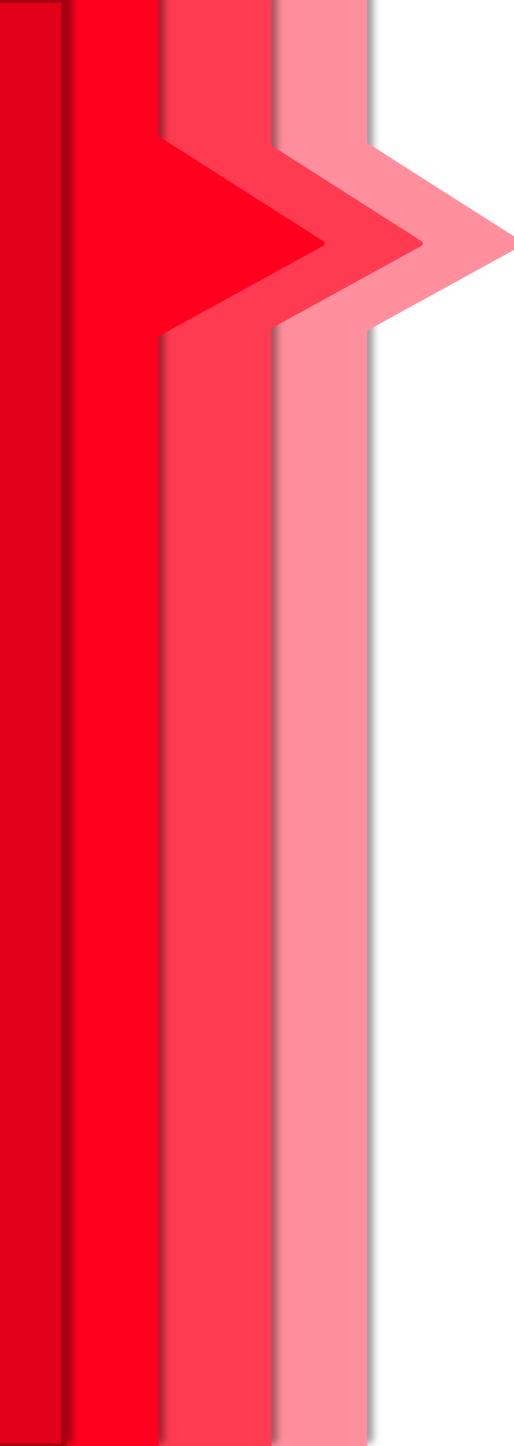


Wie tickt Generation Z – Geht'Z noch?





