

lich Willkommen

zum 2. Ausbilder-Treff mit dem Thema

"Generation Z - Wie ticken die eigentlich?"

Gefördert als
JOBSTARTER plus-Projekt aus
Mitteln des Bundesministeriums
für Bildung und Forschung und
des Europäischen Sozialfonds.



JOB TIMIST - in eigener Sache ...



Ausbildungs- und Praktikumsatlas

- regionales Ausbildungsverzeichnis, Übersicht
- kostenfreier Eintrag

Ziel: Ausbildungsbetriebe und -berufe im Landkreis bekannt machen

Vorteile:

- ➔ Medium erreicht Zielgruppe
- ➔ als Ausbildungsbetrieb wahrgenommen werden
- ➔ Ausbildungsberuf(e) bekannt(er) machen
- ➔ PraktikantInnen und Auszubildende gewinnen

Gefördert als JOBSTARTER plus-Projekt aus Mitteln des Bundesministeriums für Bildung und Forschung und des Europäischen Sozialfonds.



JOB TIMIST - in eigener Sache ...

"Matching"

- Suche und Vorauswahl geeigneter Bewerber
- kostenfrei und individuell gestaltbar
- zusätzlicher Rekrutierungsweg



Freie Ausbildungsstellen 2016 JOB TIMIST

29.04.2016

Ausbildungsberuf	Ort
Elektroniker/-in für Energie- und Gebäudetechnik	Einbeck
Fachkraft für Fruchtsafttechnik	Nörten-Hardenberg
Fachverkäufer/-in im Lebensmittelhandwerk - Schwerpunkt Fleischerei	Northeim und Hardegen
Fleischer/-in	Northeim
Hotelfachmann/-frau	Uslar
Kanalbauer/-in	Northeim
Kaufmann/-frau im Groß- und Außenhandel	Northeim
Koch/Köchin	Nörten-Hardenberg
Konstruktionsmechaniker/-in	Uslar
Kraftfahrzeugmechaniker/-in	Einbeck
Metallbauer/-in Fachrichtung Konstruktionstechnik	Einbeck
Rollladen- und Sonnenschutzmechaniker/-in	Einbeck
Straßenbauer/-in	Northeim
Tischler/-in	Moringen

Für weitere Informationen zu den Ausbildungsplatzangeboten setzen Sie sich bitte mit uns in Verbindung:

JOB TIMIST c/o Werk-statt-Schule e.V., Northeim

Stephan Bömelburg • Tel.: 0 55 51 / 97 88 -29 • eMail: s.boemelburg@werk-statt-schule.de

Renate Sydow • Tel.: 0 55 51 / 97 88 -28 • eMail: r.sydow@werk-statt-schule.de

Elena Thießen • Tel.: 0 55 51 / 97 88 -29 • eMail: e.thiesse@werk-statt-schule.de

jobstarter **ESF** **EUROPEISCHER SOZIALFOND FÜR DEUTSCHLAND** **Zusammen. Zukunft. Gestalten.** **BiBB**

Gefördert als JOBSTARTER plus-Projekt aus Mitteln des Bundesministeriums für Bildung und Forschung und des Europäischen Sozialfonds.

Gefördert als JOBSTARTER plus-Projekt aus Mitteln des Bundesministeriums für Bildung und Forschung und des Europäischen Sozialfonds.



JOBTIMIST - in eigener Sache ...

"Schnuppertage" - stundenweise Azubi
in Kooperation mit der Löns-Realschule Einbeck
vom 23.-26.01.2017 (KW 4)

Ziel: SchülerInnen

- lernen verschiedene berufliche Tätigkeiten in der Praxis kennen
- erhalten Einblicke in Betriebe, Ausbildungsberufe und die Arbeitswelt

Vorteile für Unternehmen:

- ➔ frühzeitiger Kontakt mit potenziellen Auszubildenden
- ➔ Präsentation als engagierter Ausbildungsbetrieb bei SchülerInnen und Eltern
- ➔ Werbung für Ihren Betrieb

Gefördert als
JOBSTARTER plus-Projekt aus
Mitteln des Bundesministeriums
für Bildung und Forschung und
des Europäischen Sozialfonds.



JOBTIMIST - in eigener Sache ...

Themen und Termine

Themenvorschläge für den nächsten Ausbilder-Treff:

- Was macht einen attraktiven Ausbildungsbetrieb aus?
- vorzeitige Vertragslösungen (Ausbildungsabbrüche) vermeiden
- Unterstützungsangebote vor und während der Ausbildung
- Praktika und Einstiegsqualifizierung
- ...

Termin: Mittwoch, 1. Februar 2017

Interesse an: Einzelberatung Ausbildungsmarketing?
Workshop Ausbildungsmarketing?
"Azubi-Tausch"?

Gefördert als
JOBSTARTER plus-Projekt aus
Mitteln des Bundesministeriums
für Bildung und Forschung und
des Europäischen Sozialfonds.



Generation Z - Wie ticken die eigentlich?

"Die Jugend von heute liebt den Luxus, hat schlechte Manieren und verachtet die Autorität. Sie widersprechen ihren Eltern, legen die Beine übereinander und tyrannisieren ihre Lehrer."

Sokrates, 470-399 v. Chr.

"Die verschiedenen Altersstufen des Menschen halten einander für verschiedene Rassen: Alte haben gewöhnlich vergessen, daß sie jung gewesen sind, oder sie vergessen, daß sie alt sind, und Junge begreifen nie, daß sie alt werden können."

Kurt Tucholski, Lerne lachen ohne zu weinen - Der Mensch, 1931

Gefördert als
JOBSTARTER plus-Projekt aus
Mitteln des Bundesministeriums
für Bildung und Forschung und
des Europäischen Sozialfonds.



