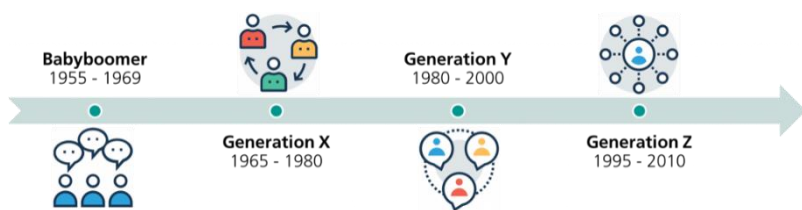


Die Generationen seit dem zweiten Weltkrieg

Die Namen zur Bezeichnung der Generationen sind willkürlich. Der Name „Generation X“ geht beispielsweise auf einen gleichnamigen Roman des Autoren Douglas Coupland zurück. Innerhalb einer Altersspanne von 15 Jahren wird davon ausgegangen, dass eine neue Generation entsteht. So gibt es beispielsweise heute schon Vermutungen, durch welche Merkmale sich die Generation Alpha (die zwischen 2011 und 2025 geborenen Kinder) auszeichnen wird. Aber Vorsicht: Es sind lediglich Vermutungen, denn überprüft werden können diese Merkmale noch nicht.

Im populärwissenschaftlichen Diskurs geht man davon aus, dass sich im Abstand von 15 Jahren eine neue Generation herausbildet. Das ist aber wissenschaftlich nur schwer haltbar.

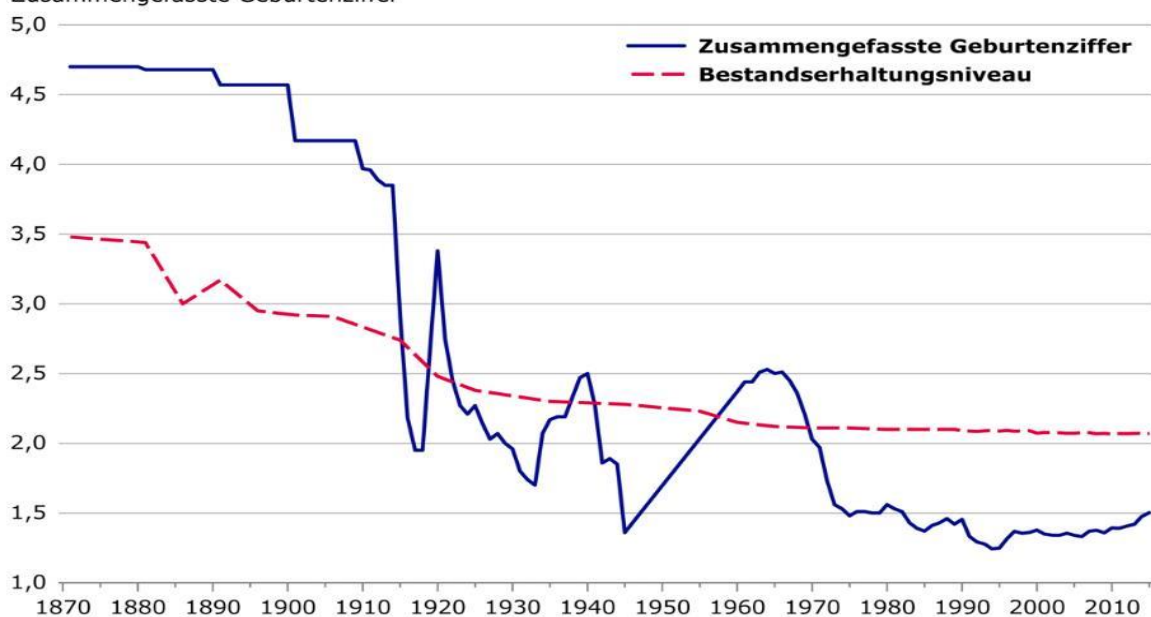


Denn Generationen sind das Ergebnis einer veränderten gesellschaftlichen und kulturellen Situation. Wer könnte denn voraussagen, dass sich innerhalb von 15 Jahren die Gesellschaft oder Kultur derart ändert, dass eine neue Generation entsteht?

