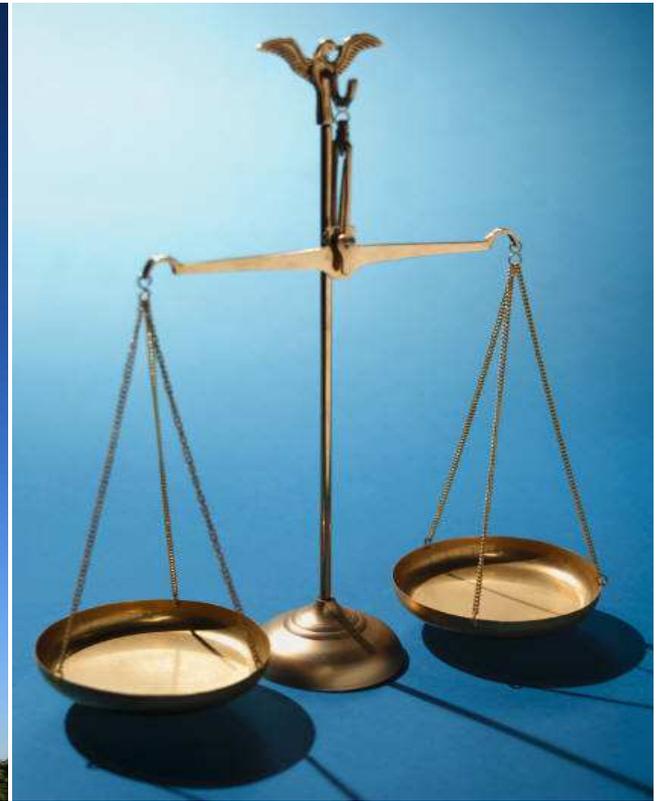


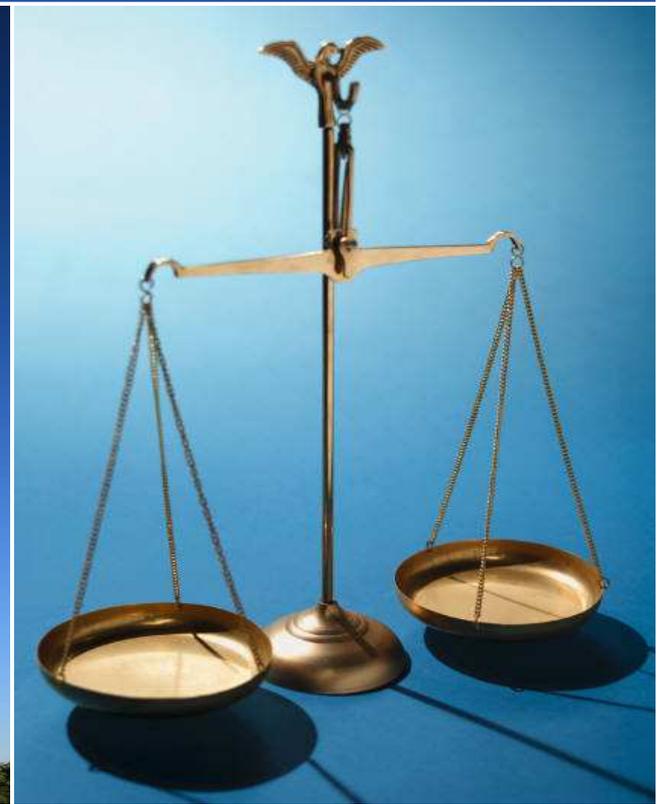
Erfolgreich im Miteinander der Generationen

Prof. Dr. Jutta Rump
Ernst-Boehe-Str. 4
67059 Ludwigshafen
Deutschland
0049 621 / 5203-238
jutta.rump@ibe-ludwigshafen.de