Generation Z - wie ticken die eigentlich?

Prof. Dr. Antje-Britta Mörstedt

PFH Göttingen,
Vizepräsidentin für Fernstudium und Digitalisierung

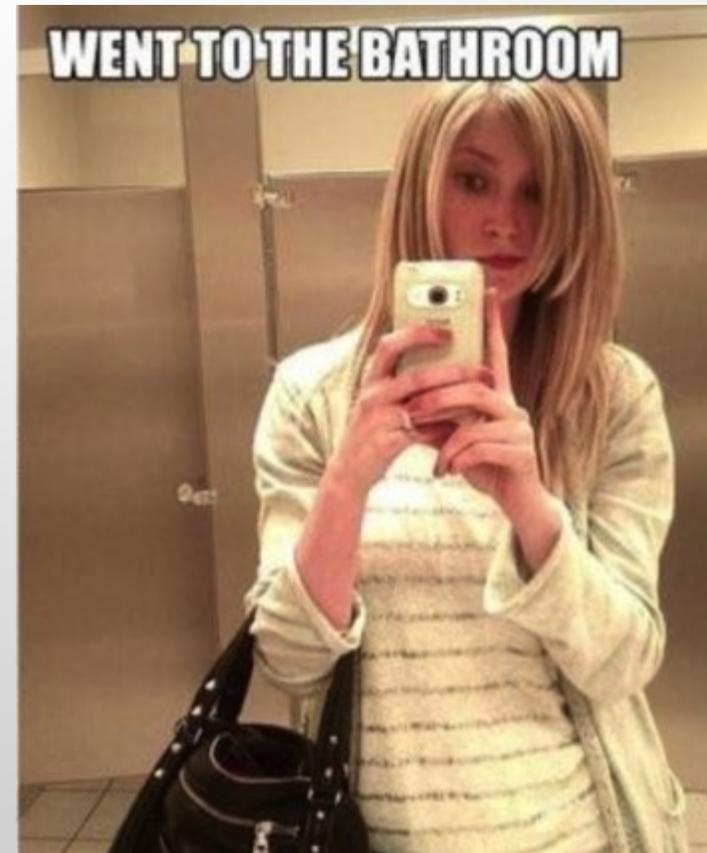
Gefördert als
JOBSTARTER plus-Projekt aus
Mitteln des Bundesministeriums
für Bildung und Forschung und
des Europäischen Sozialfonds.



Generation Z – Wie ticken die eigentlich?



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



Agenda

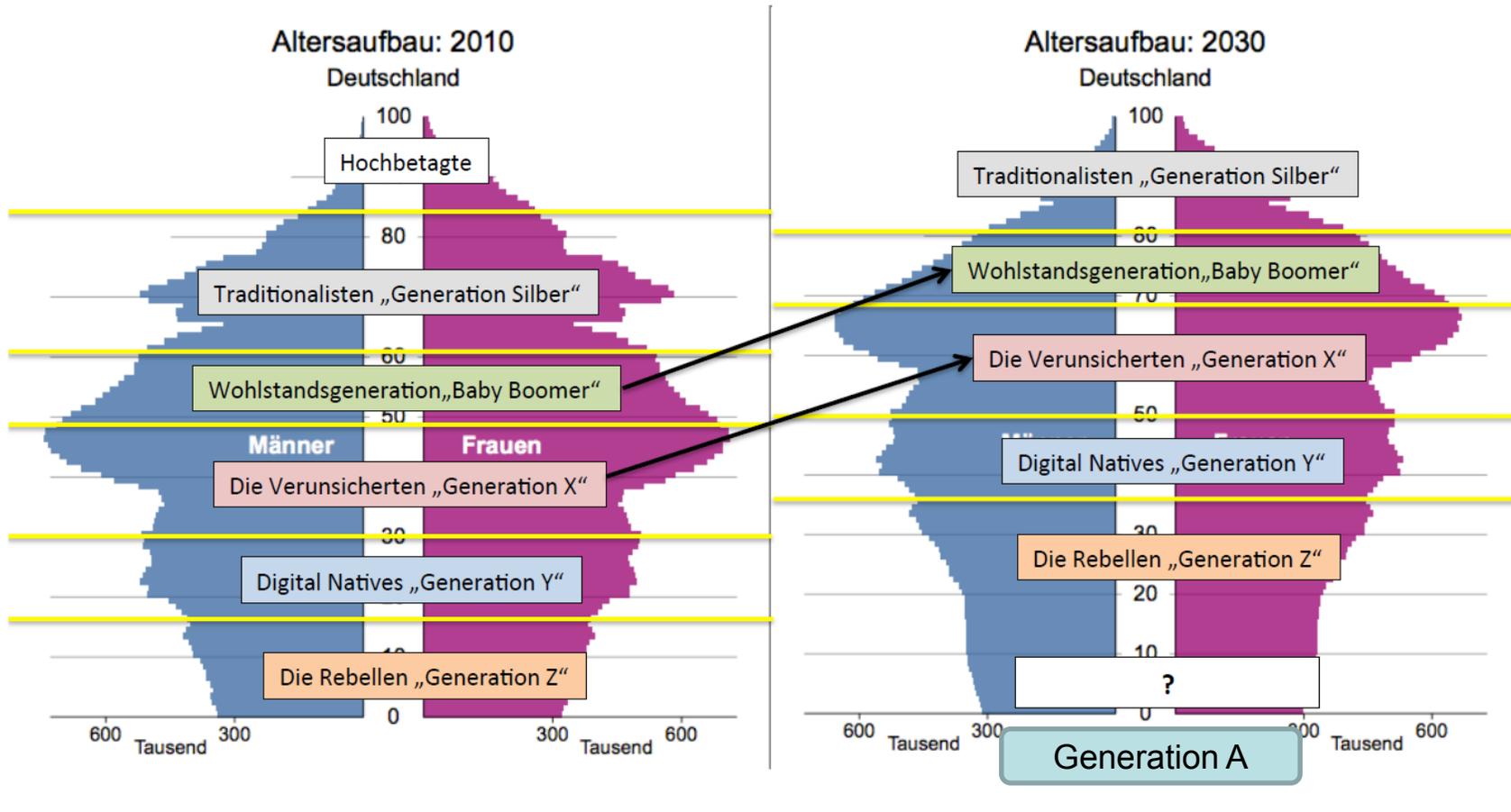
- Abgrenzung wesentlicher Generationen
- Merkmale und daraus resultierende Erwartungen der Y-Generation
- Merkmale und daraus resultierende Erwartungen der Z-Generation

