

generation Z

und ihr Modell der Welt

„ Ich habe überhaupt keine Hoffnung mehr in die Zukunft unseres Landes, wenn einmal unsere Jugend die Männer von morgen stellt.

Unsere Jugend ist unerträglich, unverantwortlich und entsetzlich anzusehen “ (Aristoteles, 384-322 v. Chr.)

Generation = „ Die Gesamtheit von Menschen ungefähr gleicher Altersstufe mit ähnlicher sozialer Orientierung und einer Lebensauffassung, die ihre Wurzeln in den prägenden Jahren einer Person hat. “

zitiert nach Mangelsdorf, M., (Baby Boomer 2015), S. 12

SEMtool

unternehmensberatung
est. 2008



Eva Maria Lass, Dpl.Coach
www.semtool.at

Generation Z (1995 – 2009)

wird orientiert / rekrutiert / geführt von

Generation Y (1981 – 1994)

Generation X (1965 – 1980)

Baby Boomers (1956 – 1964)



SEMtool

unternehmensberatung
est. 2008



Eva Maria Lass, Dpl.Coach
www.semtool.at

Generation Y (1981 – 1994) | Generation Z (1995 – 2009)



Weil sie als erste Generation von Anfang an in einer digitalisierten Welt aufgewachsen ist, werden die Generation Ypsiloner auch Digital Natives genannt. Genau diese positive (Aufbruch-)Stimmung der Industrie- und Erlebniswelt 4.0 mit ihren unzähligen Partizipationsmöglichkeiten und der Verheißung, alles sein nun möglich, hat diese Generation zu **besonderen Optimisten** gemacht. **Sie möchte ihre Welt spielerisch und möglichst frei mitgestalten.**

Die Unternehmen haben erst die Erwartungen der Generation Y erfüllt und somit leistungsbereite Mitarbeiter gewonnen. Sie haben sich auf ihre Karriereprogramme eingestellt und bieten die Möglichkeit der **flexiblen Arbeitszeiten, der leistungsorientierten Entlohnung und flexiblen Büroorganisationen** - wie Desk-Sharing oder Home-Office.

Scholz, C., (Generation Y plus Generation Z 2015)

SEMtool

unternehmensberatung
est. 2008



Eva Maria Lass, Dpl.Coach
www.semtool.at

Generation Y (1981 – 1994) | Generation Z (1995 – 2009)



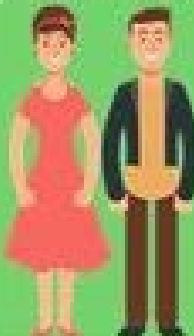
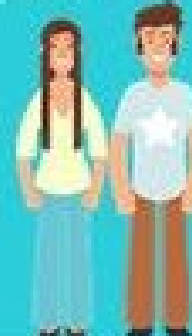

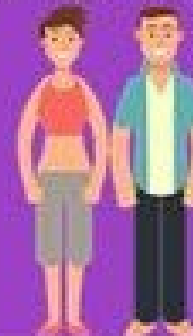
Die Gen Z – sie hat erkannt, dass die versprochene digitale sowie auch die gesellschaftliche Teilhabe oftmals nur Illusion geblieben sind. Das hat sie zu äußerst kritischen Realisten gemacht. Ihre scharfe Weltsicht gemischt mit der überfürsorglichen Erziehungsprägung führt zu ihrem starken Bedürfnis nach Sicherheit und Stabilität.

Die jungen Arbeitnehmer*innen der Generation Z wollen laut vorhandenen Studien geregelte Arbeitszeiten, unbefristete Verträge und klar definierte Strukturen. Die Generation Z möchte eine strikte Trennung zwischen Berufs- und Privatleben.

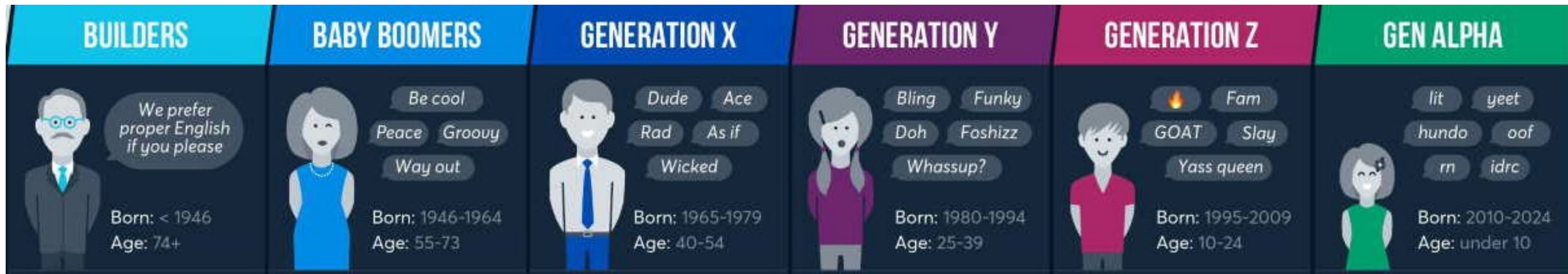
Um 17 Uhr wird der Hebel umgelegt und es beginnt die Freizeit. Sie zielt auf eine Work-Life-Trennung ab. Allerdings möchten sie so flexibel bleiben, dass sie sich einen Home-Office Tag nehmen können, wenn sie ihn benötigen.