Trends in der Arbeitswelt

Demografische Entwicklung	Technisch-ökonomische Entwicklungen	Gesellschaftliche Entwicklungen
<ul style="list-style-type: none"> • Alterung der Gesellschaft und der Belegschaften • Schrumpfung der Gesellschaft • Verknappung der Nachwuchskräfte • Verlängerung der Lebensarbeitszeit 	<ul style="list-style-type: none"> • Globalisierung / Internationalisierung • Digitalisierung/ Industrie 4.0 • Beschleunigung bei gleichzeitiger Komplexität • Innovationsdruck + Kostendruck • Wissens- und Innovationsgesellschaft 	<ul style="list-style-type: none"> • Sensibilisierung für Nachhaltigkeit • Diversität / Vielfalt • Feminisierung • Individualisierung • Wertewandel • Work-Life-Balance als Lebensentwurf • Urbanisierung • Polarisierung der Gesellschaft



Der gesellschaftliche Wertewandel

Begrifflichkeiten

- Baby Boomer (bis 1970 geboren)
- Generation X (von 1970 bis 1985 geboren)
- Generation Y (von 1985 bis 2000 geboren)
- Generation Z (von 2000 bis 2015 geboren)



Generationen-Unterschiede

Leistungsorientierung



Erwartungen an Führung

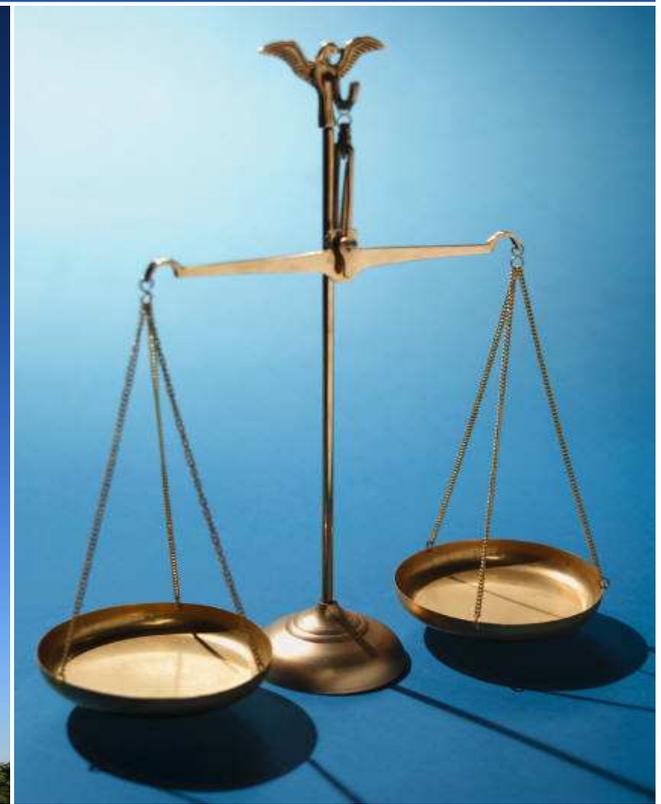


Vereinbarkeit von Beruf + Familie / Life Balance



Zusammenarbeit / Team





Erwartungen der Generationen an Arbeit und Arbeitgeber

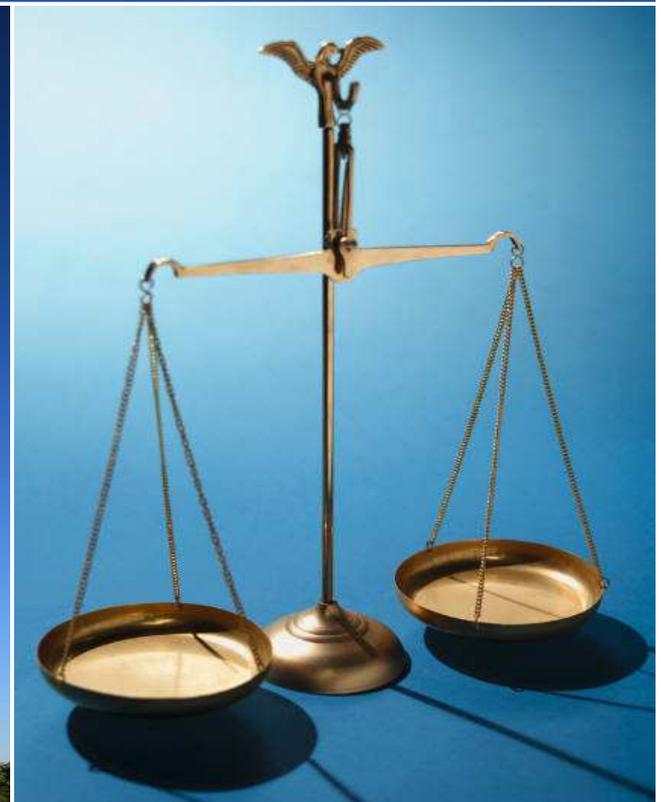
Auf einen Blick

Baby Boomer:

- Akzeptanz von kollektiven Mustern.
- Hohes Commitment, weil es zur Pflicht gehört.