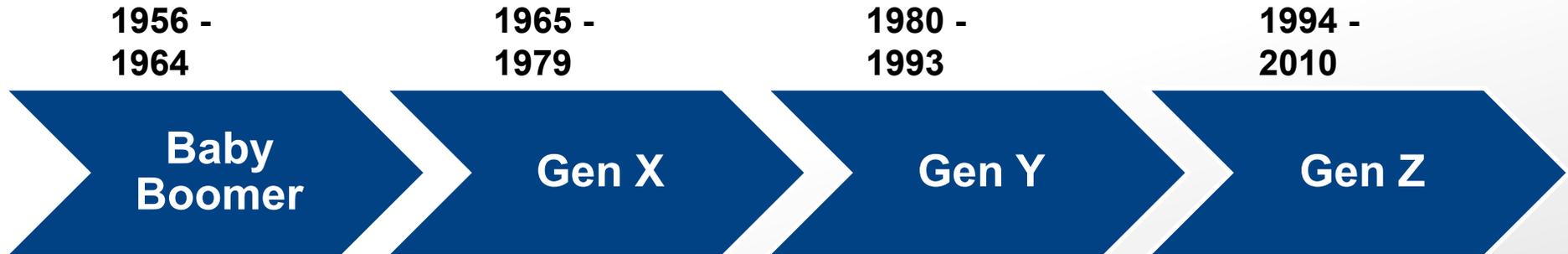


YOLO – You only live once



Generation Z





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

Besonderheiten:

Wunsch nach
Feedback

Besonderheiten:

ständige Nutzung
von Smartphones,
durchgehende
Präsenz in sozialen
Netzwerken

Babyboomer

Geburtsjahrgänge	1956 - 1964
Berühmte Persönlichkeiten	Bill Gates (Gründer von Microsoft Corporation) Angela Merkel (deutsche Bundeskanzlerin)
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
Im Arbeitsleben	<ul style="list-style-type: none">• Strukturierter Arbeitsstil• Regelmäßiger Austausch im Team• Pflege von Beziehungen und Netzwerken
Eine gute Führungskraft...	... ist immer für das Team da
Kommunikationsmedium	Telefon
Arbeitszeit	Eine lange Arbeitszeit ist nötig, um Erfolg zu haben

Motivation	<ul style="list-style-type: none">• Persönliches Wachstum• Wertschätzung für ihre Erfahrung• Gefühl, gebraucht zu werden
Mitarbeiterbindung	<ul style="list-style-type: none">• Abwechslungsreicher Aufgabenbereich• Ständige Weiterbildung und Training• Verantwortungsübernahme

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

Generation X

Geburtsjahrgänge	1965 - 1979
Berühmte Persönlichkeiten	Steffi Graf (ehemalige deutsche Tennisspielerin) Katarina Witt (ehemalige deutsche Eiskunstläuferin)
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
Im Arbeitsleben	<ul style="list-style-type: none">• Ergebnisorientiert• Technisch versiert• Teilen Macht und Verantwortung
Eine gute Führungskraft...	... überzeugt durch Kompetenz und ist vertrauenswürdig
Kommunikationsmedium	E-Mail, Mobiltelefon

Arbeitszeit	Sobald die Arbeit erledigt ist, verlässt man die Arbeit
Motivation	<ul style="list-style-type: none">• Hohe Freiheitsgrade in der Arbeitsgestaltung• Entwicklungsmöglichkeiten• Work-Life-Balance
Mitarbeiterbindung durch	<ul style="list-style-type: none">• Attraktives Gehalt und Zusatzleistungen• Hochwertige Arbeitsausstattung• Offene, informelle Unternehmenskultur

Roman von Coupland 1991 „Generation X – Geschichten für eine immer schneller werdende Kultur
Beschreibt die Werte der damaligen Jugendgeneration in Abgrenzung zu deren Eltern

