



Die Generation Z umfasst die Jahrgänge 1995 bis 2010. Die Anforderungen der Generation Z an die Berufswelt: Flexibilität, schnelle Weiterentwicklung und ständiges Feedback.

Betriebswirtschaft Das Thema Generation Z ist seit ein paar Jahren stark in den Medien präsent. Hinter dem Begriff verbergen sich viele Herausforderungen, einige Chancen und viele Meinungen.

Sind Sie relevant für die Generation Z?

Text: Yannick Blättler | Foto: shutterstock.com

Von der Generation Z, kurz Gen Z genannt, konnte man in den Medien vieles lesen von der Generation, «die nicht mehr arbeiten will», bis hin zu einer Kohorte, «die alles verändern wird». Neoviso analysiert diese Zielgruppe tagtäglich, setzt Werbekampagnen und Rekrutierungskonzepte um und erklärt, wie man Generationen zusammenbringt. Wie Sie als Branche und Unternehmen für die Gen Z relevant werden und was passiert, wenn die Gen Z plötzlich führt, zeige ich Ihnen nun auf.

Potenzial erkennen

Die Generation Z umfasst die Jahrgänge 1995 bis 2010. Um es gleich einmal klarzustellen: Es handelt sich hierbei keineswegs um eine faule Generation. Im Gegenteil: Wenn die Rahmenbedingungen stimmen, dann wird aus diesen jungen Talenten schnell eine «Vollgas-Generation». Doch warum müssen diese Rahmenbedingungen überhaupt geschaffen werden? Die Ausgangslage hat sich geändert. Neoviso schaut auf eine Generation, welche sich aufgrund der

Lage des Arbeitsmarkts aussuchen kann, wo sie arbeiten will, wo sie den höchsten gesamtwirtschaftlichen Wohlstand erleben darf und welche den technologischen Fortschritt so schnell wie keine andere Generation erlebt hat. Die Studien von Neoviso zeigen immer wieder das gleiche Muster: Diese Menschen haben einen starken Wunsch nach Selbstverwirklichung im Job und Privatleben, sorgen sich öfters um ihre mentale Gesundheit als Vorgängergenerationen und suchen die Klarheit im Leben.

Instant, flexibel und klar

Bei der Gen Z handelt es sich nicht um einen neuen Menschentypen, sondern die Gen Z steht für andere Verhaltensweisen und Bedürfnisse, welche sich im Verkauf und vor allem auch in der Rekrutierung und Führung widerspiegeln. Als Erstes müssen wir verstehen, dass wir alles instant, flexibel und klar ausgestalten müssen, damit wir die Aufmerksamkeit der jungen Generation gewinnen.

Schnelle Weiterentwicklung

Einer der grössten Ansprüche der jungen Generation, nebst fairer Entschädigung und sinnvoller Arbeit, ist die schnelle Weiterentwicklung. Als Führungskräfte müssen wir verstehen, dass dabei nicht nur zwingend die klassische Beförderung gewünscht ist, sondern die persönliche Weiterentwicklung mit anderen Skills im Job gefragt sind, wie zum Beispiel in den Bereichen Präsentation, Verhandlung, Planung, Projektführung oder Selbstorganisation. Ein weiteres Bedürfnis ist natürlich die oft genannte Flexibilität. In Bürojobs kann dies die freie Wahl der Arbeitszeit oder des Arbeitsortes sein; auf dem Bau oder im Handwerk kann dies jedoch anders ausgelegt werden. Flexibilität kann über längere Zeit eingesetzt werden, in dem freier gewählt werden kann, in welchen Wochen man arbeiten kann, an welchen verschiedenen Projekten mitgewirkt wird oder welche Weiterbildungspfade man wählen kann. Das Verhalten dieser jungen Generation bringt auch in der Zielsetzung neue Bedürfnisse mit sich: Setzen Sie kürzer gesteckte Ziele und geben Sie ständiges und schnelles Feedback. Wir müssen mit den Jahresendgesprächen aufhören und Quartalsziele setzen. Spannend zu beobachten ist, dass Soziale Medien hier eine wichtige Rolle spielen. 31 Prozent der befragten Gen Z in der Schweiz hat uns letzten Sommer angegeben, dass sie Druck in Bezug auf ihre berufliche und akademische Laufbahn verspürt, wenn sie Soziale Medien konsumiert. Hier kann es sein, dass Ihre jungen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sich mit anderen vergleichen und denken, dass sie zu wenig schnell im aktuellen Job weiterkommen und dadurch schneller wechseln wollen. Ständiger Austausch, Coaching und Klarheit zu schaffen, hilft dabei.