- Akzeptanz von Hierarchien und der Führung, weil sie legitimiert ist.
- Arbeitsethos, Trennung zwischen Beruf und Privatleben.
- Trend zur „vertikalen“ Karriere.
- Lebenslange Loyalität, Entscheidung fürs Leben.
- Lebenslange Reichweite der abgeschlossenen Berufsausbildung.
- Präferenz für die face-to-face Kommunikation und Kooperation.
- Teil des „Kollektivs“.
- Security als Leitbild.

Generation Y / Z:

- Individuelle Orientierung.
- Hohes Commitment, wenn die Tätigkeit Freude macht.
- Abkehr von der Akzeptanz von Hierarchien.
- Streben nach Work-Life-Balance.
- Trend zur „sanften Karriere“.
- Aktiver Umgang mit Wahlmöglichkeiten und geringere Verweildauern.
- Bewusstsein der Notwendigkeit von (lebenslangem) Lernen.
- Kommunikation und Kooperation sowohl face to face als auch virtuell.
- Wunsch nach Aufmerksamkeit und Fürsorge.
- Flexicurity als Leitbild.



Veränderung der Lebensentwürfe

Der Trend zur Individualisierung

Menschen können und müssen in Zukunft ihren Lebensweg selbst suchen und zunehmend gestalten

Individuelle
Lebensentwürfe

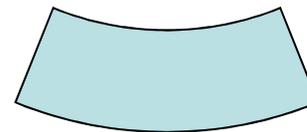
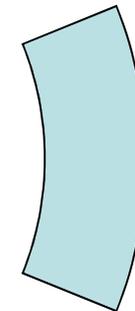
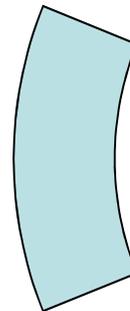
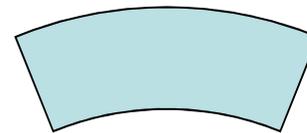
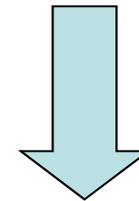
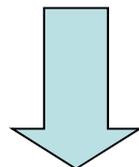
Vielfalt

**Realität für
Generation Y/Z**

Wenn Entscheidung aufgrund der vielen Optionen unterbleibt
=> „Sackgasse“

Entscheidungsfindung
(„Wahl-Qual“)