Die Generationeneinteilungen eignen sich jedoch dafür, Auskunft über einen bestimmten Zeitgeist zu treffen. Nicht umsonst werden sich viele von Ihnen in der nachfolgenden Beschreibung über die jeweiligen Generationen „wiedersehen“.

Zusammengefasste Geburtenziffer in Deutschland, 1871 bis 2015

Zusammengefasste Geburtenziffer



Datenquelle: Statistisches Bundesamt, Europarat, Berechnungen verschiedener Autoren © BiB 2017

Die Stille Generation (circa 1945-1950) – Von Schimmelwegschneidern

Unsicherheit, Angst und traumatisierte Kriegsrückkehrer führten bei vielen Angehörigen dieser Generation zu emotionalen Blockaden und geringem Selbstwertgefühl. Die Jugendlichen der Nachkriegsgeneration hatten fast ausnahmslos den Zweiten Weltkrieg miterleben müssen. Das ist die Generation, die extreme Armut und Angst erfahren hatte. Sie waren es gewöhnt, den Schimmel beim Brot wegzuschneiden, nichts wurde weggeworfen. Gefühle wurden nicht gezeigt. Die Erfahrungen der Kriegs-/Nachkriegsgeneration prägten auch den Erziehungsstil dieser Generation. Und damit auch die nachfolgende Generation, die Generation der Babyboomer.

Die Generation der Babyboomer (circa 1950 bzw. 1955 -1965)

VW hatte den millionsten Käfer produziert und die Geburtenrate ist so hoch wie seit Jahrzehnten nicht mehr. Wer jetzt fleißig ist, kann viel erreichen. Die Babyboomer fordern mehr Mitsprache, mehr Transparenz, mehr Gleichberechtigung, aber auch mehr Erfolg. Die Generation der Babyboomer ist die erste Generation, die die Vorzüge der Massenproduktion kennengelernt hat. Sie sind in Zeiten des Wirtschaftswunders aufgewachsen und kennen Zeiten von sich schnell wandelnden Lebensbedingungen. Der Arbeitsmarkt ist gekennzeichnet durch viele Mitbewerber. Daher wird ihnen auch Ellenbogenmentalität nachgesagt.

Die Generation X (circa 1965-1980)

Die Angehörigen der Generation X, waren die Kinder der Nachkriegs- oder der Babyboomer-Generation. Die Erziehung verlief in der Regel liberaler als bei Eltern aus der Nachkriegsgeneration. Prägend für diese Generation waren der Kalte Krieg und der Super-GAU in Tschernobyl. Der Großteil der Positionen im Management werden derzeit durch X'ler bekleidet. Ihre Vorstellungen von Arbeit prägen die derzeitige Arbeitswelt am stärksten. Die Mitglieder der Generation X sind eher individualistisch geprägt und legen verstärkten Wert auf einen hohen Lebensstandard, auch auf genügend Freizeit neben dem Beruf.

Die Generation Y (circa 1981-1994)

Die Generation Y wuchs bereits mit dem Internet und teilweise mit dem Handy auf. Die Arbeitnehmergeneration der Generation Y zeichnet sich wie noch keine Generation zuvor durch die Suche nach einem tieferen Sinn in der Arbeit aus. Ihre Wertausrichtung ist leistungs- und karriereorientiert. Sie fordern von den Arbeitgebern Flexibilität und Work-Life-Blending ein. Die Mitglieder der Generation erlebten in jungen Jahren die massenhafte Verbreitung des Internets. In der Arbeitswelt forderten sie Homeoffice, Praktika, aber auch eine Sinnhaftigkeit und Nachhaltigkeit im Beruf – dem „why“ eben. Die Generation Y stieg relativ spät in den Beruf ein und hatte noch zahlreiche Praktika absolviert.

