

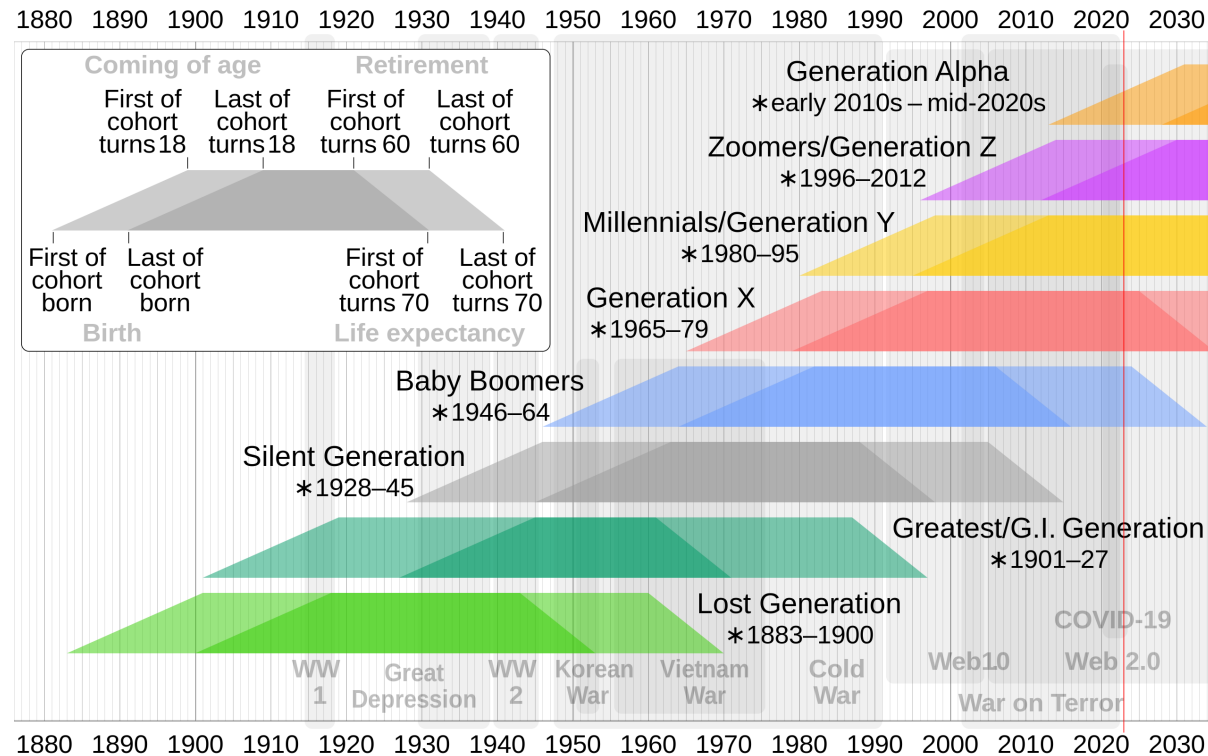
**new&able**

Management- und Organisationsberatung

Impulsvortrag

Generation Z

# 1. Generationen im Überblick | Merkmale der Generation Z



- = Die Erwerbstätigen der **Generation Z** sind heute im **Alter von 16 bis 28** Jahren
- = Sie gehören zu der **ersten Generation** die vollständig als **Digital Native** aufgewachsen sind
- = Zentrale **Werte** sind:
  - = **Sicherheit**
  - = **Wohlbefinden**
  - = **Weltoffenheit**
- = Zu den **besonderen Charakteristika** gehören:
  - = Ausrichtung an **Sinnhaftigkeit**
  - = Hohe Erwartungen an **Spaß bei der Arbeit**
  - = Besondere **Berücksichtigung der Freizeit**
  - = Ansprüche an moderne und **flexible Arbeitsplätze**
  - = **Verminderte Arbeitgeberloyalität**
- = Hohe **Präsenz in sozialen Medien**



## 2. Daten aus der Forschung | Relevanz von Work-Life-Balance & Arbeitsatmosphäre

- = Für **70%** der Vertreter der **Generation Z** hat das Thema **Work-Life-Balance** einen **hohen Stellenwert**
- = Die **Beschäftigung mit Gesundheit** und **Gesundheitsförderung** im Betrieb ist für **70%** **entscheidend** für die **Arbeitgeberattraktivität**
- = Fast die Hälfte aller Vertreter der Generation Z würden **kein Arbeitsangebot ohne Home-Office** Option annehmen
- = Die **positive Bewertung eines Unternehmens** im Freundeskreis ist für **65%** ein **entscheidendes Auswahlkriterium**
- = **Zentrale Themen im Arbeitskontext** sind für die Generation Z:
  - = **Zufriedenheit**
  - = **Sinnhaftigkeit**
  - = **Anerkennung**
  - = **Selbstverwirklichung**

**7 von 10**  
Kandidaten der Generation Z sehen in der Work-Life-Balance einen hohen Stellenwert.



**7 von 10**  
Kandidaten der Generation Z finden Maßnahmen der betrieblichen Gesundheitsförderung für die Attraktivität eines Unternehmens entscheidend.