Wahlmöglichkeiten

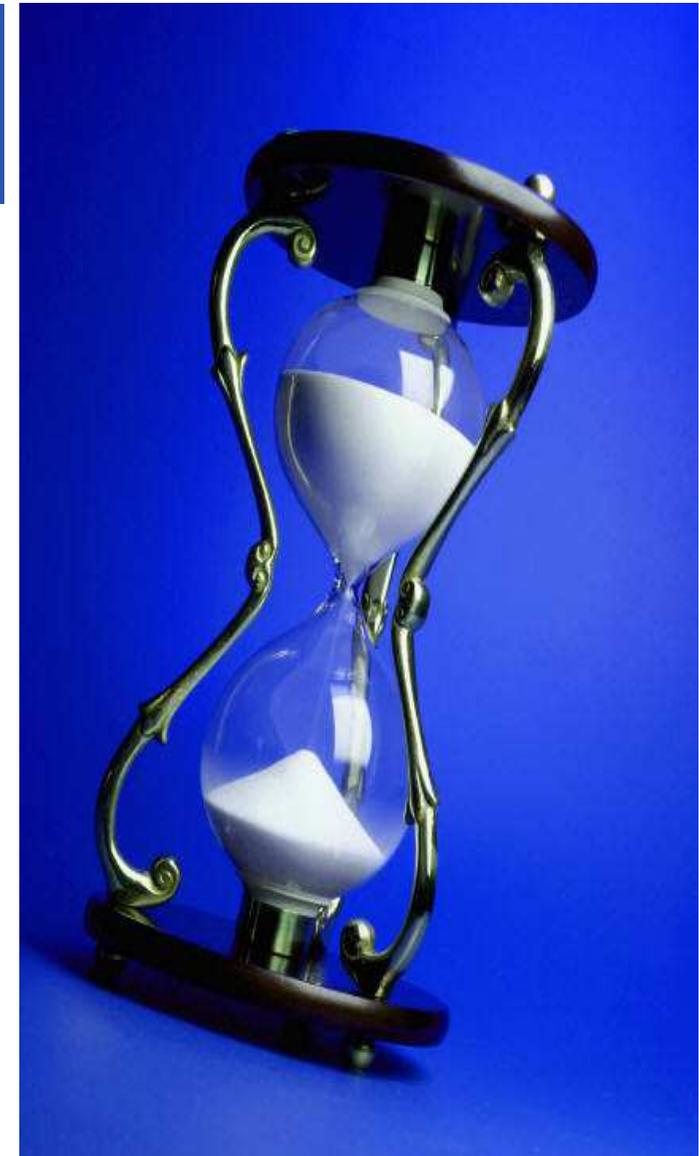


Balance zwischen Beruf und Privatleben

Wunsch nach Individualisierung
und mitarbeiterorientierter
Flexibilität

Fließende Grenzen zwischen
Beruf und Privatleben /
Entgrenzung von Beruf und
Privatleben