Steigende Arbeitslosenquoten

Privatfernsehen, Mobiltelefon, Internet

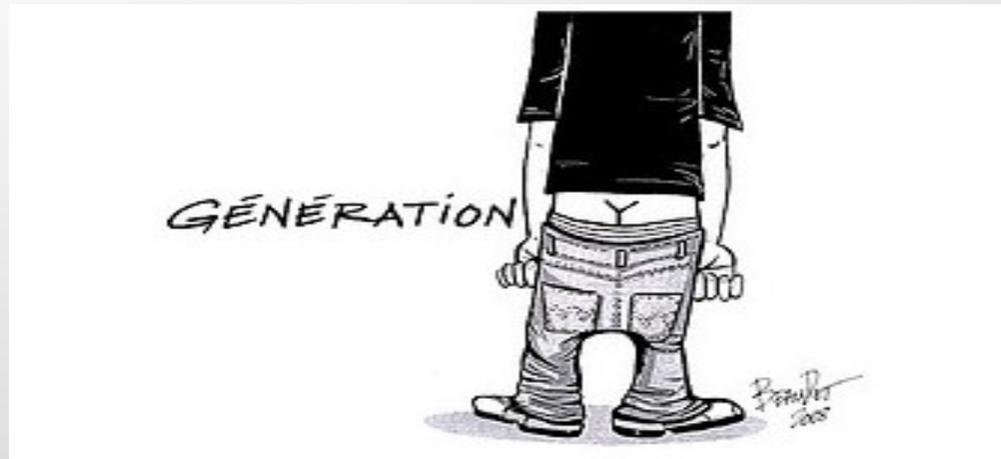
Zunehmende Institutionalisierung des kindlichen Alltags (Kinderkrippe, Hort usw.) und verstärkte Angebote von Freizeitaktivitäten (Musikschulkurse für Kinder)

Wachsende Akzeptanz der Erwerbstätigkeit von Müttern

Zunehmende Partizipationskultur und Mitarbeiterorientierung in der Arbeitswelt

Gut ausgebildet, gut informiert, social-media-affin
ausgeprägtes Selbstbewusstsein

Leitende Werte der „Generation Y“ und deren
Erwartungen an den Arbeitgeber scheinen sich erheblich
von denen früherer Generationen abzuheben.



Der Bruch zu den vorherigen Generationen besteht vor allem in ausgeprägtem Individualismus. Die vorhergehenden Generationen waren eher vom Kollektivismus geprägt (z.B. wegen des Wiederaufbaus Deutschlands) und ihnen war vernunftbasiertes Handeln wichtiger als etwas Gutes für sich selbst zu tun.

Geburtsjahrgänge	1979 – 1995
Berühmte Persönlichkeiten	Marc Zuckerberg (Gründer des Online-Netzwerks Facebook) Prinz William von England
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“
Im Arbeitsleben	<ul style="list-style-type: none">• Die Arbeit muss Spaß machen, lernbereit, arbeitswillig – aber! Forderung nach Privatleben sehr ausgeprägt• Flexibel und anpassungsbereit, selbständige und unabhängige Arbeitsweise• Führungspositionen sind ihnen nicht mehr so wichtig, eher Fachlaufbahnen und projektbezogenes Arbeiten• Meister im Multi-Tasking
Eine gute Führungskraft...	... unterstützt mich als Mentor und Ratgeber
Kommunikationsmedium	Web 2.0

Arbeitszeit	Keine kategorische Trennung von Arbeits- und Lebenszeit
Motivation	<ul style="list-style-type: none">• Selbstverwirklichung• Vernetzt sein• Mit Leuten auf der gleichen Wellenlänge Zusammenarbeiten
Mitarbeiterbindung durch	<ul style="list-style-type: none">• Flexibilität in Arbeitszeit und -ort• Zugang zu sozialen Netzwerken• Möglichkeiten für Innovation und Kreativität

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

Missverständnisse der älteren Generation ggü. GenY



Verhalten GenY	Deutung durch ältere Gen
Arbeiten, um zu leben	Die wollen immer nur Spaß
Eigene Ideen, Spaß am Ausprobieren	Die sind ziellos
Hinterfragen Sachverhalte, Anweisungen	Die wollen nie das machen, was ihnen gesagt wird, alles wollen die Hinterfragen
Multitasking	Die können sich nicht mehr konzentrieren, sind dauernd abgelenkt
Selbstbewusstsein	Die sind arrogant

Z-Generation

„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

Spricht man von den jüngeren Generationen hört man häufig....

... „die Jugend von heute liebt den Luxus, hat schlechte Manieren und verachtet die Autorität. Sie widersprechen ihren Eltern, legen die Beine übereinander und tyrannisieren ihre Lehrer“.

Zitat wird häufig Sokrates zugesprochen

- „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)

Gen Z

Digital in their DNA 📱



Quelle: engagor.com

Beeinflussung der Z-Generation auf der gesellschaftlichen Ebene

Globalisierung

Geburtenrate

Allgegenwärtigkeit von Krisen

Prägung der Z-
Generation

International studieren und arbeiten
Höchste Ansprüche an Jobs, erwarten hohe
materielle Standards

Einzelkämpfer

Ohnmachtsgefühl nichts tun zu können

Beeinflussung der Z-Generation auf der gesellschaftlichen Ebene

Internet

Mediales Angebot

Prägung der Z-
Generation

Multichannel-Einkauf rund um die Uhr
Mit der ganzen Welt vernetzt sein
immer online

Beeinflussung der Z-Generation auf der Absatzmarkt-Ebene

- Konsumentensouveränität und Angebots-Individualisierung
- Ausweitung des internationalen Handels, Auftreten von internationalen Billigpreisanbietern



Nutzung des Internets im Hinblick auf Informationen über Anbieter, Produkte
Nutzung von Bewertungsportalen
Nutzung des Angebots von Suchmaschinen und damit Reduktion der Informationskosten
Abnahme der Kundenloyalität

Beeinflussung der Z-Generation auf der gesellschaftlichen Ebene

- 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)

Beeinflussung der Z-Generation auf der Arbeitsmarkt-Ebene

Zeitarbeit, mehrere Jobs gleichzeitig (prekäre Arbeitsverhältnisse)
VW Vorstand verzichtet nicht auf Boni
Liquid Workforce, atmendes Unternehmen