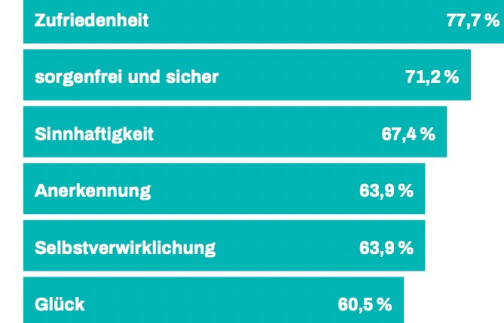


**4 von 10**  
Kandidaten der Generation Z nehmen ohne die Möglichkeit von Home-Office ein Arbeitsangebot nicht an.



**6,5 von 10**  
Kandidaten der Generation Z bewerben sich nicht bei einem Unternehmen, wenn Freunde von schlechten Erfahrungen im Bewerbungsprozess bei diesem Unternehmen erzählen.

### Studierende



Quelle: Generation Z – die Arbeitnehmer von morgen, Universität Bamberg.

### 3. Generation Z und die Arbeitswelt | Ansprüche und Erwartungen



- = Die **Generation Z** bevorzugt ein **freundliches, offenes und harmonisches Arbeitsumfeld**
- = **Emotionaler Ausdruck** und ein **persönlicher Umgang** werden geschätzt, während **autoritärer Führungsstil** weniger erfolgreich ist
- = **Arbeit soll Spaß machen**; die Generation Z sucht nach angenehmer Atmosphäre, **Freundschaften und Benefits**
- = **Rückversicherung** und **positives Feedback** sind wichtig, da die Generation Z **tendenziell leichter zu verunsichern** ist
- = Die **Prägung durch Start-Up-Kulturen** beeinflusst die **Erwartungen an den Arbeitsplatz**: ansprechende **Räumlichkeiten**, angenehme **Atmosphäre**, **Flexibilität** und **zusätzliche Benefits** sind gefragt
- = GEN Z möchte **Freiraum für eigene Ideen**, **Toleranz bei Fehlern** und ein **attraktives Arbeitsumfeld**

Quelle: GIM-Studie: „Wie tickt Deutschland?“.

## 4. Generation Z und die Arbeitswelt | Haltung und Engagement

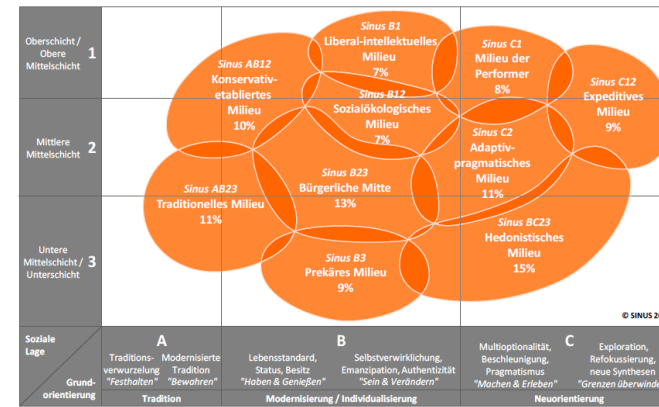
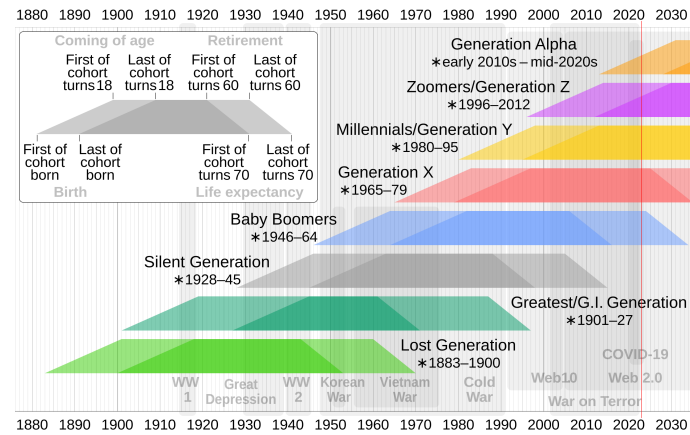
- = Trotz des **Images als Spaß- und Partygeneration** sind die Vertreter der Generation Z durchaus **bereit hohen Einsatz bei der Arbeit** zu zeigen
- = Eine enge **Taktung, Leistungskontrollen und regelmäßiges Feedback** sind durch das G8-Schulsystem und das Bachelor-Master-Studium bereits in der **Adoleszenz prägend**
- = Die Generation Z möchte **Verantwortung übernehmen**, erwartet jedoch auch eine **gute Führung** unter dem **Konzept der psychologischen Sicherheit**
- = Die **Orientierung an einem gemeinsamen, sinnhaften Ziel** ist für viele Angehörige der Generation Z wichtig, dies soll jedoch auch **durch die Führungskräfte vorgelebt** werden
- = Die **Krisen** der letzten 5-10 Jahre haben die **Generation Z stark beeinflusst**, jedoch auch in ihrer **Position als Arbeitnehmer der Zukunft gestärkt**





