

Generation Z – sie zu finden und zu binden

Prof. Dr. Antje-Britta Mörstedt
Private Hochschule Göttingen

Agenda

- **Bedeutung organisationaler Demographie**
- **Überblick Generationen**
- **Generation Z und deren wesentlichen Merkmale**
- **Ausblick Generation A**
- **Rekrutierung**
- **Aspekte der Führung**
- **Generationenmanagement**

BEDEUTUNG ORGANISATIONALER DEMOGRAFIE



**In den nächsten 15
Jahren gehen 12,9
Mio. Erwerbstätige
in Rente
2030 Höhepunkt
der BB-Verrentung
mit 1,5 Mio.
Personen, ersetzt
durch Jahrgänge,
die nur noch
700.000 bis 800.000
Personen
umfassen**

Künftiges Arbeitskräfteangebot: weniger,
weiblicher, älter und bunter

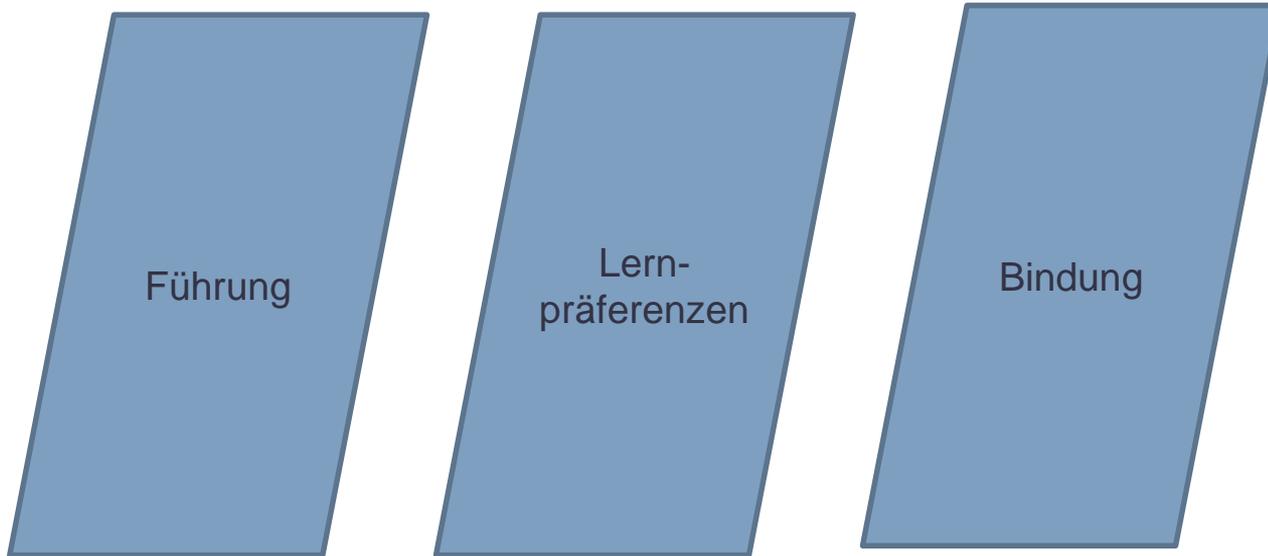
Aktuelle Arbeitslosen-
quote: 6,4 %
1997: 11,4%
2005: 11,7%
Anzahl der offenen
Stellen 1. Quartal
2023: 1,75 Mio.
Durchschnitt 2024:
701.490

In 15 Jahren könnten 5 Mio. Arbeitsplätze unbesetzt sein



Mehr Digitalisierung
Mehr Innovationen
Kontinuierliche
Bildungsanstrengungen
Einwanderung

Wichtige Handlungsfelder im Hinblick auf organisationaler Demografie



ÜBERBLICK GENERATIONEN

Sie alle sind unterschiedlich erzogen worden und wurden in
ihrer
formativen Phase unterschiedlich geprägt

- **Karl Mannheim; Das Problem der Generationen**
- Kölner Vierteljahresheft für Soziologie 7 (1928)

Generationserlebnisse

prägende Ereignisse in Kindheit und Jugend, die einen Einfluss auf ganze Geburtsjahrgänge haben.

Generationenlagerung

Angehörige einer Generation leben zwangsläufig miteinander in einem bestimmten Zeitraum.

Generationszusammenhang

entsteht durch eine Verbundenheit unter dem Einfluss gleicher oder ähnlicher geistiger und sozialer Gehalte bzw. durch das Erleben von gleichen oder ähnlichen Schicksalen.