„ Wenn mir etwas nicht passt, bin ich morgen weg“



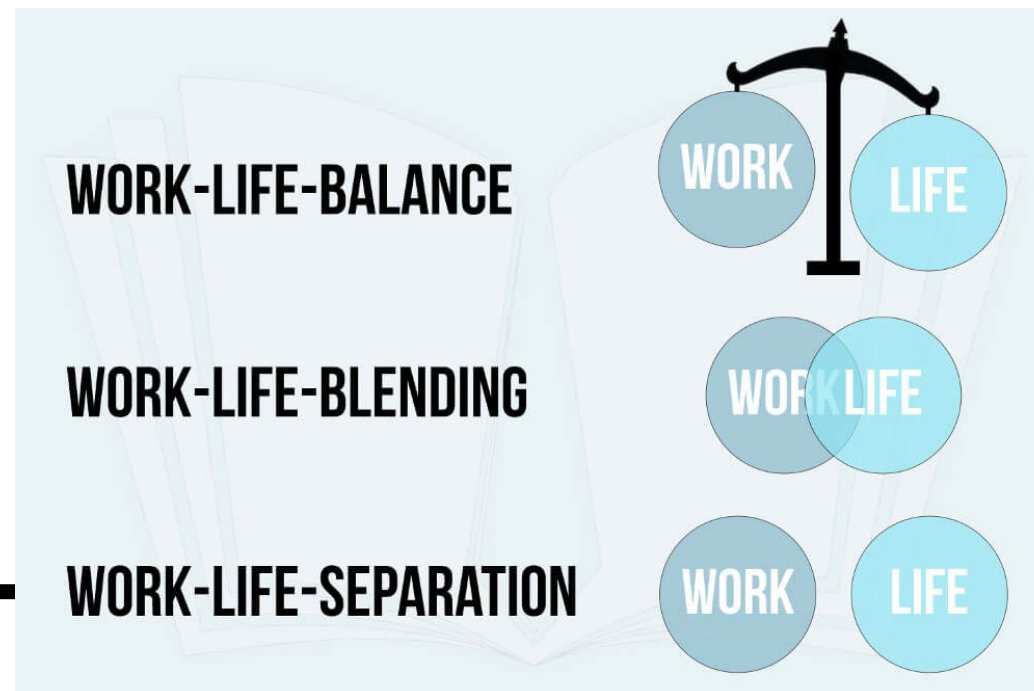
<p>In der heutigen Arbeitswelt treffen vier Generationen aufeinander:</p>	<p>BABY BOOMERS (1956 – 1964)</p> 	<p>Generation X (1965 – 1980)</p> 	<p>Generation Y (1981 – 1994)</p> 	<p>GENERATION Z (Born after 1994)</p> 
Prägende Gesellschaftsereignisse	Nachkriegsgeneration Geburtenboom Woodstock	Mauerfall, Der erste PC, Zunahme Scheidungen	Terroranschläge 9/11 Internetboom, Social Media, Hohes Bildungsniveau	Erderwärmung Digitalisierung des Alltags, Eigene Mediakanäle
Erziehung	Stark nach Werten, Traditionen und Hierarchien ausgerichtet	Zunehmende Institutionalisierung des kindlichen Alltags (Kinderkrippe, Hort)	Behütete Kindheit, Zunahme von Wahlmöglichkeiten in Bezug auf Lebensführung & Ausbildung	Wächst häufig als Einzelkind auf, Rundum-Versorgung durch Eltern mit hohen Standards (Helikoptereltern)
Eigenschaften	Ehrgeizig, ermüdet bis zynisch	Ich-Bezogen, selbstbewusst, hinterfragt Autoritäten	Idealistisch, kurze Aufmerksamkeitsspanne, braucht Abwechslung	Denkt global ohne geografische Grenzen, Ungeduld, fordernd
Werte	Leistung, Geld, Status, Ehrgeiz, Loyalität, Disziplin, Gesundheit	Freunde ersetzen (fehlende) Familie, finanzielles Auskommen	Gesellschaftliche Verantwortung, misstraut bestehenden Systemen	Sicherheit und Stabilität, Lebensqualität, materieller Besitz
Haltung zu Technologie	Erste IT-Erfahrungen	Digital Immigrants	Digital Natives	Technoholics
Merkmale	Teamorientiert, Karriereorientiert, Arbeit hat höchsten Stellenwert	Pragmatisch, selbstständig, streben nach hoher Lebensqualität	Leben im Hier und Jetzt, mit neuen Technologien auf- gewachsen, „24 h online“	Starke Präsenz in den sozialen Netzwerken, Ausgeprägtes Selbstbewusstsein
Arbeitswelt	Hart arbeiten, „Workaholic“, Tätigkeit zum Zweck der materiellen Absicherung	Zunehmende Partizipationskultur & Mitarbeiterorientierung	Selbstverwirklichung, Mitbestimmung & Freiräume im Job, Familiengerechte Arbeitszeitmodelle	Neue Medien, Privatleben, Soziale Verantwortung, Definierte Strukturen, Kreatives und laterales Denken
Typische Aussagen	„Leben, um zu arbeiten“	„Arbeiten, um zu leben“	„Erst leben, dann arbeiten“	„Leben und Arbeiten als fließender Prozess“
Eine gute Führungskraft...	...ist immer für das Team da	...überzeugt durch Kompetenz und ist vertrauenswürdig	...unterstützt mich als Mentor und Ratgeber	...ist ehrlich, moralisch integer und gibt mir regelmäßiges Feedback
Motivation	Geld, Prämien, Status, Persönliches Wachstum, Wertschätzung für ihre Erfahrung	Muss an die Mission glauben, Hoher Freiheitsgrad in der Arbeitsgestaltung, Work-Life- Balance	Selbstbestimmung, Work-Life- Blending, daher Flexibilität von Arbeitszeit und -ort	Recht auf Individualismus, Lob, finanzielle Anreize, feste Arbeitspakete in Eigenverantwortung, Freiheit





	BUILDERS	BABY BOOMERS	GENERATION X	GENERATION Y	GENERATION Z	GEN ALPHA
Leadership style L - Leader l - New leaders	 <p>Controlling</p>	 <p>Directing</p>	 <p>Coordinating</p>	 <p>Guiding</p>	 <p>Empowering</p>	 <p>Inspiring</p>
Ideal leader	Commander	Thinker	Doer	Supporter	Collaborator	Co-creator
Learning style	Formal	Structured	Participative	Interactive	Multi-modal	Virtual

Generations-Infographic-McCrindle-2



Eva Maria Lass, Dpl.Coach
www.semtool.at

Deloitte Youth Pulse Check 2022



Unterschiedliche Erwartungen von Unternehmen und Jugendlichen

Die Erwartungshaltungen seitens der Unternehmen und der zukünftigen Lehrlinge passen häufig nicht zusammen. Interesse und Motivation seitens der Jugendlichen stellen für 93 % der Unternehmen die wichtigsten Einstellungskriterien dar. 81 % achten auch darauf, dass die Persönlichkeit des Jugendlichen zum Unternehmen passt.