Die Generation Z (GenZ)

- Geburtenjahrgang 1995 -2010
- Demographische Kohorte
- Auch bekannt als Digital Natives II

Die Generation Z zeichnet sich wesentlich durch zwei Merkmale aus: Sie sind deutlich weniger als ihre Elterngeneration, die Angehörigen der Generation X, nämlich 4,6 Millionen weniger. Sie ist die kleinste Alterskohorte nach dem zweiten Weltkrieg. Und die GenZ ist die erste

Generation, die einen Wissensvorsprung hat. In der Geschichte der Menschheit gestaltete sich das Eltern-Kind-Verhältnis bisher derart, dass Eltern ihr Wissen an ihre Kinder weitergaben. Im Zeitalter der Digitalisierung ist das umgekehrt: Nun lernen die Eltern von ihren Kindern in Punkto Digitalisierung.



Ein typischer Tagesablauf eines Z'lers in der digitalen Welt



Am Ende des Tages wurde...

- bis zu 280 Mal das Smartphone entsperrt
Zum Vergleich, Jugendliche haben 2015 circa 80 Mal das Smartphone entsperrt
- vier Stunden auf digitalen Kanälen kommuniziert
- 30 verschiedene Werbevideos/-stories gesehen
- 30 verschiedene Werbebanner gesehen
- 20 Überschriften überflogen
- 400 Nachrichten gelesen und geschrieben
- 20 Storys geöffnet

Die Eigenschaften der GenZ | Ein Auszug aus unseren Studien („Generation-thinking“ Studie 2018)

Die Generationenforschung sieht sich häufig der Kritik ausgesetzt, Merkmale zu pauschalisieren und viele Menschen in eine „Schublade“ zu schieben. Das ist eine Gefahr, der die Generationenforschung entgeht, indem sie sogenannte „Alterseffekte“ von „Generationeneffekten“ trennt.

Alterseffekte beschreiben Merkmale, die sich in Abhängigkeit vom Alter entwickeln. Jugendliche werden sich in der Pubertät beispielweise häufig „rebellisch“ verhalten, auch wenn sie zu unterschiedlichen Zeitpunkten geboren wurden. In einem höheren Alter werden viele Jugendliche bestimmte Verhaltensweisen abgelegt haben. Ein Generationeneffekt zeichnet sich dagegen dadurch aus, dass die Merkmale exklusiv für eine bestimmte Alterskohorte zutreffend sind und zeitlich stabil sind. Daher muss die Generationenforschung Merkmale immer mit anderen Alterskohorten vergleichen und untersuchen, ob die Merkmale einer Altersgruppe auch biografisch stabil sind.

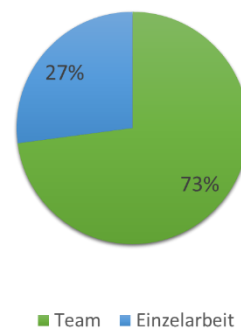
Familienorientierung

Die Angehörigen der GenZ zeichnen sich durch hohe Wertsetzungen bezogen auf familienorientierte Werte aus. Die Bedeutungen der Wertsetzungen in Bezug auf „Einkommen“ und „Beruf und Arbeit“ rücken in den Wertsetzungen nach unten. Bei der Vorgängergeneration der GenZ, der Generation Y (Menschen, geboren zwischen 1980 und 1994) war das noch anders. Die Wertsetzung Familie war deutlich unwichtiger.

Bewertung „sehr wichtig“	GenZ	GenY
Familie	60 %	30 %
Ein Beruf mit genug Zeit für die Familie	46 %	28 %
Einkommen	35 %	34 %
Beruf und Arbeit	17 %	27 %

Teamarbeit

Die Z'ler bevorzugen wie keine Generation zuvor die Teamarbeit vor der Einzelarbeit. Auch im Unternehmen wird Teamarbeit beständig eingefordert. Unternehmen setzen daher vermehrt auf Arbeitsmodelle, in denen die Verantwortung geteilt werden kann.