Menschen sind nicht unbedingt eindeutig zu zuordnen

- Generationen sind nicht strikt in Geburtsjahrgänge einzuordnen: Es gibt eine beachtliche Streuung innerhalb einer Generation (**Integrationsvarianz**).
- Trotzdem kommt es zu klaren Unterschieden zwischen den Mittelwerten der verschiedenen Generationen (**Intergenerationsdifferenz**).
- Die Einteilung der Menschen in Generationen erfolgt nach soziologischen, wissenschaftlichen Gesichtspunkten, die nicht unbedingt auf die Realität eines Einzelnen treffen müssen

Unsere Generationen von 1950 bis heute

Baby Boomer

Ca. 1950 - 1964

Bekannte Vertreter der Baby Boomer

Angela Merkel

Bill Gates

Unsere Generationen von 1950 bis heute

Baby Boomer
 Ca. 1950 - 1964

Grundlegendes zur Generation Baby Boomer

Familie und Beruf	Beruf
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 • Werte, Tradition, Hierarchie
Kommunikationsmedium	Telefon

Unsere Generationen von 1950 bis heute

Baby Boomer

Ca. 1950 - 1964

GenX

1965 - 1979

Bekannte Vertreter der GenX

Katharina Witt

Steffi Graf

Unsere Generationen von 1950 bis heute

Baby Boomer
 Ca. 1950 - 1964

GenX
 1965 - 1979

Grundlegendes zur GenX

Familie und Beruf	Privat (trotz Beruf)
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
Kommunikationsmedium	E-Mail, Mobiltelefon

Unsere Generationen von 1950 bis heute

Baby Boomer

Ca. 1950 - 1964

GenX

1965 - 1979

Grundlegendes zur GenX

Grundlegendes zur GenX

- Steigende Arbeitslosenquoten (1997: 11,4%; 2005: 11,7%)
- 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

Einflussfaktoren auf die GenY/Z

Globalisierung

Beeinflussung
durch Peers

Alterung und
Schrumpfung der
Bevölkerung

Technische
Entwicklung

Entwicklung
Wissens- und
Innovations-
gesellschaft

Individualisierung
und zunehmende
Vielfalt der
Lebensstile

Gesellschaftliche
Veränderungen

Wandel der
Erziehungsstile
und -werte

Unsere Generationen von 1950 bis heute

Baby Boomer

Ca. 1950 - 1964

GenX

1965 - 1979

GenY

1980 - 1993

Bekannte Vertreter der GenY

Prinz William

Mark Zuckerberg

Unsere Generationen von 1950 bis heute

Baby Boomer
 Ca. 1950 - 1964

GenX
 1965 - 1979

GenY
 1980 - 1993

Grundlegendes zur GenY

Familie und Beruf	Vereinbarkeit von Berufs- und Privatleben
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“
Kommunikations-medium	Web 2.0

Unsere Generationen von 1950 bis heute

Baby Boomer

Ca. 1950 - 1964

GenX

1965 - 1979

GenY

1980 - 1993

Grundlegendes zur GenY

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

Fomo – Nomophobia POPC geplagte Net Generation

„Generation Z ist social
X(ehm. Twitter),
Instagram, TikTok und der
Griff zum Smartphone
sind so normal, wie für
andere die Tasse Kaffee
am Morgen.“

Prof. Dr. Antje-Britta Mörstedt

Unsere Generationen von 1950 bis heute

Baby Boomer

Ca. 1950 - 1964

GenX

1965 - 1979

GenY

1980 - 1993

GenZ

1994 - 2010

Bekannte Vertreter der GenZ

DieLochis: Youtube: 2,6 Mio. Abonnenten

Oliva Rodrigo: die neue Identifikationsfigur
Deutschlandfunk Kultur, 18,1 Mio. auf TikTok

Januar 2021: "Drivers License" von Olivia Rodrigo ist TikToks neueste Besessenheit. Ein spekuliertes Liebesdreieck treibt seine Popularität an.

Königin von TikTok,
151 Mio. Follower,
Verdienst 2020: 18,2
Mio. US-Dollar

Olivia Rodrigos: Drivers License: Apple Music, Spotifys US- und Global-Charts und iTunes-Charts ist sie die Nummer 1 im .

High School Musical: Das Musical: Die Serie" ("HSMTMTS")

Die Debütsingle "Drivers License" der Schauspielerin Olivia Rodrigo ist ein Renner, der die Streaming-Charts anführt und auf TikTok als Hymne der Generation Z explodiert.