Um für zukünftige Lehrlinge attraktiv zu sein, werben Betriebe am häufigsten mit den sicheren **Zukunftsaussichten der Berufe (69 %)** und mit der **garantierten Jobübernahme nach der Lehre (43 %)**.

Für die befragten Jugendlichen stehen bei der Wahl einer Lehrstelle jedoch eine **kollegiale Atmosphäre** sowie eine **sinnstiftende Tätigkeit an erster Stelle**.

Und während Lehrlinge die Unterstützung durch Arbeitskollegen und Führungskräfte besonders schätzen, legen Schüler noch primär Wert auf ein gutes Gehalt.

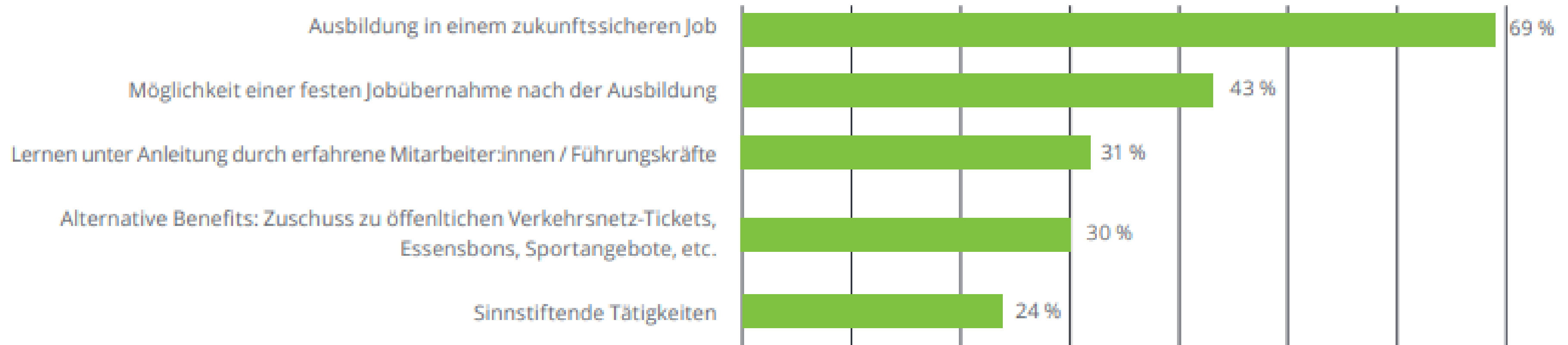
Deloitte Youth Pulse Check 2022

<https://www.businessart.at/lehrlinge-als-chance-gegen-arbeitskraeftemangel>

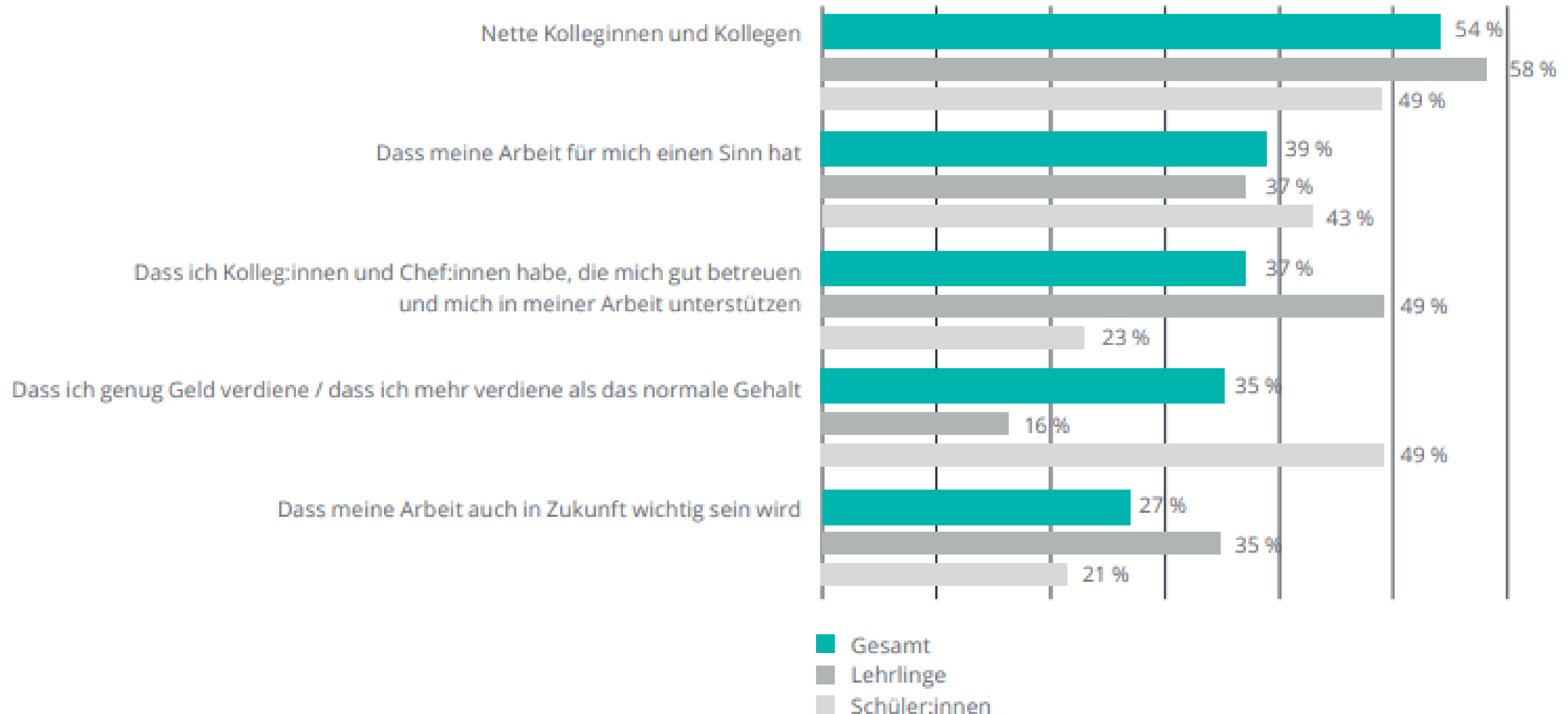


Eva Maria Lass, Dipl.Coach
www.semtool.at

Auf welche Benefits und Aspekte der Arbeitgeberattraktivität setzen Sie bei der Ansprache von Lehrlingen? *(mehrere Antworten möglich)*