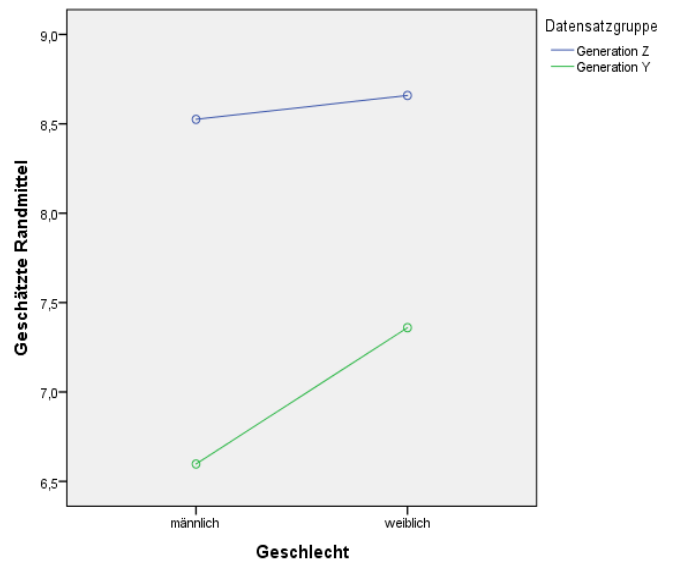
Trennung von Arbeit und Beruf

Während es für die Angehörigen der Generation Y noch üblich war, Berufliches und Privates stark miteinander zu verschmelzen (dieses Arbeits-Lebens-Modell wird auch als work-life-blending bezeichnet), setzen die Angehörigen der GenZ hier Grenzen: 73 Prozent der GEnZ wollen berufliches und privates getrennt haben (auch als Work-Life-Balance bezeichnet).

	Eher ja	Eher nein
Außerhalb der Arbeitszeiten für Vorgesetzte erreichbar sein?	44,4%	27,6%
Nach Feierabend arbeitsrelevante Mails lesen?	40,1%	26,8%
Führungsverantwortung übernehmen?	58,3%	11,3%
Gewünschtes Engagement als Auszubildenden- oder Arbeitgebervertreter/in?	41,3%	21,6%
Obligatorische Freizeitangebote am Arbeitsplatz?	19,4%	44,4%
Wahrgenommene Zukunftschance auf dem Arbeitsmarkt	42,5%	9,4%
Verhältnis Zeit/Geld?	29,9%	22,0%
Gewünschte Trennung von Berufs- und Privatleben?	47,7%	10,1%
n = 2145; Quelle: Erhebung Maas Beratungsgesellschaft mbH, 2018		

Die Geschlechter gleichen sich an

Die Generation Z wächst in einer liberalen Gesellschaft auf. Geschlechterunterschiede haben für die Z'ler kaum noch eine Bedeutung. Während die Angehörigen der Generation Y noch deutliche Unterschiede im Antwortverhalten zwischen männlichen und weiblichen Teilnehmenden aufwiesen, gleichen sich die geschlechterabhängigen Antworten bei der Generation Z immer weiter an.



Ein kurzer Überblick über die Wertsetzungen der Generation Z im Vergleich mit der Generation Y

Frage: Auf einer Skala von »1 = überhaupt nicht wichtig« bis »10 = sehr wichtig«, wie wichtig schätzen Sie das Folgende ein?				
	Generation Z		Generation Y	
	Kategorie 7 + 8	Kategorie 9 + 10	Kategorie 7 + 8	Kategorie 9 + 10
Ehrgeizig sein	43,2%	40,5%	38,2%	37,2%
Ein aufregendes, spannendes Leben führen	35,2%	41,1%	38,1%	33,4%
Eigene Fähigkeiten entfalten	34,3%	57,3%	31,7%	59,8%
Rücksicht auf andere nehmen	31,4%	51,9%	37,7%	45,3%
Eigene Familie und Kinder	17,3%	68,7%	27,3%	34,9%
Beruf und Arbeit	48,6%	34,7%	34,0%	48,8%
Hohes Einkommen	38,8%	33,4%	38,7%	45,0%
Ein Beruf, der einem genügend Zeit für die Familie lässt	23,8%	64,5%	36,0%	50,4%
Freizeit und Erholung	33,7%	54,9%	32,0%	60,1%