V= Volatilität

U= Unsicherheit

C= Komplexität = viele Handlungsmöglichkeiten mit teils widersprüchlichen Interessen

A= ambiguity = Mehrdeutigkeit = die Welt wird unscharf – Voraussetzungen und Bedingungen werden schwer greifbar; es gibt viele Kanäle Informationen zu erhalten

GenZ: Zwischen Allmacht und Ohnmacht

Multioptionalität/“Ausgesprochen hohes Entwicklungsversprechen

- Vielfältige Lebenskonzepte
- Im Internet werden Vorbilder/Stars auf Augenhöhe getroffen
- Smartphone als ständiger Begleiter: the world at your fingertips



Orientierungslosigkeit, Überforderung

- Angst Entscheidungen zu treffen, die irreversibel sind
- Ungewisse Zukunft, leben in der VUCA-Welt (Corona Pandemie: Erschütterung des Grundvertrauens, erschwerter Einstieg ins „Leben“)
- Fehlende Orientierung und Ankerpunkte

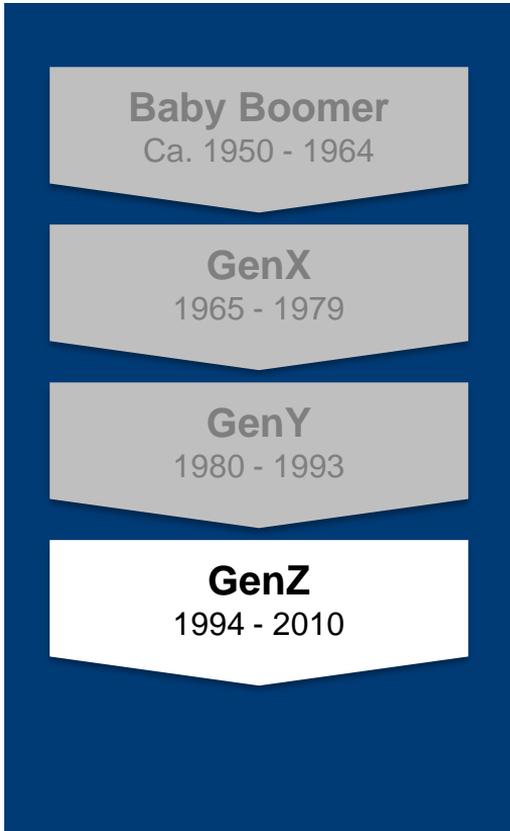
Karopka, rheingold institut,
Befragung 2021

Lebensgefühl der Generation Z

Ziel der Selbstverwirklichung und
Verantwortungsübernahme bei
gleichzeitiger Überforderung

Karopka, rheingold institut,
Befragung 2021

Unsere Generationen von 1950 bis heute



Grundlegendes zur GenZ

Familie und Beruf	Privat (Arbeit muss zum Privatleben passen)
Werte	Vernetzung, realistisch, ehrgeizig, schätzen Freundschaften
Merkmale	Kollegiale Arbeitsatmosphäre, aber auch Einzelkämpfer, relaxed, multimedia-affin, in Teilen Umweltbewusst
Kommunikationsmedium	Soziale Medien (snap-chat, tiktok, insb. Video-Content)

Digitalisierung und Binge Watching

Unsere Generationen von 1950 bis heute

Baby Boomer

Ca. 1950 - 1964

GenX

1965 - 1979

GenY

1980 - 1993

GenZ

1994 - 2010

Grundlegendes zur GenZ

- „Digital Natives“: durchgehende Präsenz in sozialen Netzwerken
- Technologieaffinität: in jeden Lebensbereich integriert, integraler Bestandteil für Problemlösung, hoher Anspruch an moderne Ausstattung am Arbeitsplatz
- Einzelkämpfer: ausgeprägtes Selbstbewusstsein,
- Sinnhaftigkeit und Spaß an der Arbeit sind wichtig
- Regelmäßiges Feedback gewünscht
- Leben im Netz, VLOGGER
- Bindungslos/Flutterhaft

TOP Prioritäten der Generation Z

- Physische Gesundheit
 - Mentale Gesundheit
 - Finanzmanagement
 - Zeit mit Familie und Freunden
 - Hobbys
-
- Generation Z Konsumverhalten: So tickt Gen Z | Mintel

Empfehlungen
 Visuelle und
 unterhaltsame
 Inhalte
 Trendbewußtsein
 (virale Trends und
 Challenges, die
 neue
 Produkte/Marken
 ins Rampenlicht

TikTok*	Genz (1995-2012)	alle Altersgruppen
China	77%	78%
USA	63%	45%
UK	62%	36%
Deutschland	61%	38%
Frankreich	60%	36%

* Anteil der befragten Generation Z, die regelmäßig TikTok nutzen

Befragung je Land: 2.000 Nutzer/innen zwischen 18-29 Jahre von Jan-Dez 2023

Quelle Statista Consumer Insights

Buchempfehlungen

- Leeres Nest, volle Panik von; Michael Frey Dodillet, Heine Verlag
- Empty Nest Wenn die Kinder ausziehen; Adelheid Müller-Lissner, Ch. Links Verlag
- Ausgeflogen – Wie Sie es sich im „leeren Nest“ wieder gemütlich machen, Felicitas Römer, Patmos
- Ich muss mit auf Klassenfahrt – meine Tochter kann sonst nicht schlafen, Lena Greiner & Carola Padtberg, Spiegel Online
- Verschieben Sie die Deutscharbeit, mein Sohn hat Geburtstag
- Lena Greiner & Carola Padtberg, Spiegel Online, Ullstein