Prägung der
Z-Generation

Arbeitsplatzsuche: Nutzung des Internets
(Arbeitgeberbewertungsportale),

Keine Bindung an Unternehmen

Privatleben dominiert ganz klar

Wunsch nach Entwicklungs- und Selbstverwirklichungsmöglichkeiten

Kollegiale Arbeitsatmosphäre

Beeinflussung der Z-Generation auf der Arbeitsmarkt-Ebene

Arbeitgeberwahl

Prägung der
Z-Generation

Ausgeglichenes Verhältnis nach Arbeit und Freizeit

Ausgeglichenes Verhältnis von Leistung und Genuss

Regelmäßige Feedbackgespräche

Karriere nicht um jeden Preis/Empfinden von Lebensfreude auch während der Arbeit

Zugriff auf neuste Technologien am Arbeitsplatz

Bildung bedeutet ein Zuwachs an Beweglichkeit und persönlicher Autonomie,
lebenslanges Lernen ist zentraler Lebensinhalt

Die Generation Z (1994 – 2010)

- „Digital Natives“
 - als erste Generation komplett in digitaler Welt aufgewachsen
 - durchgehende Präsenz in sozialen Netzwerken
- Technologieaffinität
 - in jeden Lebensbereich integriert
 - Technologie ist integraler Bestandteil für Problemlösung
 - folglich hoher Anspruch an moderne Ausstattung und Internetzugang am Arbeitsplatz
- Einzelkämpfer
 - ausgeprägtes Selbstbewusstsein
 - Aufgabe allein anstatt in Teamarbeit erledigen
- Sinnhaftigkeit und Spaß an der Arbeit
- regelmäßiges Feedback gewünscht
 - durch ihre Aktivität in sozialen Netzwerken gewohnt



- Gen Y hat die Einführung neuer Produkte und Geräte wie Laptop, iPod live miterlebt und hat Spaß am Ausprobieren
- Gen Z 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.



Quelle: powermanagement-news.blogspot.com

- Generation Y nutzt Blogs (auf einer Webseite geführtes Tagebuch)
- Generation Z nutzt Vlogs (Webseite, die periodisch neue Einträge (mehrheitlich oder ausschließlich) als Video enthält. Die Tätigkeitsform ist *Vlogging*.)
- *Generation Z kann kreativ Content auf verschiedenen Plattformen erstellen.*

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



Quelle: Shutterstock.com

Verhalten der Generation Z

Inkognito-Medien wie Snapchat, Jodel und Social Messaging-Dienste wie WhatsApp sind attraktiver als Facebook. Facebook wird zu einer Plattform von vielen.

Warum ist das so?

Die neuen Medien bieten inhärent Orientierung

Wie?

Eine stärkere Ausrichtung auf Eins-zu-Eins-Kommunikation, Unterhaltungen in kleinen, themenspezifischen Gruppen und einer subjektiv höheren Privatsphäre.

Verhalten Generation Z

- Smartphone und Apps begleiten die Generation Z
- Einwählen in einen Rechner oder Eintippen von URLs sind für diese Generation zu umständlich
- Ihre digitale Uhr oder ihr Smartphone weiß bestens über Fitness und Kalorienverbrauch bescheid
- Mediennutzung erfolgt selektiver und differenzierter

Generation Z unsere Social Consumer - Sie handeln bei dem höchsten Return on Attention

Angetrieben von einem starken Individualismus-Bedürfnis, verleiht die Generation Z ihrem digitalen Selbst überall Ausdruck, wo ihr das durch Technologie und Usability möglichst einfach gemacht wird.

Social Networks fungieren als zentrale Selbst-Benchmarking-Tools. Bin ich hip genug? Hält mein Leben Schritt, mit dem Ereignisreichtum meines Netzwerks?

Sie wollen Aufmerksamkeit für das was sie tun, denken und sagen.

Sie streben ein hohes Maß an Unabhängigkeit an und einfache Wechsellmöglichkeiten.

Markenbindung der Generation Z ist eher schwach ausgeprägt

Generation Z geht es um eine Bindung an eine bestimmte Produkt- oder Nutzenkategorie, an Stelle der Bindung an eine spezifische Marke.

Man schließt ein Abo bei Spotify ab, weil man Musik möchte, nicht weil man unbedingt Kunde von Spotify sein will.

Der Zugang zu Netzwerkinfrastruktur und mobiler Kommunikation steht im Vordergrund, nicht die Beziehung zu O2, zur Telekom oder zu Vodafone.