n = 2208; Quelle: Erhebung Maas Beratungsgesellschaft mbH, 2018, Deutsches Jugendinstitut München – Jugendsurvey 2000
Anmerkung: Insgesamt entschieden sich über 86% der Befragten dazu, Antworten anzukreuzen, die innerhalb der Antwortkategorien 7 bis 10 liegen. Deshalb sind in dieser Tabelle die Antwortkategorien »7 + 8« und »9 + 10« kumuliert dargestellt und hinsichtlich der Generationenzugehörigkeit gegenübergestellt.

Die Cyberpsychologie – Die Auswirkungen der digitalen Welt auf die Generation Z

Die Generation Z ist die erste Generation, die eine Welt ohne Social Media nicht kennt, folglich ist Social Media ein fester Bestandteil ihrer Identitätsbildung geworden.

Folgen für die Generation Z

Durch die permanente Smartphone-Nutzung wurde der motorische Kortex des Gehirns verändert. Das einseitige Training führt zu einer größeren Repräsentation des Daumens im Gehirn.

Diese Veränderung geht auf einen Trainingseffekt zurück. Unser Gehirn repräsentiert das, was wir am meisten trainiert haben. Mit sechs Stunden täglich im Netz wird bei jungen Menschen der Daumen trainiert. Das Körperteil, das am intensivsten genutzt wird. Übrigens: Junge Menschen scrollen im Schnitt 178 Meter täglich mit ihrem Daumen.

FOMO (fear of missing out)

Das gute Gefühl, das man hat, wenn man sich auf Social-Media Kanälen rund um die Uhr austauschen kann, kann sich sehr schnell zur (pathologischen) Angst entwickeln. Die Angst etwas zu verpassen oder gar nicht mehr Teil des Mainstreams zu sein ist vor allem bei der Generation Z groß.

Während es beispielsweise bei der Generation X noch zahlreiche Subgruppen gab, streben die Angehörigen der Generation Z dem Kollektiv zu.

Verringerung der Aufmerksamkeitsspanne und der Konzentration

Durch das einseitige Training in der digitalen Welt (sechs Stunden täglich) verringert sich die Aufmerksamkeitsspanne in der analogen Welt signifikant, vor allem weil es oft parallel stattfindet: z.B. Streamen und Chatten bzw. Social Media (sogenanntes Multi-Screening).

Die Zeiten in der digitalen Welt werden sich in Zukunft noch weiter verlängern. Wissenschaftler gehen davon aus, dass die Angehörigen der Generation Alpha durchschnittlich über sechs Stunden täglich im Netz sein werden.

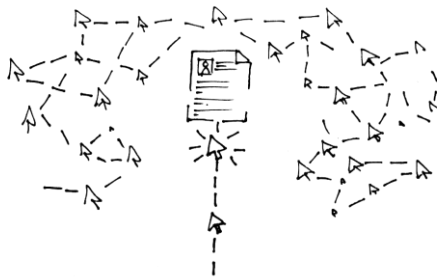
Verringerung der Entscheidungsfindung in der analogen Welt

Durch das enorme digitale Training, aber auch durch die Unterstützung von Bewertungsportalen können in der Online-Welt schnell und einfach Entscheidungen getroffen werden. In der Offline-Welt hingegen fällt es der Generation Z zunehmend schwerer Entscheidungen alleine zu treffen.

Grund hierfür ist, die enorme Optionsvielfalt im Netz. Nahezu alles kann per Klick ausgewählt werden und steht sofort zur Verfügung. Optionsvielfalt macht aber nicht zwangsläufig glücklicher. Wissenschaftler gehen davon aus, dass sich mit der Optionsvielfalt auch eine Optionsdepression etablieren könnte, das Gefühl niemals die beste Wahl getroffen zu haben und daher unglücklich zu sein.