GENERATION ALPHA

Generation Alpha wächst in der BANI-Welt auf

Brittle: plötzliche und unvorhergesehene Erschütterung bis hin zur Zerstörung eines vermeintlich stabilen Systems

Anxious: Welt wird brüchiger als bisher. Das kann zu Ohnmacht und Hilflosigkeit (Angststarre) führen. Fake News und Desinformation verstärken den Effekt

Nonlinear: es gibt kein Gesetz von Ursache und Wirkung mehr – beides ist voneinander entkoppelt und disproportional, eine Kleinigkeit kann ungeahnte komplexe Konsequenzen nach sich ziehen

Incomprehensible (unverständlich): Der menschliche Verstand kann Informationen und Geschehnisse nicht mehr vollständig erfassen. Alles beeinflusst alles auf unterschiedlichen Ebenen

Modell geht auf Jamias Cascio zurück, Essay: Facing the age of chaos

- **Finanz- und Wirtschaftskrisen**
- Europäische Staatsschuldenkrise (2010er Jahre)
- Türkische Währungskrise (2018)
- **Politische Krisen und Konflikte**
- Arabischer Frühling (2010-2012)
- Ukrainische Krise und Krieg in der Ostukraine (beginnend mit 2014 Annexion der Krim und seit 24. Februar Überfall Russland auf die Ukraine)
- Syrischer Bürgerkrieg (seit 2011)
- **Humanitäre Krisen**
- Flüchtlingskrise (2015/2016)
- Jemen-Krise (seit 2015)
- **Naturkatastrophen und Umweltkrisen**
- Erdbeben in Haiti (2010)
- Tōhoku-Erdbeben und Tsunami in Japan (2011)
- Waldbrände in Australien (2019-2020)
- **Gesundheitskrisen**
- Ebola-Epidemie in Westafrika (2014-2016)
- COVID-19-Pandemie (2019-2023)

Einflussfaktoren Generation α

Corona-Lockdown, Schulschließungen, Homeschooling

Termine, Termine, Termine auch in der Freizeit

Digitale Bespielung ab dem Kleinkindalter

Eltern haben ein höheres Alter als früher = Bulldozer- bzw. Curlingeltern

Geboren in einer Welt voller Technologien

Vielzahl an Optionen und Übersättigung (Mehr entwertet), Geburtstage als kleine Hochzeiten, Ostern als kleines Weihnachten, Einschulungspartys

Merkmale Generation Alpha

Stark visuell und interaktiv orientiert

Frühzeitige Nutzung von Smartphones und Tablets

Noch verkürztere Aufmerksamkeitsspanne als bei Generation Z

Geringere Frustrationstoleranz als bei Generation Z

Hohes Bedürfnis nach Strukturen, ausgeprägter als bei Generation Z

Können eher nicht mehr vertiefend spielen

REKRUTIERUNG GENZ

Komm-Gründe formulieren mit dem Ziel das Gedächtnis der potenziellen Mitarbeiter zu erobern



- Verankerung des Images als Arbeitgebermarke in den Köpfen und Herzen bestehender und potenzieller Mitarbeiter
- Nutzenargumentation formulieren (Zielgruppenrelevante Botschaften)
- Touchpoint-Marketing (Kontaktpunkte mit den jeweiligen Zielgruppen analysieren und deren Kommunikationsbedürfnisse feststellen)
- Glaubwürdige Positionierung auf dem Arbeitsmarkt

Wo erreicht man die GenZ als Kandidaten für eine Stelle

- Achtung viele Vertreter der GenZ stecken noch in ihrer formativen Phase
- Ansprache über **Social Web 2.0**, TIKTOK
- Optimale Web-Site: **Inhalte** sollten **nebenbei konsumierbar** sein
- **Mobile Recruiting** auf Basis internetfähiger Endgeräte, insbesondere Smartphones
- Unkomplizierte direkte Kommunikation z.B. über **WhatsApp**
- Hohe Bedeutung hat die **Arbeitgebermarke**, die **positiv** besetzt sein sollte
- Authentische Inhalte, visuelle Medien insbesondere Bilder und **Videos**
- **Originelle Maßnahmen** kommen gut an
- **Eltern**, Lehrer, Schulen, Schnuppertage, Tage der offenen Tür, Training für Eignungstests

Beispiel für eine witzige Ansprache der Generation Z aus dem Bereich Rekrutierung

Kasper P & P – Persönlich und Post

Kasper Communications

Am Lohmühlbach 14

85356 Freising

Tel. [08161-5193622](tel:08161-5193622)

mail@kaspercom.de

www.kaspercom.de

Siehe: <https://www.kaspercom.de/referenzen/metzgerei-hack>

Video Bankchef und Azubine

<https://www.tiktok.com/@vbmittelhessen/video/6839951936503041285>

Video: Unsere neuen Azubis

<https://www.tiktok.com/@vbmittelhessen/video/7132117485280693509>

Video: Was passiert mit meinem Geld?