Balance und Entschleunigung



Sicherheit

**Zunahme der Bedeutung von
SICHERHEIT und GEWISSHEIT
– in einer zunehmend
unsicheren und schnellebigen
Umwelt.**



Entlohnung

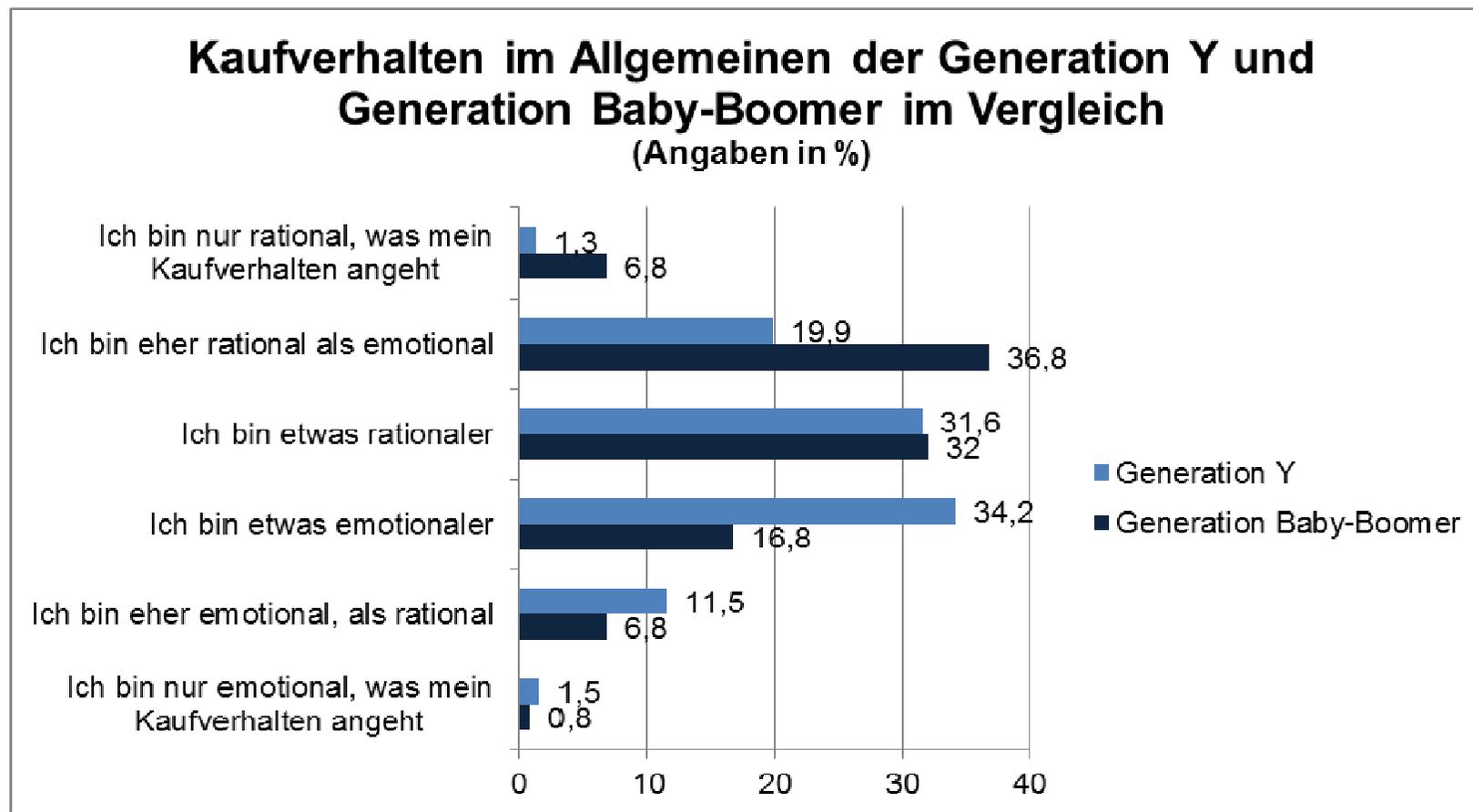
- Geld** spielt weiterhin eine Rolle –
- **weniger als Absicherung**, sondern vielmehr als Möglichkeit in einer multioptionalen Gesellschaft sich **Dinge leisten zu können**,
 - um den **Lebensstandard der Eltern** halten zu können.





Generations und ihr Kunden-Verhalten

Kaufverhalten der Generationen



Eigene Darstellung in Anlehnung an Parment, A. 2013: S.49 ff.

Kundenverhalten der Generation Y / Z

- Verbreitung von **emotionalen, ICH-orientierten Kaufpräferenzen.**
- Zunehmende **kulturelle und gesellschaftliche Akzeptanz**, Geld auszugeben.
- Ausgeprägtes **Markenbewusstsein.**

(Parment, A. 2013: S.48)