GLIEDERUNG

A

B

C

D

Überblick über
die
Generationen

Generation Z
und
wesentliche
Merkmale

Rekrutierung
der GenZ

Ausblick auf
Generation
A

A

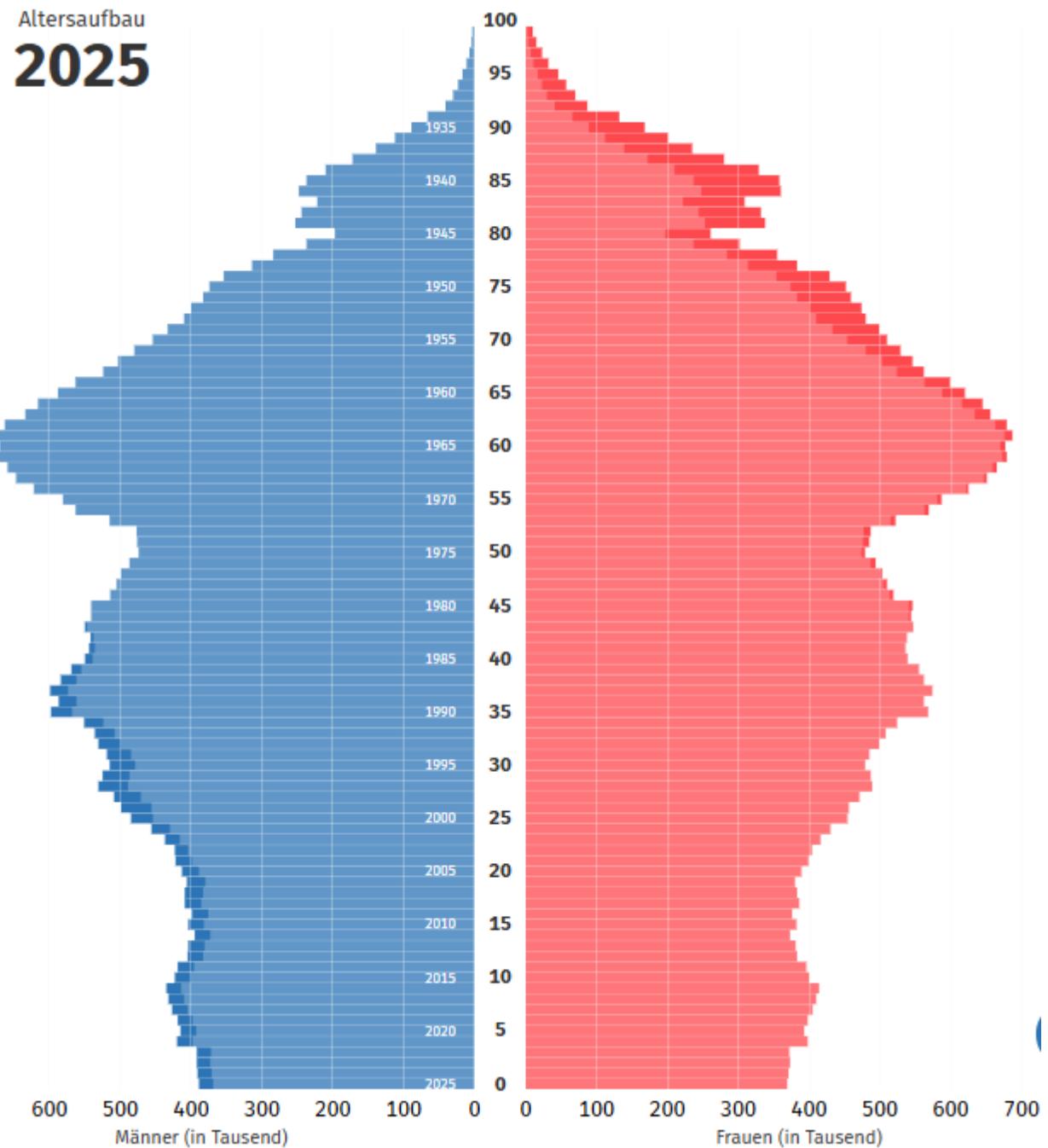
Überblick über
die
Generationen

„Die Jugend von heute liebt den Luxus, hat schlechte Manieren und verachtet die Autorität. Sie widersprechen ihren Eltern, legen die Beine übereinander und tyrannisieren ihre Lehrer.“
Sokrates, 470 – 399 v. Chr.



A

Überblick über die Generationen



Überblick über die Generationen

Babyboomer
(ca.1956 bis 1965)

Generation X
(ca. 1966 bis 1980)

Generation Y
(ca. 1981 bis 1995)

Generation Z
(ca. 1996 bis 2009)

Generation Alpha
(ca. 2010 bis heute)

Generationsbegriff nach Karl Mannheim; Das Problem der Generationen (Kölner Vierteljahresheft für Soziologie 7 (1928))

Generationzusammensetzung

Entsteht durch eine Verbundenheit aufgrund ähnlicher Werte und gemeinsamer Erfahrungen



Generationserlebnisse

Prägende Erlebnisse die Einflussfaktoren auf Kindheit/ Jugend und das ganze Leben sind

Generationslagerung

Die Generation lebt zwangsläufig zusammen zum gleichen Zeitpunkt

Babyboomer
(ca.1956 bis 1965)



Robert Friedrich Geiss (* 29. Januar 1964 in Köln)
-deutscher Unternehmer und Fernsehdarsteller

Arbeitseinstellung



Beruf

Merkmale



-Kreativität
-Gesundheit
-Idealismus

Eigenschaften



-Werte, Traditionen und Hierarchie
-Arbeit hat den höchsten Stellenwert
-Karriereorientiert schnell aufsteigen in Führungspositionen
-Teamorientiert

Kommunikation



Telefon

**Generation
X**
(ca. 1966 bis
1980)



Ryan Reynolds (*23. Oktober 1976)
-Schauspieler und Filmproduzent

Arbeitseinstellung		Privat (trotz Beruf)
Merkmale		<ul style="list-style-type: none">-Sinnsuche-Individualismus-Unabhängigkeit
Eigenschaften		<ul style="list-style-type: none">-Selbstständig-Pragmatisch-streben nach hoher Lebensqualität-Zeit ist mehr wert als Geld
Kommunikation		E-Mail, Telefon

**Generation
Y**
(ca. 1981
bis 1995)



Elyas M'Barek (*29. Mai 1982 in München)
-Schauspieler und Synchronsprecher

Arbeitseinstellung		Vereinbarkeit von Beruf- und Privateben
Merkmale		<ul style="list-style-type: none">-Optimismus-Teamwork/ Vernetzung
Eigenschaften		<ul style="list-style-type: none">-mit neuen Technologien aufgewachsen-“Leben im Hier und Jetzt“-rund um die Uhr erreichbar
Kommunikation		Web 2.0

