben können, damit beschäftigen wir uns später.

Gen X: 1965 – 1979 (Alter zwischen 42 und 57 Jahren)

*Wir müssen hart arbeiten und verzichten, damit wir unsere Kinder gut durchbringen und unseren Wohlstand im Ruhestand halten können. Dafür sind wir bereit viel zu leisten und wollen unsere mühsam erarbeiteten Komfortzonen nicht einfach aufgeben.
Spruch: Das sind gewachsene Strukturen. Das haben wir schon immer so gemacht.*

Babyboomer: 1950 – 1964 (Alter zwischen 57 und 72 Jahren)

*Wir haben uns unseren Wohlstand hart erarbeiten müssen. Den wollen wir uns von neuer Technologie, schlechteren Arbeitsverträgen oder den Flusen der Jungen nicht nehmen lassen. Tugenden wie Pünktlichkeit, Fleiß und Geduld finden wir sinnvoll und erwarten wir im Beruf auch von anderen.
Spruch: Lehrjahre sind keine Herrenjahre. Die Jungen haben uns viel zu verdanken.*

Simon Schnetzer | Jugendforscher, Speaker, Futurist



UMDENKEN MIT DER GENERATION ZUKUNFT

1. Beschleunigte Kommunikation

Die Geschwindigkeit von Kommunikation hat erheblich zugenommen. Für die Generation Z ist es ganz normal, dass sie in Social Media sofort Feedback bekommen auf einen Post. Mit derselben Erwartungshaltung des „instant Feedback“ müssen Führungskräfte bei Aufgabenerteilung oder Mitarbeitende im Vertrieb umgehen.

2. Schwierigkeit von Entscheidungen

Junge Menschen tun sich schwer mit der Fülle von Möglichkeiten gute Entscheidungen zu treffen. Sie definieren eine Entscheidung einfach unverbindlicher was das generationenübergreifende Miteinander eine enorme Herausforderung darstellt: man muss kontinuierlich um Verbindlichkeit einer „Entscheidung“ werben und niedrighschwellige Angebote bieten.

3. Respekt modern definiert

Alter, Wissen und Erfahrung werden heute nicht mehr als Garanten für Respekt wahrgenommen, weil die Erziehung eine andere ist und Suchmaschinen wie Google oder Plattformen wie YouTube sämtliches Wissen (und viele Erfahrungen) blitzschnell und topaktuell bereitstellen können. Die neuen Währungen für Respekt, die Führungskräfte für die nächste Generation beherrschen sollten sind: Kompetenz, Führung auf Augenhöhe und als Vorbild vorangehen. Und sie sollten den Wert von Wissen und Erfahrungen der älteren Kolleg:innen herausarbeiten, um den Generationen übergreifenden Respekt im Team zu fördern.

4. Geschlechterrollen neu verteilt

Berufliche Karrieren sind keine Entscheidungen der Männer oder Frauen alleine. Junge Männer und Frauen betrachten sich in Beziehungen als gleichberechtigt, um sich beruflich zu verwirklichen und stehen in gleichem Maß in der Pflicht, sich um Kinder zu kümmern. Das schränkt die Karrieremöglichkeiten vieler im klassischen Sinne ein und erfordert ein Umdenken in der Bewertung von und im Umgang mit Kolleg:innen oder Kund:innen. Hier gilt es mit alten Rollenbildern aufzuräumen und ein neues Rollenverständnis durch positive Beispiele zu etablieren.