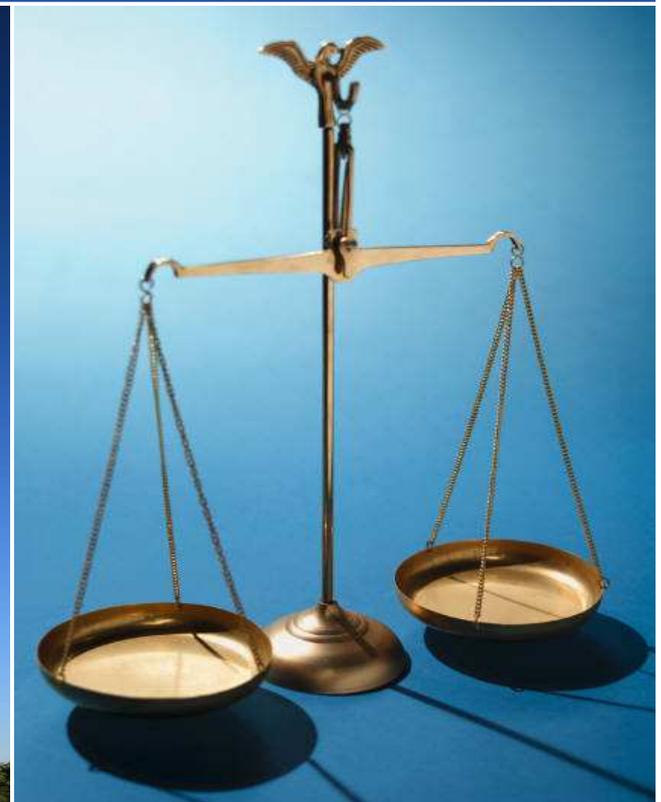


Präferenzen der Generation Y / Z

- **Nachhaltigkeit** => Zunahme des ökologischen und sozialen Bewusstseins bei Kaufentscheidungen.
- Bedeutung von **Mobilität**.
- **Streben nach Preistransparenz bei gleichzeitiger Tendenz zur Preisunelastizität**, wenn Individualisierung, Emotionalität sowie Nachhaltigkeit bedient werden.

(Vgl. Parment, A. 2012: 52 ff.)





Was noch gesagt werden muss ...

Wichtige Faktoren und Bedingungen aus Sicht der Generation Y und Z

- Streben nach einer gewissen **Stabilität und Kontinuität** in einer sich schnell wandelnden Welt.
- Halten des **Lebensstandards**, den die Eltern vorgelebt haben.
- **Sich etwas leisten können**, an den schönen Dingen des Lebens teilhaben zu können.
- **Haushalten mit den eigenen persönlichen Ressourcen** (z.B. Gesundheit, Motivation, Leistungsfähigkeit etc.) (was in engen Zusammenhang mit dem Streben nach Balance steht).
- **Wahlfreiheit** in allen Lebensbereichen.

Rationales und vernünftiges Verhalten



Veränderungen im Generationenverlauf

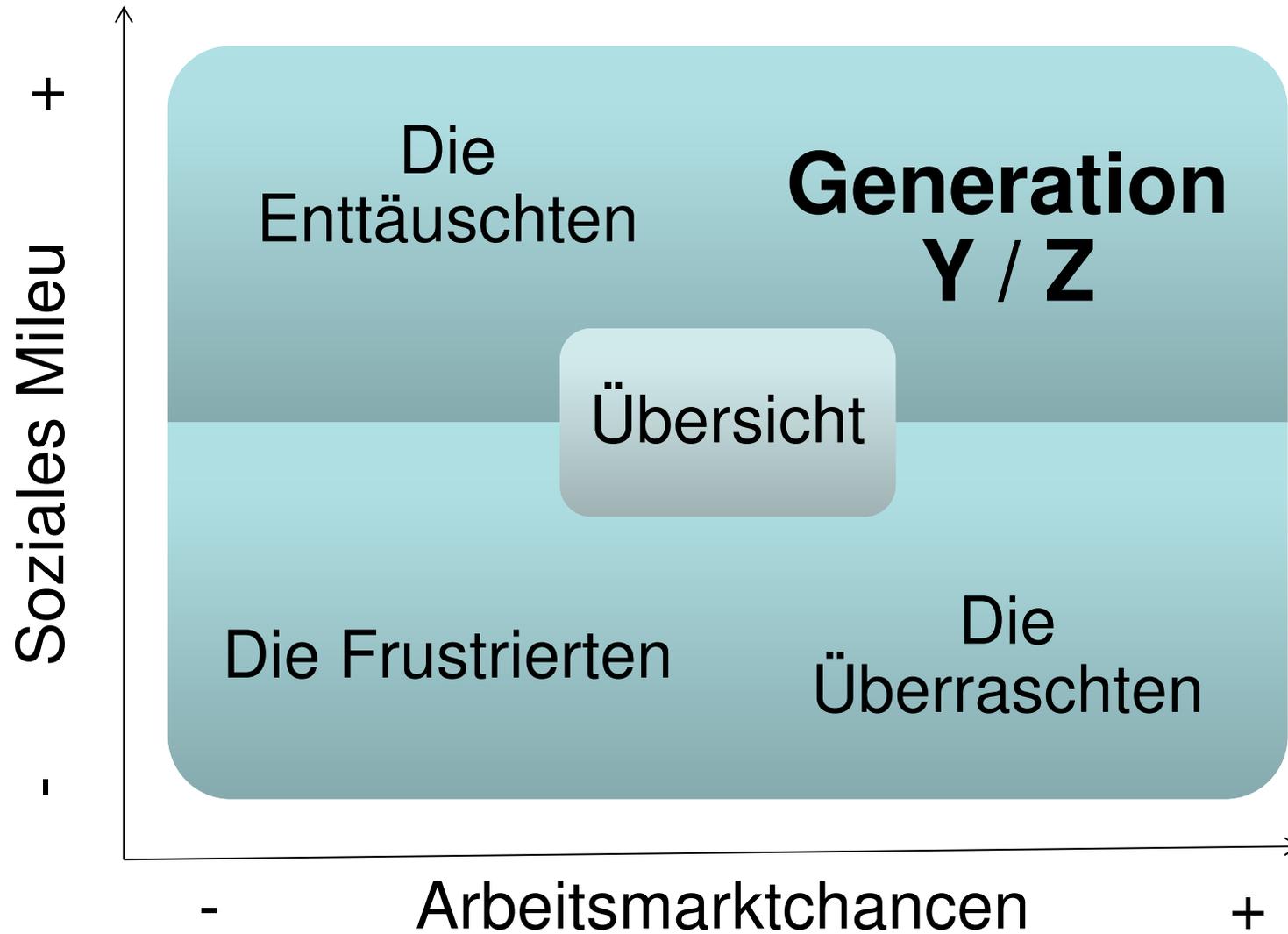
- Veränderung der Definition von Loyalität
- Veränderung des Kommunikationsverhaltens
- Realisierung von Wahlmöglichkeiten
- Reduktion von Verweildauern (aufgrund der Wahlmöglichkeiten)
- Trend zur Individualisierung
- Verbreitung der Ich-Orientierung (was nicht mit Egoismus gleichzusetzen ist)
- Vorhandensein von Durchhaltevermögen, wenn es Freude macht, Perspektive gegeben ist und es sinnvoll erscheint