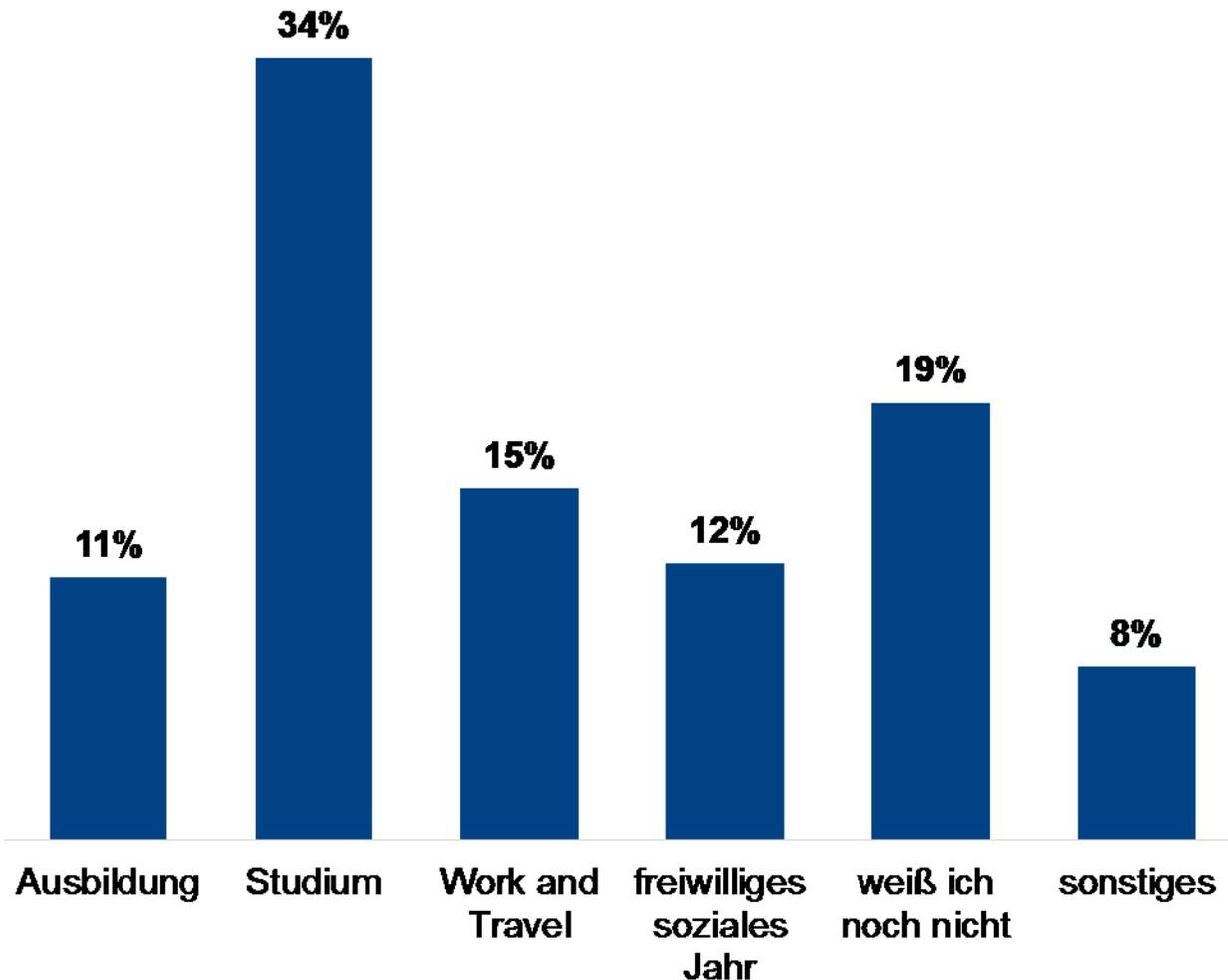
Markenbindung der Generation Z ist eher schwach ausgeprägt

Eine lange andauernde Bindung entsteht hauptsächlich dann wenn alle vergangenen Produkt-Erfahrungen in Summe kein Argument zum Wechsel liefern und es im Abgleich mit dem eigenen sozialen Netzwerk keinen Mehrwert bietet, etwas neues auszuprobieren.

Klassisches Customer Relationship Management funktioniert nicht mehr - die On-/Off-Beziehung wird zur Regel.

Abiturientenumfrage

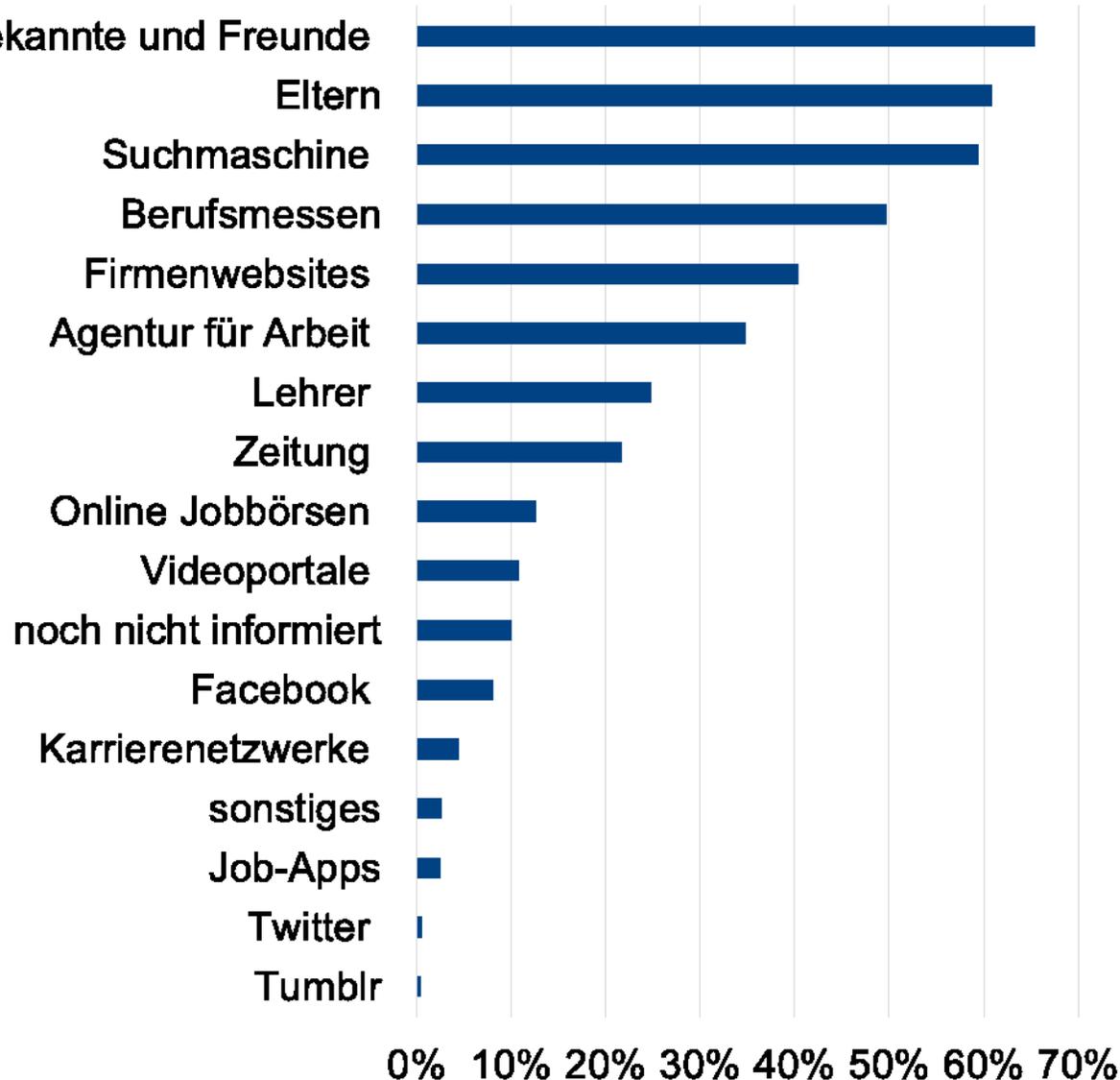
Was strebst du direkt nach der Schulzeit an?