<https://www.tiktok.com/@vbmittelhessen/video/6941337805218008325?lang=de-DE>

vbmittelhessen ✓
VB Mittelhessen · 2020-6-19 Folgen

In der Hauptrolle: 🌟 Dr. P. Hanker [#vorstand](#)
[#volksbankmittelhessen#vbmh#tiktokcomedy...](#) mehr

🎵 Originalton - VB Mittelhessen

78.1K 387 3124 </> ↻ 📧 📘 📺 ↗

<https://www.tiktok.com/@vbmittelhessen/video/6...> Link kopieren

Kommentare (387) Creator*innen-Videos

Unternehmer
Es ist schön zu sehen, wenn sich auch die klassischen Unternehmen an die neuen Medien anpassen. (:
2020-6... Antworten
5 Antworten anzeigen ▾ 👍 1664

steuerfabi ✓
Da hat der Vorstand zeitgemäßes Marketing verstanden 🙌
2020-6... Antworten 👍 1550

VB Mittelhessen ✓ · **Creator*in**
👍 📧
2020-6... Antworten 👍 238

Verbergen ^

Kommentar hinzufügen ... @ 😊 Veröffentlich

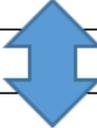
Active Sourcing z.B.

- Talent Pool aus ehemaligen Praktikanten, Bewerbern, die für eine Stelle nicht geeignet waren
- Soziale Netzwerke, Profile Mining: Filtern Sie Nutzer nach bestimmten Merkmalen
- CV Database Search: Lebensläufe z.B. auf LinkedIn durch schauen
- Referral Sourcing Kontakte der Mitarbeitenden durchschauen, Mitarbeiter werben Mitarbeiter, MiKis
- Messebesuche und Schulkontakte

Für 78 % der Schüler ist der Rat der Eltern bei der Berufswahl hilfreich. Noch vor Freunden, Lehrern und Berufsberatern sind sie damit der erste und wichtigste Ansprechpartner für Ihr Kind.

<https://www.azubi.de/beruf/tipps/fuer-eltern>

Smart Channel-Recruiting

Bewerber-Identität	
Persönliche Identität Nicht-Digital	Besuch
	Live Events (Messen, Vorträge)
	Telefon
	
Digital Foodprint Digital	Website
	Apps
	Videos (You Tube Follower)
	Newsletter
	Downloads
	Social Media

Schaffung einer Employer Brand

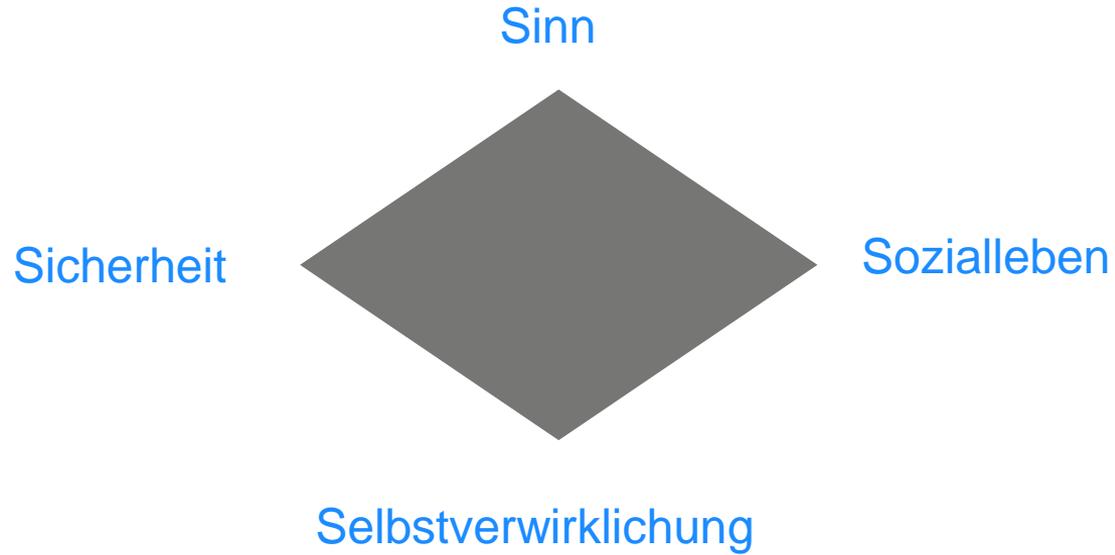


Videos

<https://www.tiktok.com/@coretress/video/7358480142382992673>

<https://www.tiktok.com/@roboguides/video/7193039735613361414>

Arbeit ist heute



New Work : Old Work: **Good Work**

Demokratisierung



Breite
Palette
von
organisationalen
Entwicklungs-
maßnahmen

Dezentralisierung

Digitalisierung

Menschen wollen sinnstiftend an flexiblen Arbeitsorten zu flexiblen Arbeitszeiten arbeiten