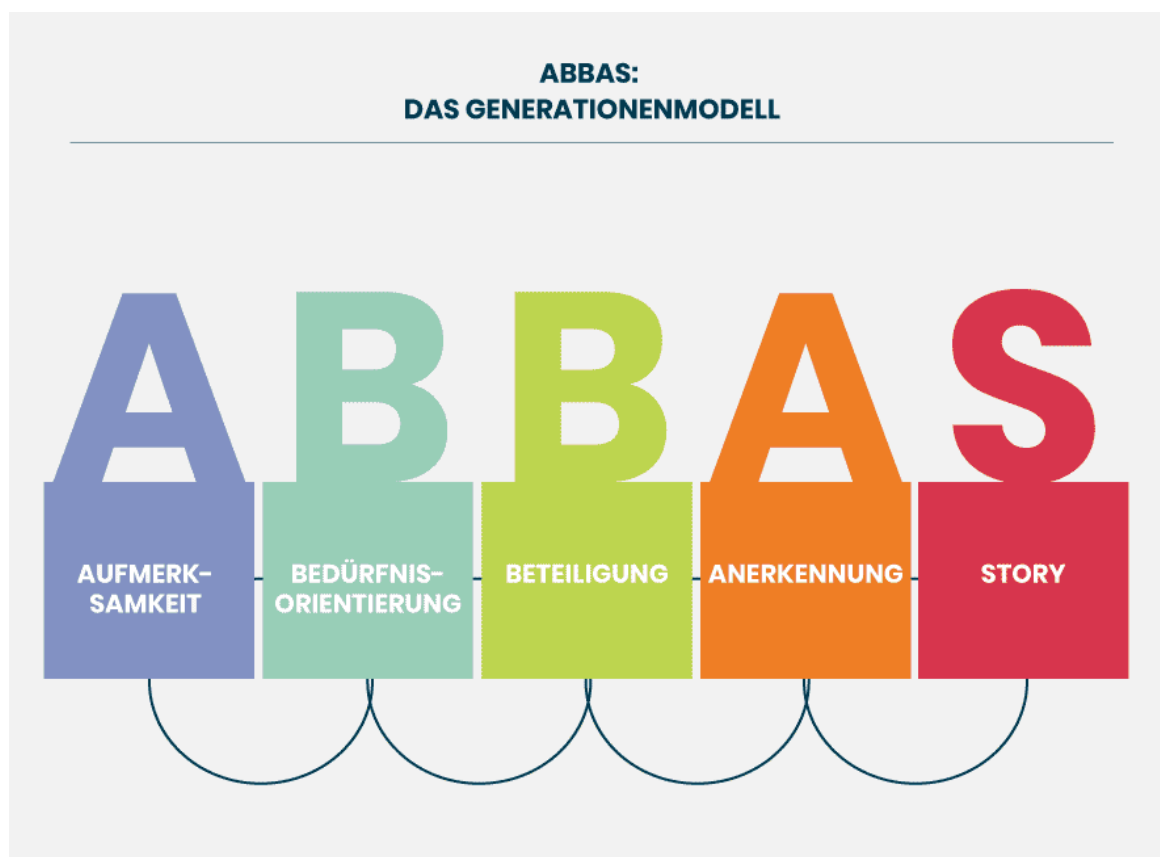
5. Technologie anders denken

Technologie mit der man aufwächst erscheint einem normal und man teilt sie (und die entsprechenden Plattformen) mit gleichaltrigen Freund:innen. Neuere Technologien sind für ältere Menschen oft nicht so wichtig, weil ihre Freund:innen diese auch nicht nutzen. Daher haben die Jungen einen spielerischeren Zugang zu neuen Technologien und die Älteren große Sorge, den Anschluss zu verpassen oder an Wert auf dem Arbeitsmarkt zu verlieren.



DAS GENERATIONENMODELL ABBAS

Das Generationenmodell ABBAS ist ein Strategiekonzept, das 2016 von dem Jugendforscher Simon Schnetzer entwickelt wurde. Der Anwendungsbereich von ABBAS liegt in der Überprüfung und Entwicklung von Strategien für Zielgruppen wie die Generationen XYZ, um diese beispielsweise als Mitarbeitende zu finden, zu motivieren oder zu binden. Von Anwender:innen wird das Generationenmodell ABBAS für die klare Struktur und intuitive Anwendbarkeit geschätzt, wodurch konzeptionelle Erfolgsmuster oder Defizite schnell sichtbar werden.



Leitfragen zur Anwendung des ABBAS-Konzepts:

1. Wo haben wir bereits **Aufmerksamkeit** von der Zielgruppe und wie nutzen wir diese?
2. Was sind die **Bedürfnisse** der Zielgruppe und wie können wir diese bedienen?
3. Wie können wir die Zielgruppe **beteiligen**, um unsere Ziele zu erreichen?
4. Welche Formen der **Anerkennung** benötigt die Zielgruppe, um motiviert zu sein?
5. Was ist die **Heldenstory** und Selbstwirksamkeit, die wir unserer Zielgruppe anbieten für ihr Engagement anbieten?

Weitere Informationen: www.simon-schnetzer.com/abbas

Simon Schnetzer | Jugendforscher, Speaker, Futurist

Ostbahnhofstr. 7, 87437 Kempten, Deutschland
+49 178 1471497 | mail@simon-schnetzer.com
www.simon-schnetzer.com