- 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

Abiturientenumfrage

Was sollte die Ausbildung deiner Meinung nach enthalten?

laut Schülern sollte eine Ausbildung enthalten:

- Spaß (99,3%)
- moderne Technik am Arbeitsplatz (90,3%)
- finanzielle Anreize (89,9%)
- Weiterbildung (86,8%)

• laut Schülern sollte eine Ausbildung nicht enthalten:

- private Nutzung des Internets in der Arbeitszeit (74,1%)
- internes Unternehmens-
"Facebook" (72,8%)

• Ergebnis der Befragung – Digital Natives

- Schüler bejahten nahezu vollständig die Aussagen:
 - „Digitale Medien sind aus meinem Alltag nicht wegzudenken.“
 - „Informationen suche ich am liebsten online.“
- hohe Ansprüche an moderne Technik am Arbeitsplatz ließen sich belegen
- kein Wunsch, private Endgeräte und das Internet in der Arbeitszeit zu nutzen



•Ergebnis der Befragung – hohes Einkommen

- Generation Z ist bei der Suche nach einem Ausbildungsbetrieb, während der Ausbildung und auch im Berufsleben danach ein hohes Gehalt und finanzielle Zuschüsse wichtig
- extrinsische Motivation und Recruiting durch finanzielle Anreize (Handyvertrag, Führerschein...) möglich



Erwartungen GenY und GenZ

Generation

Generation Y

Generation Z

Teamarbeit

Sehr teamfähig

Eher
Einzelkämpfer-
mentalität

Work-Life- Balance

Beruf und
Privates
verbinden

Beruf und
Privates
trennen

Identifikation mit Arbeitgeber

Kaum,
höchstens zu
Personen

Allenfalls an
Projekten

Handlungsempfehlungen für GenY und GenZ

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

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

Wie der Nachwuchs tickt

Antworten für Generation Y

1. „Wir haben ein flexibles Arbeitssystem.“
2. „Systematisches Talent-Management wird bei uns großgeschrieben.“
3. „Wir haben ein Entlohnungssystem, bei dem sich Leistung wirklich lohnt.“
4. „Sie können bei uns sehr rasch Führungsverantwortung übernehmen.“
5. „Natürlich gibt es auch Home-Office-Möglichkeiten – Sie sollen da arbeiten, wo Sie am produktivsten sind.“

Antworten für Generation Z

- „Wir haben geregelte Arbeitszeiten und klaren Dienstschluss.“
- „Es gibt regelmäßig für alle gute Angebote zur Weiterentwicklung.“
- „Wir verzichten weitgehend auf variable Entlohnung und bezahlen dafür, was Sie können.“
- „Bei uns können Sie auch jenseits der Führungskarriere wirklich gut aufsteigen.“
- „Der Regelarbeitsplatz ist im Unternehmen und an Ihrem Schreibtisch. Trotzdem können Sie natürlich manchmal einen Home-Office-Tag nehmen.“

Spätestens jetzt wird klar, warum die Generation Z den öffentlichen Dienst als interessanten Arbeitgeber auf den Wunschzettel setzt.

Quelle: Christian Scholz

Bibis beauty palace

Meine SCHMINKSAMMLUNG ♥



[BibiBeautyPalace](#)