Arbeitsorganisation

- Eigenverantwortung
- Zielvereinbarungen
- Team- und Projektarbeit
- Vertrauensbasiertes Arbeiten/ Transparenz
- Agiles Arbeiten
- Demokratische Führungskultur auf Augenhöhe mit den Mitarbeitenden
- Wohlfühlkultur

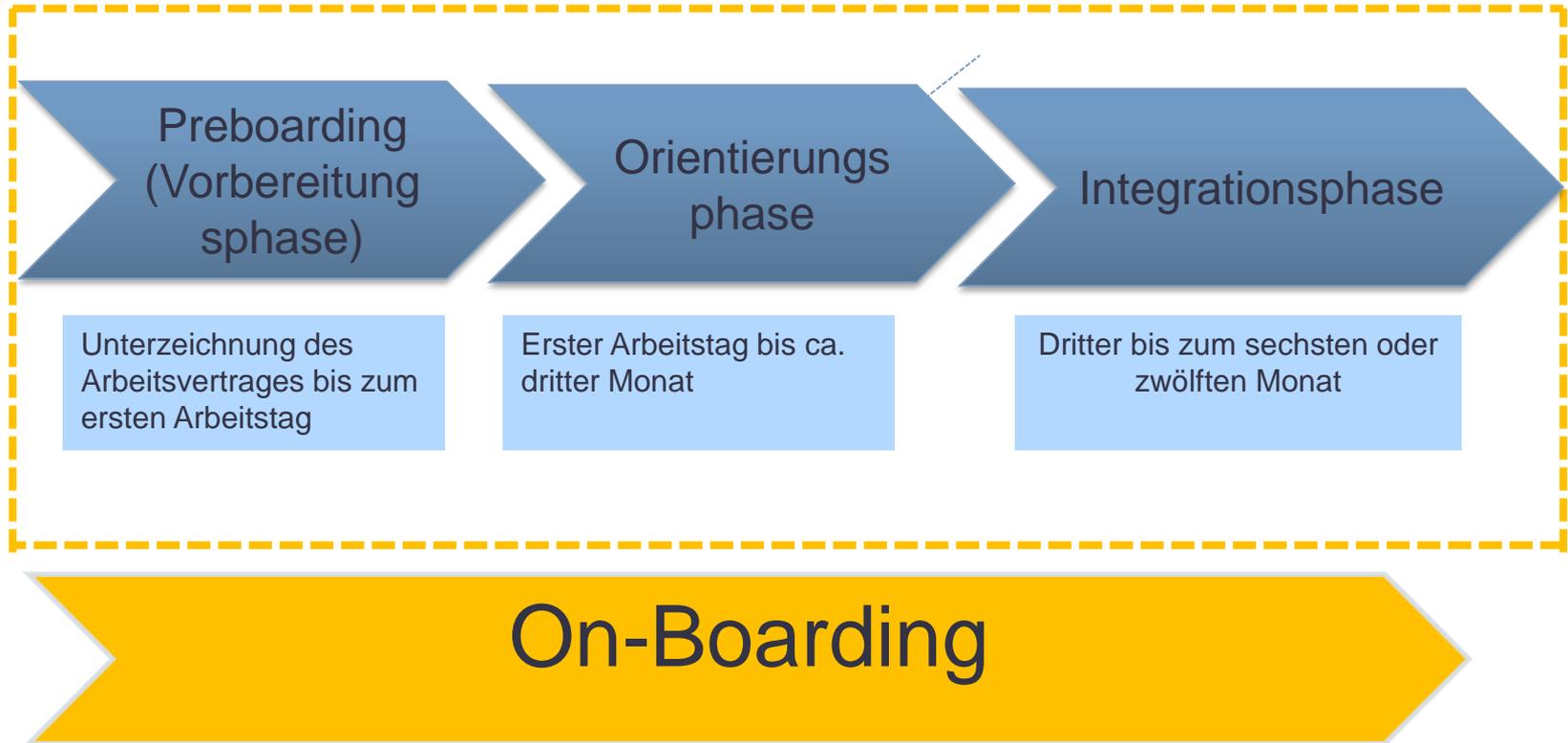
Arbeitsort

- Remote
- Homeoffice
- Im Büro
- Hybrides Arbeiten
- Worcation
- Digital Nomads
- **Tech-Gigant SAP plant neue Regeln: Das (Beinahe-)Ende des Homeoffice 07/2024**