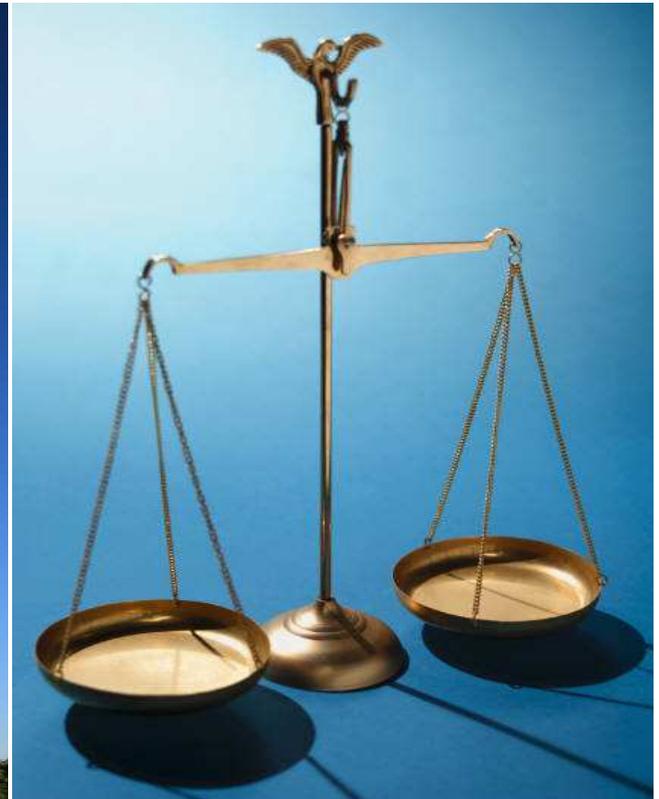


Zudem ...

**Nicht alle ab Anfang der Neunziger
Geborenen entsprechen dem
skizzierten Bild.**







**Vielen Dank
für die Aufmerksamkeit !**