Die Rekrutierung der Generation Z

„Die Dinge, die Sie anders machen, sind die Dinge, die Sie besonders machen.“



Unternehmen mit vielen internen Abstimmungsschleifen oder gar Entscheidungsträgheit fallen immer häufiger hinter faktisch schnelleren Unternehmen zurück.

Die Stellenanzeige muss...

- ... zum Unternehmen passen
- ... zur Berufsgruppe passen
- ... die Kerneigenschaften hervorheben
- ... die Vorzüge hervorheben
- ... rechtlichen Anforderungen genügen (AGG), (m/w/d), (m/w/x), (m/w/i/t)
- ... muss so gestaltet sein, dass man auch als Z'ler ein Teil davon sein will!



„One-Click-Bewerbung“



Mittels Übertragung von Profilinformationen aus einem sozialen Netzwerk wie XING



Online-Bewerbung ist besser als E-Mail-Bewerbung
→ Bei E-Mails muss nämlich ein zusätzlicher Text verfasst den

Rekrutierung der GenZ | Ein Auszug aus unseren Studien („Generation-thinking“ Studie 2018)

Frage: »Wie finden Sie es, wenn sich Ihr möglicher Arbeitgeber auf folgenden Plattformen präsentiert?«						
	finde ich sehr schlecht	finde ich schlecht	finde ich nicht gut	finde ich okay	finde ich gut	finde ich sehr gut
Messe	2,9%	2,3%	3,0%	23,6%	41,9%	26,2%
Jobportale	3,9%	2,1%	3,6%	21,3%	37,2%	31,8%
Firmenwebseite	1,6%	1,2%	1,0%	9,5%	27,7%	59,0%
Stellenanzeigen in der Zeitung	3,3%	4,6%	7,6%	35,1%	35,2%	14,1%
Snapchat	38,0%	22,6%	18,4%	6,7%	7,1%	7,1%
Instagram	21,6%	19,4%	21,0%	12,3%	14,4%	10,4%
Facebook	23,3%	9,3%	13,1%	18,7%	23,9%	11,7%

n = 2199; Quelle: Erhebung Maas Beratungsgesellschaft mbH, 2018

Die klassischen Jobportale stehen weiterhin hoch im Kurs. Mit Instagram, Facebook und Snapchat für Stellenanzeigen zu werben, kommt bei den Z'lern nicht gut an.

Der Grund hierfür liegt in der starken Trennung von Beruflichen und Privatem in dieser Generation. Da die Angehörigen der Generation Z mit den digitalen Medien aufgewachsen sind und diese hauptsächlich aus ihrem privaten Kontakt kennen, durchbrechen Bewerbungen von Produkten oder Anzeigen des Arbeitgebers diese Schranke zwischen Beruf und Privat.

Bewerber der Generation Z

- Bewerbung nach dem Studium bei sehr vielen Unternehmen
- gehen davon aus, relativ schnell einen Job zu finden
- nutzen Mehrfachbewerbungen
- Beliebt sind Werkstudententätigkeiten sowie Abschlussarbeiten
- 25 Prozent wünschen sich Mentoren in der Arbeit, die ihnen mit Ratschlägen zur Seite stehen

Die Kommunikation der Generationen

Die Art und Weise, wie ich denke, dass ein Mensch sein könnte, führt dazu, dass ich diesem in meiner Kommunikation in einer bestimmten Weise begegne.

Lateinisch „comunicare“ bedeutet „teilen“, „mitteilen“, „gemeinsam machen“, „vereinigen“. Bereits 1977 hatte der Kommunikationswissenschaftler Klaus Merten 177 verschiedene Bedeutungen des Begriffes Kommunikation ausgemacht. Das, was Kommunikation ausmacht, ist abhängig von der Zeit, der Gesellschaft und der Zugehörigkeit zu einer Generation.