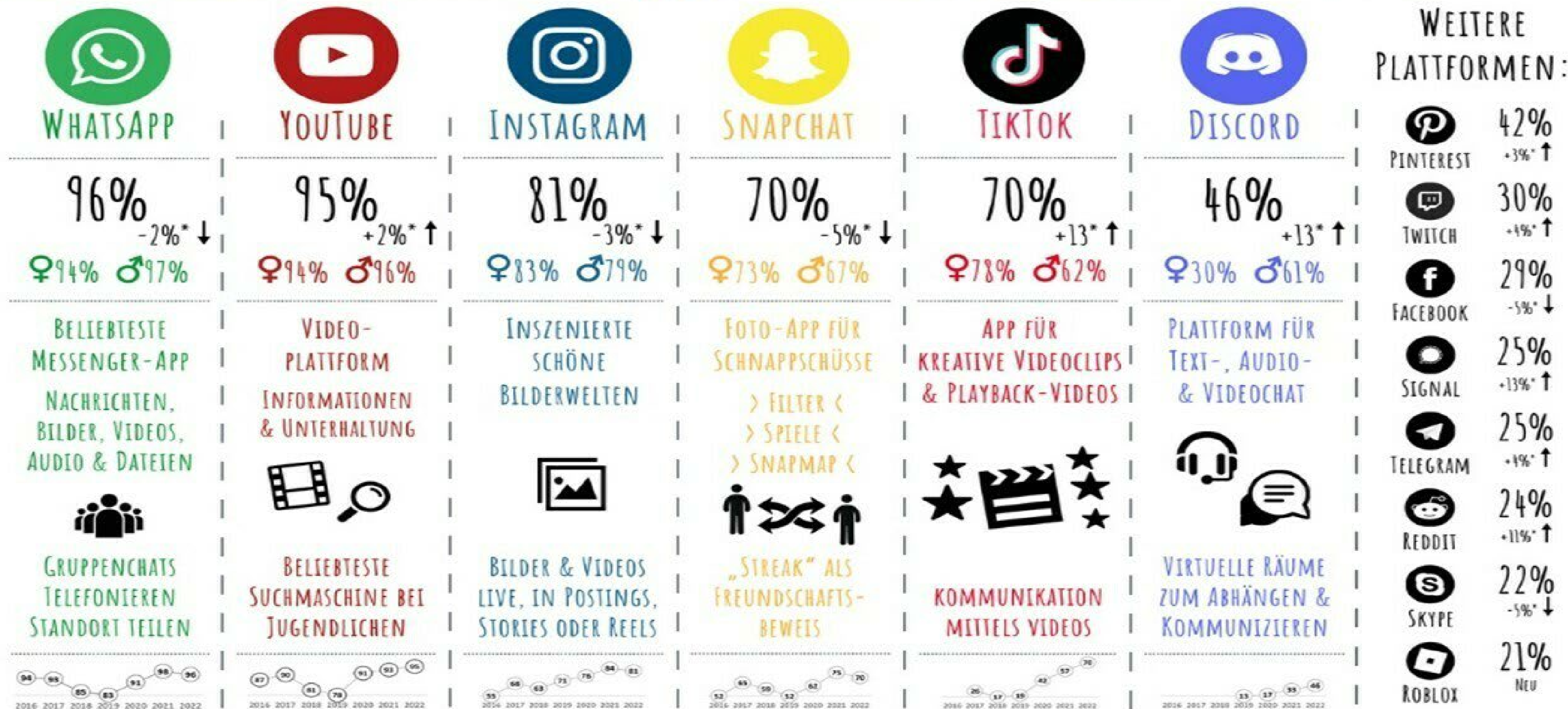


Was ist dir wichtig, wenn du eine Lehre aussuchst? *(mehrere Antworten möglich)*

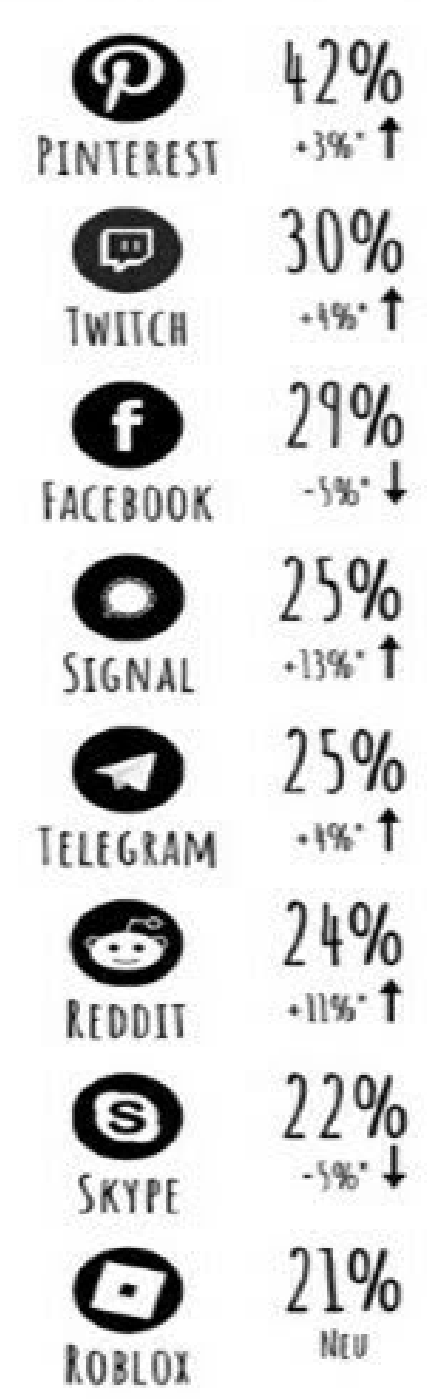


JUGEND-INTERNET-MONITOR 2022 ÖSTERREICH

Saferinternet.at
Das Internet sicher nutzen!



WEITERE PLATTFORMEN:



*Im Vergleich zum Jugend-Internet-Monitor 2021
Der Jugend-Internet-Monitor ist eine Initiative von Saferinternet.at und präsentiert aktuelle Daten zur Social-Media-Nutzung von Österreichs Jugendlichen. Frage: „Welche der folgenden Internetplattformen nutzt Du?“ (Mehrfachantworten möglich)
Repräsentative Online-Umfrage im Auftrag von Saferinternet.at, durchgeführt vom Institut für Jugendkulturforschung, 