Abonnieren 2.944.367



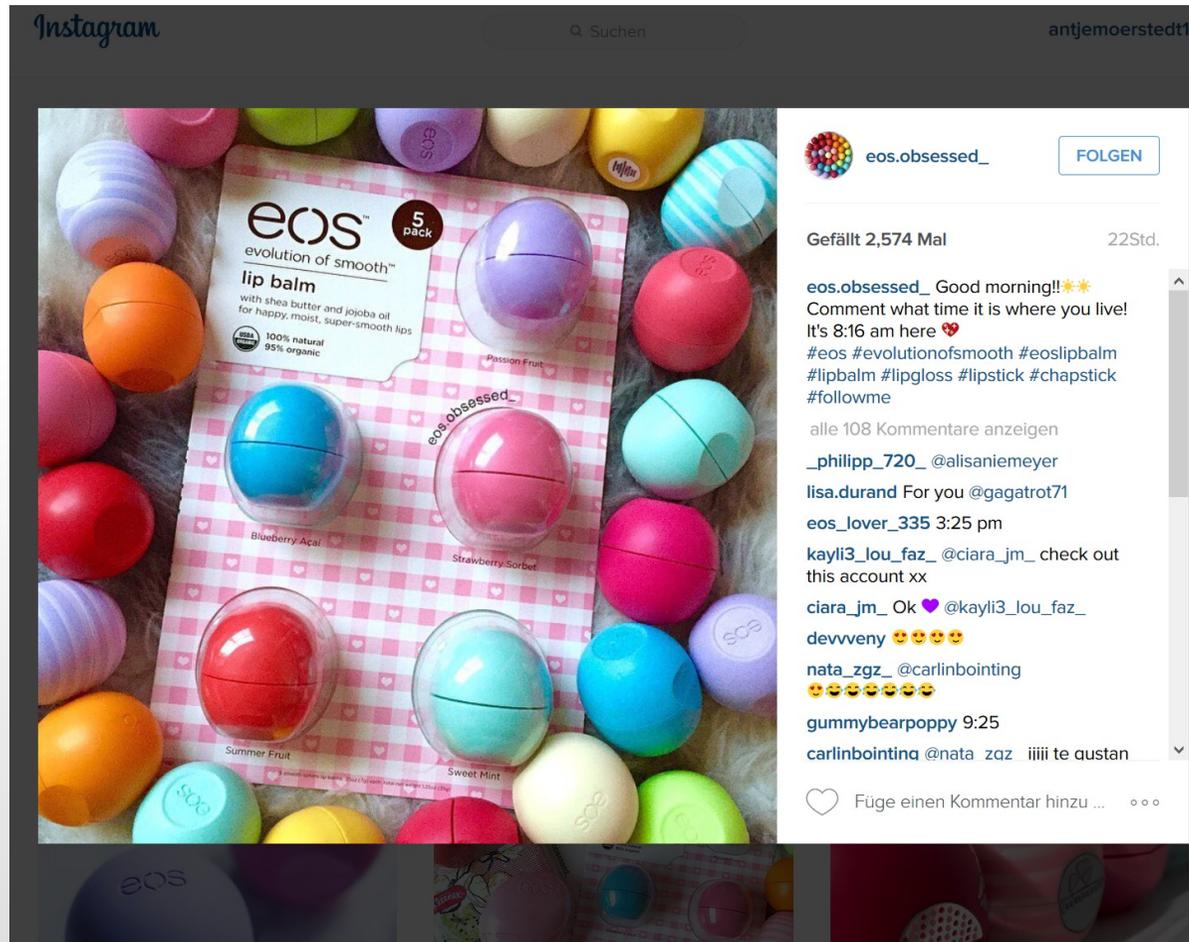
Bibi mit beiden bilou Produkten in der Hand
broadmark.de

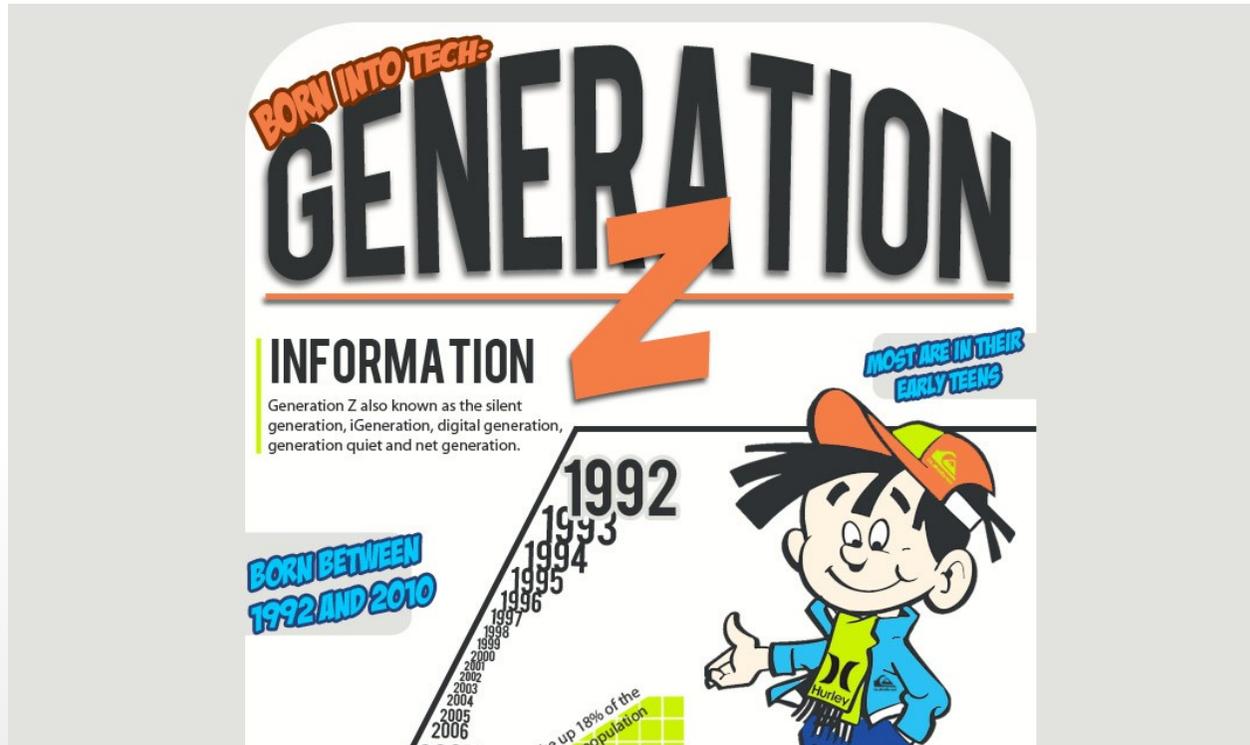


Daggi Bee
Abonnieren: 2.550.673

Return of Attention

Instagramm als Werbemedium





Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

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