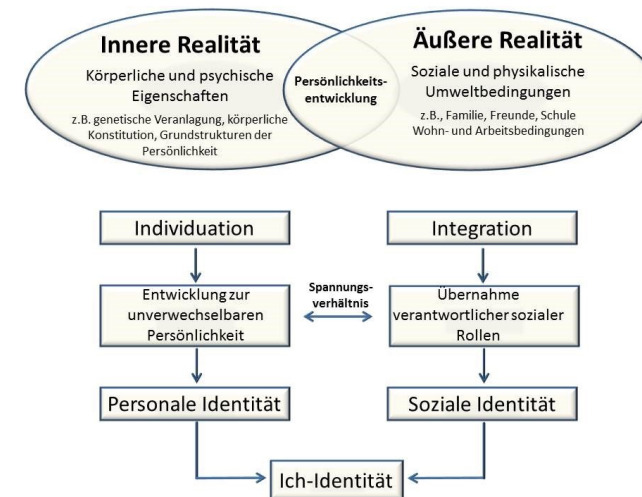
# 5. Perspektiven in der Beschreibung von Kohorten und Altersgruppen | Modelle

Generationen-Modell



Milieu-Modell

Persönlichkeitsprofile



Sozialisations-Modell

## 6. Selbstreflexion | Wahrnehmung der ‚Jungen Generation‘ im historischen Kontext



Quelle: [time.com/vault/year/](http://time.com/vault/year/)





## 6. Selbstreflexion | Erfolgreiche Vertreter der Generation Z



**Yaël Meier**



**Kevin David Lehmann**



**Eike Czada**



**Nour Idelbi**



**Amir Younes Gdamsi**



**Henning Hünerbein**



**Mona Ghazi**



**Bersa Shazimani**

Quelle: <https://www.businessinsider.de/gruenderszene/perspektive/20-unter-20-gruender-2022-a/>





## 7. Ableitungen und Handlungsempfehlungen

### ⇒ Mehr Zeit für die Mitarbeiter einplanen

- Führungskräfte müssen mehr Zeit in die Führung und Entwicklung neuer Mitarbeiter der GEN Z investieren
- Regelmäßiges (positives) Feedback – dies wird von vielen Angehörigen der GEN Z erwartet

### ⇒ Die persönliche Beziehung zu Vertretern der Generation Z evaluieren

- Hinterfragen der eigenen Einstellung und des Wissens zu den Bedürfnissen der Generation Z
- Häufiger das direkte und offene Gespräch suchen und auf Motive und (fehlende) Antreiber eingehen

### ⇒ Reflexion des eigenen Verhaltens als Führungskraft

- Die Generation Z erwartet Kommunikation auf Augenhöhe und Anerkennung als gleichwertiges Teammitglied
- Führungskräfte sollten sich als ‚Sparrings-Partner‘ sehen und akzeptieren, dass Hierarchien kaum noch relevant sind

### ⇒ Förderung des Wir-Gefühls und der Zusammengehörigkeit im Team

- Team-Events, Austausch und der Aufbau emotionaler Beziehungen sind für GEN Z wichtige „Community“ Aspekte

### ⇒ Anerkennung der zukünftigen Relevanz für das Unternehmen

- Die Bedürfnisse der GEN Z erfordern die Bereitschaft für Veränderungsvorschläge und neue Strukturen offen zu sein
- Die Generation Z bestimmt die Zukunftsfähigkeit der Organisation – ein intensiver Diskurs ist daher unentbehrlich

# new&able

*Gestärkt durch Veränderung*

new&able  
Management- und Organisationsberatung GmbH  
Weberstraße 6  
D-69120 Heidelberg  
Phone: +49-6221-7564411  
Fax: +49-6221-7505595  
Mail: [office@newandable.com](mailto:office@newandable.com)  
[www.newandable.com](http://www.newandable.com)