12/2021. n = 400 Jugendliche aus Österreich im Alter von 11 bis 17 Jahren, davon 197 Mädchen. Schwankungsbreite 3-5%.
Diese Infografik ist lizenziert unter der CC-Lizenz Namensnennung - Nicht kommerziell (CC BY-NC). Icons designed by Freepik.com & Flaticon.com. Font: Amatic SC Bold © Vernon Adams, lizenziert unter SIL Open Font License, Version 1.1.
Gefördert durch das Bundeskanzleramt. Die alleinige Verantwortung für diese Veröffentlichung liegt beim Autor.

Goldfisch Theorie



GET INSPIRED

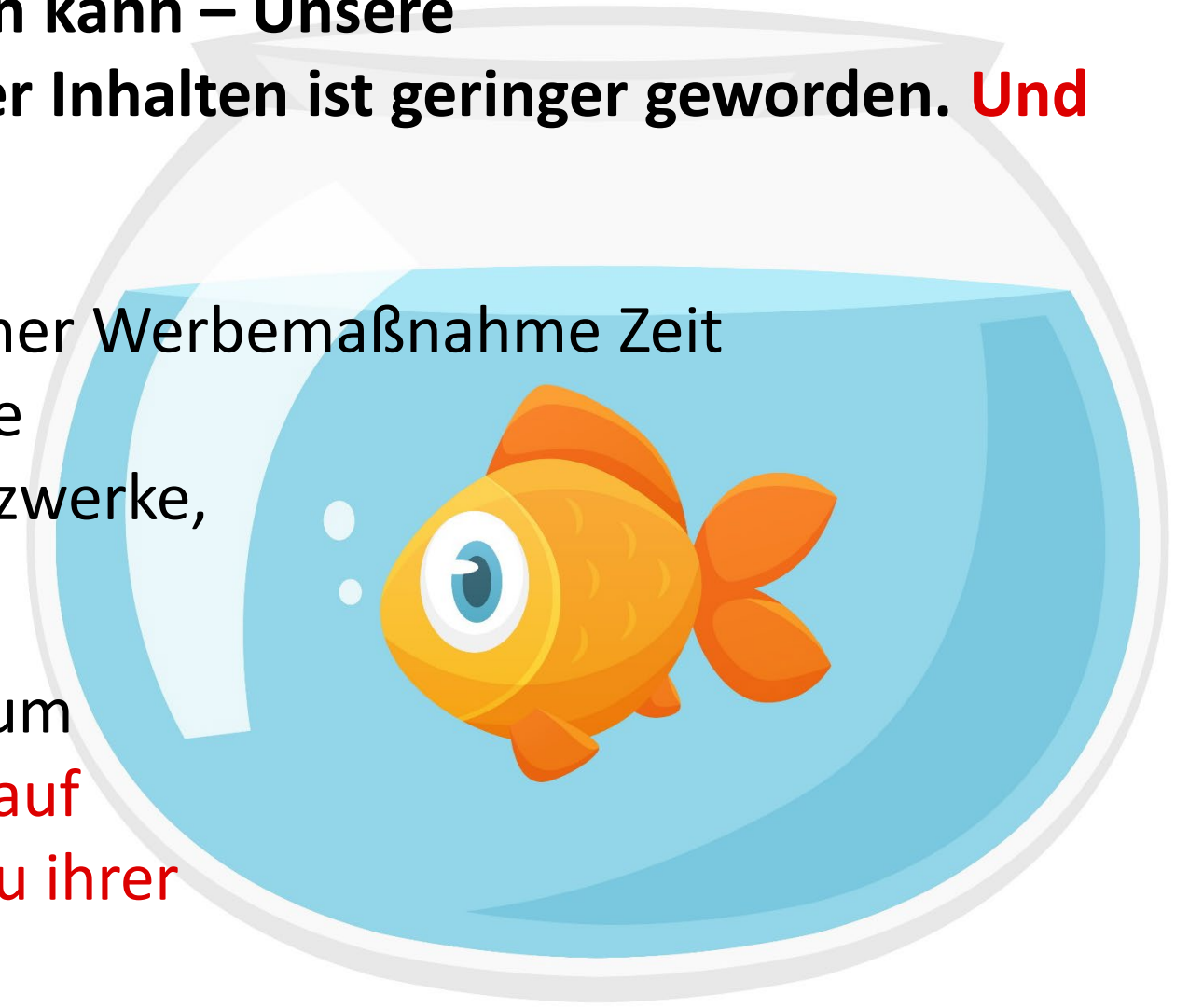
Diese Theorie besagt, dass Menschen heute eine geringere und kürzere Aufmerksamkeitsspanne haben (8 Sekunden), als ein Goldfisch (9 Sekunden).