Bürokonzepte

- Offene Bürokonzepte wie Großraumbüros (open-space), Kombibüros, Einzelbüros
- Non-territoriales Büro, wie Desk-Sharing, Room-Sharing, Co-Working-Space

Einordnung des Pre- und On-Boarding



Pre-Boarding-Maßnahme

Beispiel-Dokumente von Bang:

Persönliche Begrüßungspostkarte und Elternbrief

Und weitere Beispiele z.B. 60 Sekunden-Bewerbung:

<https://www.bang-netzwerke.de/was-ist-bang/informationen-fuer-jugendliche>

Erwartungen GenZ

- Wunsch nach Work-Life-Separation
- Interesse an wirkungsvoller Arbeit
- Parallelität von Unternehmens- und persönlichen Werten
- Interesse an der Weiterentwicklung eigener Fähigkeiten
- Interesse an raschem Erfolg und Feedback
- Wunsch nach Flexibilität
- Wunsch nach sicherem Arbeitsplatz

FÜHRUNG/ GENERATIONEN- MANAGEMENT

<https://www.schmiegelt-coaching.de/gute-fuehrung-in-stuermischen-zeiten>

Führung

- Transaktionale Führung
- Leistung im Austausch von Gegenleistung
- Bestrafung unerwünschten Verhaltens
- Normen Einhalten und auf Disziplin achten
- Bei Planabweichungen eingreifen
- Transformationale Führung
- Führungskraft als Vorbild
- Aufbau von Vertrauen
- Sinn der Tätigkeiten vermitteln
- Herausforderungen aufzeigen
- Teamgeist und Kreativität stehen im Vordergrund
- Fehlerkultur wird gefördert
- Persönliches Wachstum der Mitarbeitenden fördern

Generation Baby Boomer

- Pflichtbewusstsein, starke Berufsorientierung, Suche nach Beständigkeit, Träger betrieblichen Erfahrungswissens, erfahrungsgelitetes Arbeiten, Wissen um Prozesse und Schnittstellen, kristallines Wissen: Erfahrungswissen, Familienphase abgeschlossen

Generation X

- Vertiefende Kenntnisse im Betrieb, spezialisiertes theoretisches Wissen + Expertenwissen, kann Probleme durchdringen und selbstständig lösen, Handlungs- und Energiezentrum im Betrieb, aber! Die am meisten belastete Gruppe: sie hat den entgrenzten Anforderungen im Unternehmen der modernen Arbeitswelt zu genügen und muss lebensweltlichen Ansprüchen des Partners, Kinder, Eltern gerecht werden

Generation Y und Z

Leistungsorientiert, aber mit deutlicher Forderung nach Spaß, Perspektiven, Sinnhaftigkeit der beruflichen Tätigkeit

Forderung nach Teamorientierung, Kollegialität, Orientierung an gemeinsamen Zielen

Forderung nach Auszeiten, Tendenz zur Autonomie

Bringen Innovationspotential mit

Müssen ihre Rolle im Unternehmen noch finden

Fragen bereits im Vorstellungsgespräch nach den Werten des Unternehmens und sozialen Leistungen

Fordern flexible Arbeitsgestaltung

Faire gerechte Entlohnung

Entwicklung kognitiver Fähigkeiten im Alter



Fluide Intelligenz

- Geringere Fähigkeiten zu Anpassungen an neue Situationen
- Z. B. weniger Reaktionsgeschwindigkeit, logisches Denken und Gedächtnisspanne

Kristalline Intelligenz

- Mehr erfahrungsbasiertes Wissen, das sich aus vorangegangenen Lernprozessen ergibt
- Z. B. soziale Kompetenzen, spezifisches Sachwissen

Quelle: Bruch, Heike, Kunze, Florian, Böhm, Stephan (Generationen erfolgreich führen 2010), S. 5
<https://content.e-bookshelf.de/media/reading/L-19041-9e3c99e441.pdf>



Das Adigu-Modell

Wegge, Jürgen, Technische Universität Dresden, S. 8

https://tu-dresden.de/mn/psychologie/iaosp/wop/ressourcen/dateien/ddn_dateien/auftakt_vortrag_wegge?lang=de