Generation Z (ca. 1996 bis 2009)



Olivia Rodrigo
(* 20. Februar 2003 in Murrieta, Kalifornien)
-Schauspielerin und Musikerin

Arbeitseinstellung



Privat (Arbeit muss sich dem Privatleben anpassen)

Merkmale



Schätzen Freundschaften, ehrgeizig, realistisch und gut vernetzt

Eigenschaften



- relaxed
- multimedia-affin
- umweltbewusst
- kollegiale Arbeitsatmosphäre (aber auch Einzelkämpfer)

Kommunikation



Soziale Medien (Instagram, Snap-chat, Be Real, tiktok, usw. besonders Video-Content)

Generation Alpha

(ca. 2010
bis heute)

Arbeitseinstellung



Privat (Arbeit muss sich dem
Privatleben anpassen)

Merkmale



Schätzen Freundschaften, ehrgeizig,
realistisch und gut vernetzt

Eigenschaften



- relaxed
- multimedia-affin
- umweltbewusst
- kollegiale Arbeitsatmosphäre (aber
auch Einzelkämpfer)

Kommunikation



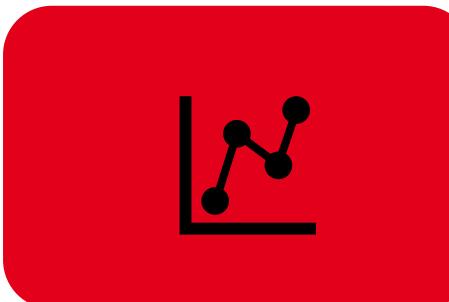
Soziale Medien (Instagram, Snap-chat,
Be Real, tiktok, usw. besonders Video-
Content)

Generation Z und wesentliche Merkmale

B



„Die Generation Z zeichnet sich durch ihre Affinität, ein starkes Bewusstsein für soziale Gerechtigkeit und Umweltfragen sowie dem Wunsch nach Flexibilität und persönlicher Erfüllung im Arbeitsleben aus.“
-Chat GBT



Generation Z
und
wesentliche
Merkmale

B

Lernpräferenzen Gen Z



Praxisorientiertes und praxisbasiertes Lernen

Interaktive und multimediale Lernmethoden

Regelmäßiges Feedback und klare Lernziele

Nutzung von Videos, Apps und digitalen Plattformen

Soziales Lernen und Gruppenarbeiten (soziale, kollaborative Lernmethoden)

B

Lernpräferenzen Generation Alpha

Generation Z
und
wesentliche
Merkmale



**Individuelles
und
persönliches
Lernen**

**Verwendung
von AR und
VR**

**Schnelles
interaktives
Feedback**

**Gamifiziertes
Lernen**

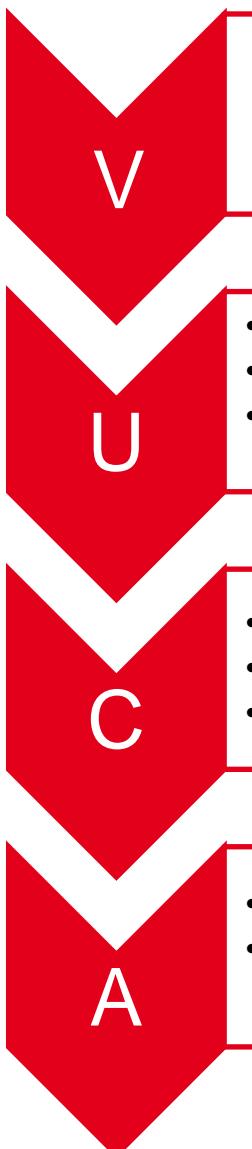
**Kurze
modulare
Lerninhalte**



Aufgewachsen in der VCUA- Welt

Generation Z
und
wesentliche
Merkmale

B

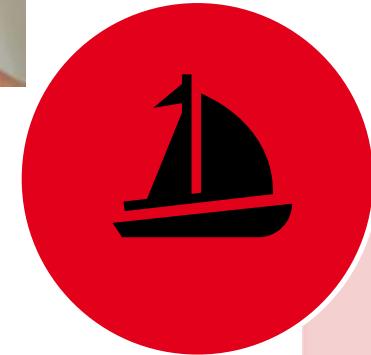


- **Volatilität**
 - Geschwindigkeit, Umfang und Dynamiken von Veränderungen werden größer
- **Unsicherheit**
 - Themen und Ereignisse sind schwer vorherzusagen und vorherzusehen
 - (Neues kann aus dem nichts entstehen/ kausale Zusammenhänge sind nicht immer klar zu erkennen)
- **Komplexität**
 - Anzahl der Handlungsmöglichkeiten steigt
 - Somit nehmen aber auch Widersprüche und Dilemmata zu
- **Mehrdeutigkeit**
 - Welt wirkt „unscharf“ Rahmenbedingungen und Voraussetzungen sind schwer greifbar und doppeldeutig