Der Theorie liegt eine Studie von Microsoft Kanada aus dem Jahr 2015 zugrunde.

Auch wenn man die Studie sicherlich mit einem Augenzwinkern betrachten kann – Unsere Aufmerksamkeitsspanne ist definitiv kürzer und unsere Toleranz gegenüber Inhalten ist geringer geworden. Und genau so, nur etwas stärker, verhält es sich auch mit der Generation Z.

In Social Media Kreisen gilt der **Richtwert von 1,5 Sekunden**, die man mit einer Werbemaßnahme Zeit hat, um die Aufmerksamkeit eines Nutzers zu erzielen. Das bedeutet, Inhalte müssen kurzweilig sein, damit sie erfolgreich sind. Das zeigen schon die Netzwerke, die in der jungen Generation heute besonders beliebt sind.

Vor allem Vertreter*innen der Generation Z benötigen gar nicht mehr Zeit, um zu bewerten, ob sie ein Inhalt interessiert oder nicht. **Ist eine Ablenkung es auf den ersten Blick nicht wert, sich ihr zu widmen, kehren sie ohne Probleme zu ihrer eigentlichen Beschäftigung zurück.**



SEMtool

unternehmensberatung
est. 2008



*Es gibt keine genauen Forschungen zur Aufmerksamkeitsspanne von Goldfischen.
Einzig, dass sie wohl ein gutes Gedächtnis für Futterstellen haben, wurde erforscht.*

Eva Maria Lass, Dpl.Coach
www.semtool.at

Gen Z & das Lernen



Die Gen Z erwartet, dass sie **die meisten Dinge über ihr Smartphone erledigen kann**, egal wo sie sich gerade befindet und will schnell Antworten auf Probleme finden. Sie schaut sich lieber ein 3-minütiges Video an, als Seite für Seite Text zu lesen.

Die Schüler*innen der Generation Z sind alles andere als passive Lerner*innen. Barnes & Noble College zeigt, dass die Gen Z vorwiegend durch Handeln lernt und aktive Lernumgebungen bevorzugt.

Es handelt sich um **eine Generation, die aufblüht, wenn man ihr eine herausfordernde, umfassende Lernerfahrung bietet, bei der sie Probleme lösen und ihr Wissen wirklich testen können**. Und sie sind sehr daran interessiert, ihre eigenen personalisierten Lernerfahrungen zu steuern und Informationen aus einer Vielzahl von Ressourcen und Materialien zu integrieren.

Eine aktuelle Pearson-Studie zeigte, dass 59 Prozent der Gen Zers es bevorzugen, durch das Ansehen von YouTube-Videos zu lernen, und 55 Prozent sagen auch, dass YouTube in den letzten 12 Monaten zu ihrer Bildung, ihrem Lernen und/oder ihrer persönlichen Entwicklung beigetragen hat.



<https://www.pearson.com/ped-blogs/blogs/2018/05/generation-z-millennials-expect-technology-education.html>

<https://trainingindustry.com/blog/strategy-alignment-and-planning/how-will-we-train-generation-z-cptm/>

Eva Maria Lass, Dpl.Coach
www.semtool.at

Gen Z & das Lernen



Fast 80 Prozent der Gen Z nutzt YouTube und die Mitglieder der Generation sehen **sich im Durchschnitt 68 Videos pro Tag** über alle sozialen Plattformen hinweg an. Für die Generation Z ist Video das, was E-Mail oder Telefon für frühere Generationen waren - eine unübertroffene Ressource für Bildung und Unterhaltung und ein Eckpfeiler für viele ihrer täglichen Aktivitäten.

Laut Pearson **bevorzugen 57 Prozent der Gen Z persönliche Aktivitäten mit Klassenkameraden.**

Acht von zehn Gen Z lernen auch lieber mit Freunden, oft virtuell über Skype und andere Video-Apps, so Barnes & Noble College.

<https://www.pearson.com/ped-blogs/blogs/2018/05/generation-z-millennials-expect-technology-education.html>

<https://trainingindustry.com/blog/strategy-alignment-and-planning/how-will-we-train-generation-z-cptm/>

SEMtool

unternehmensberatung
est. 2008



Eva Maria Lass, Dipl.Coach
www.semtool.at

Stichworte für das Learning der Generation Z



Visualisierung. Die Generation Z ist mit fesselnden Spielen aufgewachsen. Sie ist auf bereichernde und anregende Learning-Erfahrungen eingestellt.

Erfahrungs- und Projektbezug. Die Generation Z ist gut darin, Lösungen zu finden. Lassen Sie sie das Problem simulieren. Erlauben Sie ihr, Dinge zu erforschen und Fehler zu machen. Das herkömmliche Lernen „von oben nach unten“ ist nicht mehr gefragt. Die Lernenden schöpferisch tätig sein lassen und auf diese Weise das Wissen als Lehrer*in unter Beweis stellen – das kommt an und ist eine erprobte Methode, Verständnis aufzubauen.

Kleine Pakete. Die gleichzeitige Bearbeitung mehrerer Aufgaben – Multitasking – ist zur Realität geworden. Überlegen Sie, was Sie in kleinen, eventuell aneinandergereihten Portionen liefern können.