Das kann dazu führen, dass die Kommunikationen von Personen verschiedener Generationen „aneinander vorbeiläuft“ (auch „Inkommensurabilität“ genannt). Mit Begriffen werden unterschiedliche Bedeutungen verbunden. Jede Generation verwendet bei bestimmten Begriffen unterschiedliche Bedeutungen. Verständigungsschwierigkeiten oder gar Generationenkonflikte sind so vorprogrammiert.

Früher, sagt meine Schwester (...), hat man noch in diesen Telefonzellen telefoniert. Überleg mal, wie krass krank das sein muss, dass man Münzen in diesen Automat reinsteckt. Ich weiß nicht, ich kann mir das nicht vorstellen. Ich kann's mir einfach nicht vorstellen, dass man kein Telefon in der Tasche hat. Stell dir vor (...), mir ist langweilig auf der Straße.

Was mache ich?!

Weiblich, 16 Jahre, Adaptiv-Pragmatische
(Sinus-Milieu Studie)

Die Angehörigen der Generation Z

- tauschen sich im Privatleben kaum noch schriftlich aus (Bilder, Symbole, Sprachnachrichten, etc. dominieren)
- haben oft Schwierigkeiten bei den Formulierungen im E-Mail-Kontakt
- tun sich häufig mit Telefonanrufen schwer
- können relevante Inhalte im Netz schnell filtern

Neo-Konventionalismus

Jedes Medium (z. B. Social Media, Zeitung, Radio, etc.) jede Zielgruppe (Bewerber, Leser, etc.), jede Generation und jede Zeit hat eine eigene Sprache mit eigenen Bedeutungen. Sprache muss immer für die betreffende Gruppe übersetzt werden! Jugendliche der Generation Z grenzen sich immer weniger gegenüber den Erwachsenen ab. Von ihnen wird keine Gegenkultur angestrebt. Ganz im Gegenteil, die Wertestruktur ähnelt sehr stark der der Elterngeneration. In der Koexistenz von verschiedenen Interessen und Lebensstilen in unserer Gesellschaft orientieren sich Jugendliche der Generation Z an dem Lebensstil der Eltern. Abgrenzungstendenzen zum Mainstream sind gering.

Jedes Medium (z. B. Social Media, Zeitung, Radio, etc.), jede Zielgruppe (Bewerber, Leser, etc.), jede Generation und jede Zeit hat eine eigene Sprache mit eigenen Bedeutungen. Sprache muss immer für die betreffende Gruppe übersetzt werden!

To Do's in der Kommunikation mit der Generation Z

- Regelmäßiges und schnelles Feedback erforderlich
- Wahrnehmungswissen nutzen: Z'ler in die Kommunikation mit Z'ler einbeziehen
- 5 Sekunden dauert es in der digitalen Welt, um sich für einen Inhalt zu entscheiden



Das Institut für Generationenforschung

Wir forschen mit Wissenschaftler:innen aus Psychologie, Soziologie, Philosophie und Wirtschaftswissenschaft auf wissenschaftlicher Grundlage zu verschiedenen Alterskohorten und Generationen.



**Leiter des Instituts
für Generationenforschung**

Rüdiger Maas

Dipl. Psychologe, M.Sc.

Forscher, Berater,
Generation Z Experte und Buchautor

Institut für Generationenforschung

Theaterstraße 8 | 86152 Augsburg

T: 08214557630

E: ruediger.maas@generation-thinking.de

I: www.generation-thinking.de



Wissenschaftliche Leitung

Kathrin Peters, M.A. Soziologie

Forscherin

Buchveröffentlichungen des Instituts für Generationenforschung

- Neueste Generationenforschung in ökonomischer Perspektive. Reichen Generation X, Y und Z zur Beschreibung der Wirklichkeit aus? (Kohlhammer Verlag)
- Generation lebensunfähig (Yes-Verlag)
- Generation Z für Personaler und Führungskräfte (Hanser Verlag)
- Cyberpsychologie in der Arbeitswelt (Hanser Verlag)