Bringen Sie Generationen zusammen

Ein wichtiges Thema, das mir am Herzen liegt, ist die Verknüpfung von verschiedenen Generationen innerhalb der Firmen. Menschen der Generation Babyboomer und X gehen in den nächsten Jahren in hohen Zahlen in die wohlverdiente Pension. Achten Sie darauf, dass diese Erfahrung und diese Begeisterung für die Branche zur nächsten Generation überschwappt. Inspirierende Führung ist ein wichtiger Pfeiler für die Begeisterung der Generation Z und ein gegenseitiges Verständnis hilft enorm, eine positive Unternehmenskultur hochzuhalten. Jung und Alt können viel voneinander lernen und das ist wichtig. Mein Tipp dabei ist es, dass man bewusste Generationen-Roundtables veranstaltet und diverse Gesprächsthemen aus dem Arbeitsalltag mit verschiedenen Meinungen beleuchtet.

Und was, wenn die Gen Z plötzlich führt?

Eine etwas umgekehrte Welt lässt sich dann vorfinden, wenn die junge Generation bereits in Führungspositionen kommt. Für gewisse Fachbereiche ist das absolut denkbar. Im Grundsatz gelten immer noch die gleichen Regeln: Alle müssen die Team- und Unternehmensvision verstehen, alle müssen das gleiche Verständnis haben, wie man die Arbeit am besten erledigt, und es braucht eine transparente Feedbackkultur. Oftmals ändern sich jedoch die Führungsstile und Tools dazu. Wir beobachten oft, dass die Gen Z und die Jüngeren der Gen Y vertrauensvoller führen, vermehrt auf Augenhöhe kommunizieren und die Digitalisierung fördern. Sie ärgern sich oftmals über Ineffizienz und wollen diese schnell beseitigen. Für die Unternehmen wäre es wünschenswert und wichtig, junge Führungskräfte nachzunehmen. Der demografische Wandel verändert die Führungslandschaft in den nächsten Jahren enorm und da arbeitet man lieber in einem Reverse Mentoring und befördert junge Personen früher in Führungspositionen, anstatt abzuwarten, bis die älteren Generationen pensioniert werden.



INFO

NEOVISO Blog



PORTRÄT



Yannick Blättler

neoviso.ch

yannickblaettler.com

linktr.ee/yannickblaettler

Yannick Blättler ist Gründer und Inhaber der auf die Gen Z spezialisierten NEOVISO AG. Sie untersucht mit eigenen Studien in verschiedenen Industrien regelmässig die 14- bis 27-Jährigen der Schweiz, Deutschlands und Österreichs. Dazu berät NEOVISO KMU und Grosskonzerne im Umgang mit dieser jungen Zielgruppe, entwickelt strategische Konzepte für Marketing und Employer Branding und kreiert Kampagnen und Videos mit ihrem hauseigenen Produktionsteam «NEOVISO Studio». Yannick Blättler hat einen Bachelorabschluss der Universität Zürich und einen Masterabschluss in Business Innovation der Universität St.Gallen, ist neben seinem 35-köpfigen Team auch Verwaltungsrat der Champfcheibe AG und ist Co-Founder des schweizweiten Studierendenvereins NEO Network. Er steht für Themen wie Marketing, Leadership oder HR nicht nur regelmässig auf der Bühne, sondern auch hinter dem Mikrofon für seinen eigenen Navigator Podcast.