Miteinander. Das Lernen ist heutzutage de facto sozial, digital und mobil. Da tragbare Technologien sich immer stärker ausbreiten, können das Lernen und das Tun miteinander verschmelzen.



<https://www.crossknowledge.com/de/blog/generation-z/>

Eva Maria Lass, Dipl.Coach
www.semtool.at

Nomophobie

 („No-Mobile-Phone-Phobia“, wörtlich „Kein-Mobiltelefon-Angst“).

Als Nomophobie bezeichnet man die (Trennungs-)Angst, ohne Mobiltelefon unerreichbar für soziale und geschäftliche Kontakte zu sein.

Die Gründe für eine solche Unerreichbarkeit können von Verlust über Beschädigung bis hin zu einem leeren Akku vielfältig sein.

Die meisten Betroffenen finden sich in der Altersgruppe 18 bis 25 Jahre.

Die Nomophobie ist eine Begleiterscheinung der Handyabhängigkeit.

Symptome der Nomophobie

 (Österreichische Bundesverbands für Psychotherapie):

"Entzugserscheinungen, wenn das Handy nicht vorhanden ist, extreme Unruhe, Nervosität, das Gefühl, dass man verlassen und unerreichbar ist, negative Gefühle bis hin zu Konzentrations- und Schlafstörungen."





Ja, aber..., motivierende Gesprächsführung & die Columbo-Technik

„Ja, aber...“ killt eine
kommunikative Beziehung **IMMER**
und führt mein Gegenüber in den Widerstand!

Achtung: Das geht auch non-verbal!
Mikromimik: die böse Augenbraue



Motivierende Gesprächsführung

Motivierende Gesprächsführung ist ein empathisch-Direktiver Ansatz der Gesprächsführung zur Erhöhung der Eigenmotivation von Menschen, um ein (problematisches) Verhalten zu ändern.

Den Ausgangspunkt dieses Ansatzes bildet die begründete Annahme, dass Menschen nicht änderungsresistent, sondern ambivalent sind.

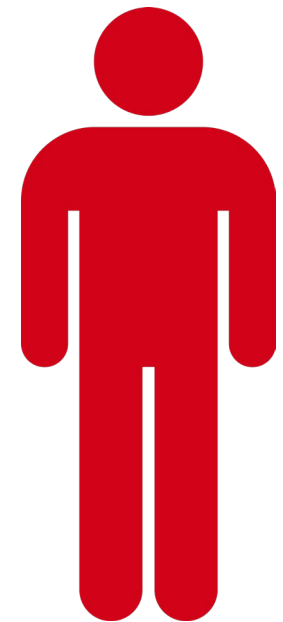


Das heißt: Es gibt gute Gründe für und gegen ein Verhalten / eine Vorgehensweise.

ARE YOU READY?



Die Columbo-Technik



Die Wirkung des Meta-Modells ist, nicht vorschnell auf Worte zu reagieren (Interpretation!), sondern so zu tun, als ob Sie nichts wüssten und oft und gezielt nachzufragen. Das wird als sehr wertschätzende Kommunikation wahrgenommen!

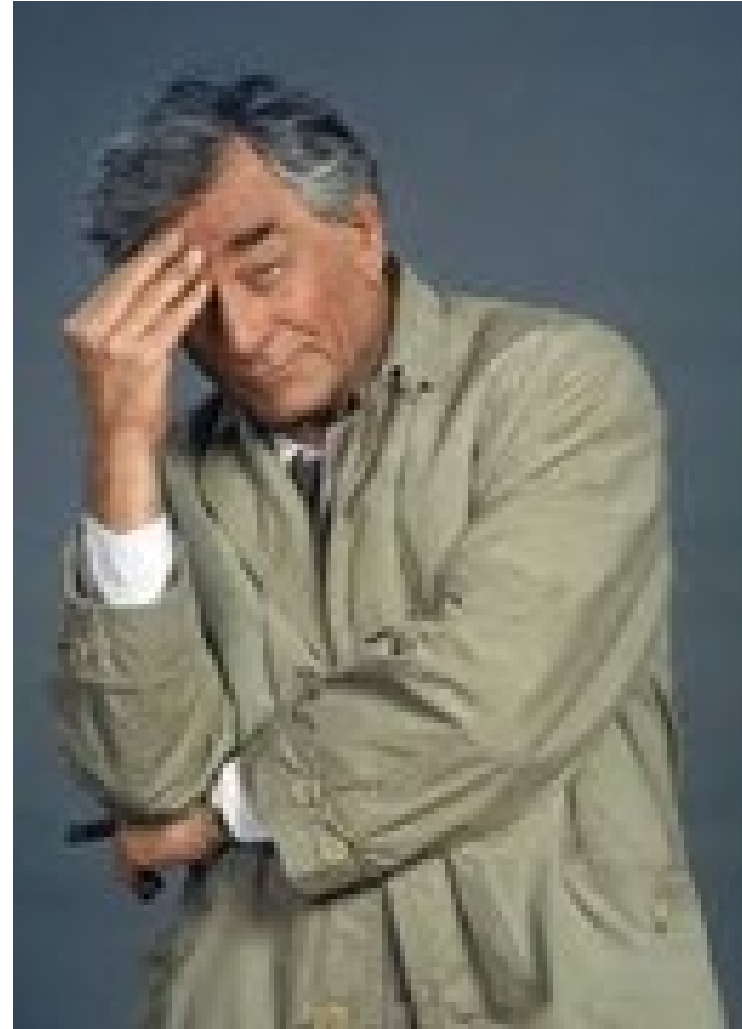
SEMtool

unternehmensberatung
est. 2008



Eva Maria Lass, Dpl.Coach
www.semtool.at

Die Columbo- Technik



Sammeln von Informationen

Vermeiden von "Gedankenlesen"

Klären von Bedeutungen

Erkunden von Einschränkungen und
hinderlichen Glaubenssätzen

ein Gespräch am "Köcheln" halten, ohne
das Thema zu wechseln

Entschärfen von Provokationen



SEMtool

unternehmensberatung
est. 2008



Eva Maria Lass, Dpl.Coach
www.semtool.at

Beispiele zur Columbo-Technik



GET INSPIRED

DAS BRINGT NICHTS.