Dialog zwischen den Generationen



Know-How-Transfer zwischen den Generationen



Führung von Altersvielfalt



Aufbau einer generationen-gerechten Kultur mit alters-gemischten Teams



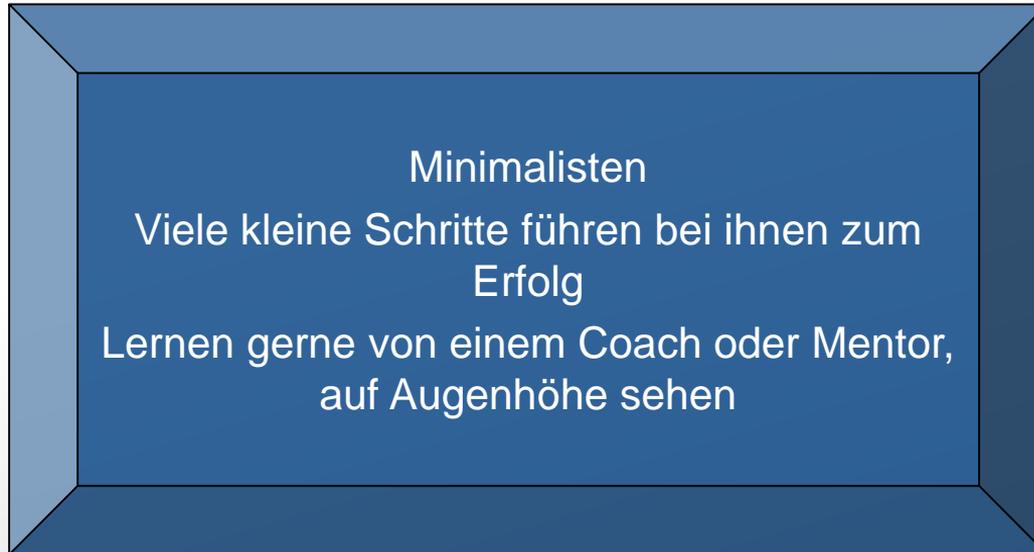
Ansätze für lebenslanges Lernen

... nutzt die vorhandene Vielfalt an Kompetenzen und Perspektiven in einer heterogen zusammengesetzten Unternehmung.

Diversität kann, in Abhängigkeit der Diversity Beliefs (Einstellungen gegenüber Vielfalt) der Teammitglieder zu einer besseren Teamleistung führen

Diversity Beliefs können durch Führungskräfte beeinflusst werden, indem sie Flexibilität und Offenheit vorleben

Führung von GenZ und Alpha



Ausbilder als Coach mit Entertainerqualitäten

Präferenzen Generation Z in der Arbeitswelt

Interaktive und multimediale Lern-/Arbeitsmethoden

Nutzung von Videos, Apps und digitalen Plattformen

Soziales Arbeiten und Gruppenarbeit: soziale, kollaborative Arbeitsmethoden

Praxisorientiertes Lernen und projektbasiertes Arbeiten

Regelmäßiges Feedback und klare Lernziele

Präferenzen Generation Alpha

Verwendung von Augmented Reality (AR) und Virtual Reality (VR)

AR: Nutzer sehen die reale Umgebung, in die virtuelle Elemente eingebettet werden

VR: vollständige virtuelle Welt, die durch spezielle Headsets erlebt wird

Gamifiziertes Lernen und spielerische Elemente

Individuelles und personalisiertes Lernen: spielerisches Lernen und AR/VR

Kurze, modulare Lerninhalte

Schnelles interaktives Feedback

Kollaboratives und soziales Arbeiten ermöglichen

Virtuelle Arbeitsräume ermöglichen mit anderen in der
Nähe oder in der Ferne zu interagieren

GenZ und Alpha sehen keinen Unterschied zwischen
Offline- und Onlinewelt

Kollaborationsplattformen

KI (chatgpt)

Arbeiten mit KI um zu analysieren und
individuell zeitnah und gezielt unterstützt zu
werden

Mixed Reality

Physische und virtuelle Welt miteinander
verbinden

Konzepte müssen dabei helfen, Quellen
einzuordnen und die Informationskompetenz
und digitale Mündigkeit zu stärken

Sinnhaftes Arbeiten

Wissen und Fähigkeiten sollen auf
lebensnahe und globale Fragestellungen
angewendet werden

Peer-to-Peer-Lernen (lernen auf gleicher
Augenhöhe)

Respektvolle Feedbackkultur

Arbeitswelt 2025

<https://www.reif.org>

<https://www.reif.org/blog/arbeitswelt-2025-evolution-des-personalwesens-vom-verwalter-zum-gestalter>

Intergeneratives Arbeiten/Lernen: Jüngere lernen von älteren Mitarbeitenden und umgekehrt

- Voneinander lernen: Weitergabe von Wissen einer Generation (Experten) an eine andere Generation
- Miteinander lernen: Mehrere Generationen treten als Lernende auf, die Expertise des Lerngegenstandes liegt außerhalb der beteiligten Lernenden
- Übereinander lernen: Gemeinsame Reflektion und der Austausch über generationsspezifische Erfahrungen und Perspektiven



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

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