ES GEHT NICHT.

DAS KANN ICH NICHT
SAGEN.

ES IST SCHON BESSER
GEWORDEN.

DAS WÜRDEN IHN
ÜBERFORDERN.

EIGENLOB STINKT.

SIE WILL MICH ÄRGERN.

DAS IST EIN PROBLEM

DAS HÖRT SICH
SCHWIERIG/ GUT AN.

SO ETWAS MACHT MAN
NICHT.

DAS FUNKTIONIERT
SOWIESO NICHT.

IST DOCH ALLES UNNÖTIG.

SEMtool

unternehmensberatung
est. 2008



Eva Maria Lass, Dpl.Coach
www.semtool.at

Das Wissen über „die Generationen“, ihre Werte, Ziele und Hintergründe ist hilfreich, um Verhaltensweisen und Zugänge besser einordnen zu können.

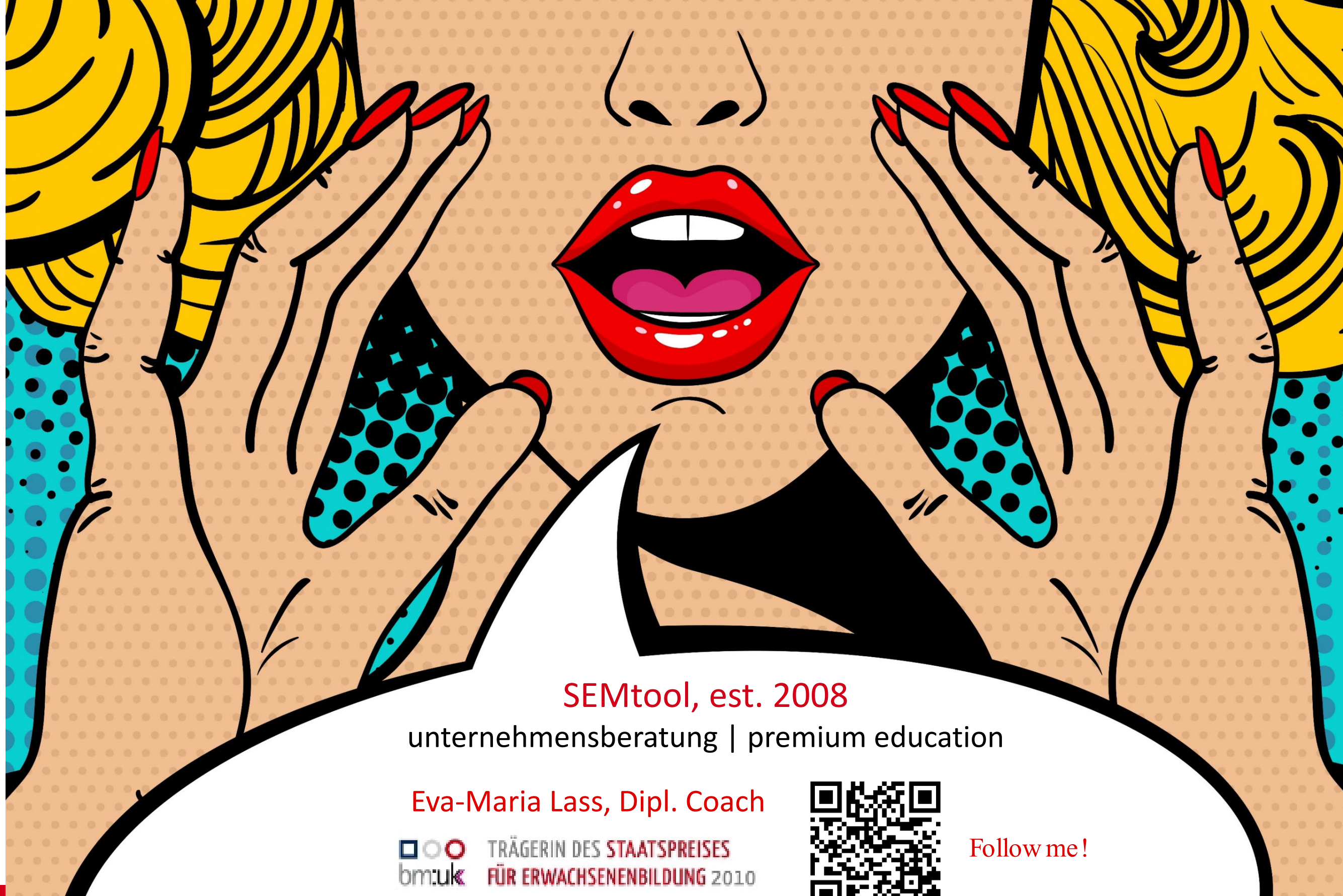
Egal in welche Generation man/frau hineingeboren wird: so bleibt der eigene Weg doch einzigartig!

Gehen Sie – als jedenfalls einer anderen Generation zugehörig – nicht nur von Ihren Erfahrungen, Werten und Wichtigkeiten aus –

Seien Sie einfach immer ein bisschen „Columbo“!

Vielen Dank für Ihre geschätzte Aufmerksamkeit!






GET INSPIRED

SEMtool, est. 2008

unternehmensberatung | premium education

Eva-Maria Lass, Dipl. Coach

 TRÄGERIN DES STAATSPREISES
FÜR ERWACHSENENBILDUNG 2010



Follow me!



lass@semtool.at

+43 699 100 85 059

www.semtool.at

Eva-Maria Lass, Dipl.Coach
www.semtool.at