B

Generation Z
und
wesentliche
Merkmale

Gen Z zwischen Allmacht und Ohnmacht



Multioptionalität/ hohes Entwicklungsvers prechen

- vielfältige Lernkonzepte
- Vorbilder und Stars sind im Internet auf Augenhöhe zu treffen
- Smartphone ist ständiger Begleiter

Orientierungs- losigkeit und Überforderung

- Angst vor irreversiblen Entscheidungen
- ungewisse Zukunft VUCA-Welt
- fehlende Orientierung und Ankerpunkte

Generation Z und wesentliche Merkmale

B

Gen Z auf der Suche nach Balance

Wunsch nach
Geborgenheit VS
wachsende
Anforderungen
überregionaler und
globaler
Arbeitsmärkte

100-fache Optionen
und ernüchternde
Erfahrungen in der
Arbeitswelt



Soziale Medien bieten
globale Vernetzung zeigen
dabei täglich Niederlagen
(Vergleich mit dem Schönen
und Flitern)



Klima gerät aus den Fugen-
schnelle Änderungen sind
erforderlich dem entgegen stehen
starre Strukturen

Generation Z und wesentliche Merkmale

B

Lebensgefühl der Gen Z

Der Wunsch, sich selbst zu entfalten und Verantwortung zu tragen – und doch das Gefühl an all der Last dessen zu zerbrechen



Zwischen dem Drang, über sich hinauszuwachsen, und dem erdrückenden Gewicht, allem gerecht werden zu müssen

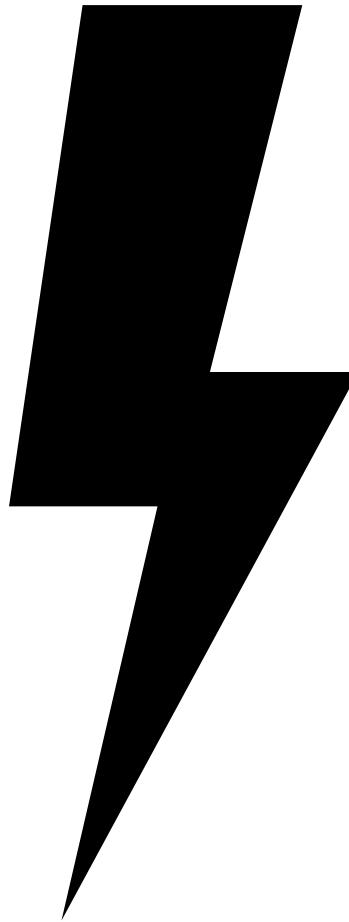


Generation Z und wesentliche Merkmale

B

Zusammengefasst über Gen Z

Hochsensible junge Generation, die blitzschnell alles aufnimmt und erfasst. Sie ist enorm Multitaskingfähig und Multimedial.



Gen Z ist nicht mehr so konzentriert, lässt sich schnell ablenken und besitzt ein geringes Durchhaltevermögen



Unternehmen müssen sich heute schon darauf einstellen

C

Rekrutierung der GenZ

Rekrutierung der GenZ

Um GenZ erfolgreich zu rekrutieren, sollte man authentisch kommunizieren, flexible Arbeitsmodelle bieten, sinnstiftende Aufgaben betonen und auf digitalen Kanälen präsent sein (besonders über Sozial Media)



C

betrieblichen Online-Sichtbarkeit mit Social Media

Rekrutierung
der GenZ



Rekrutierung
der GenZ

C

Beispielhafte KI-Tools

ChatGPT Anbieter:
OpenAI(USA)

Copilot Anbieter:
Microsoft (USA)

Le Chat Anbieter: Mistral
(FR)

C

Rekrutierung
der GenZ

In 6 Schritten zur Social Media Strategie

Zielgruppe und Ziele
definieren



Zielgruppengerechte
Plattform auswählen



SocialMedia Team
gründen



Formate und Inhalte
(Content) entwickeln



Eigenes Design / Stil
entwickeln



Interaktion anregen

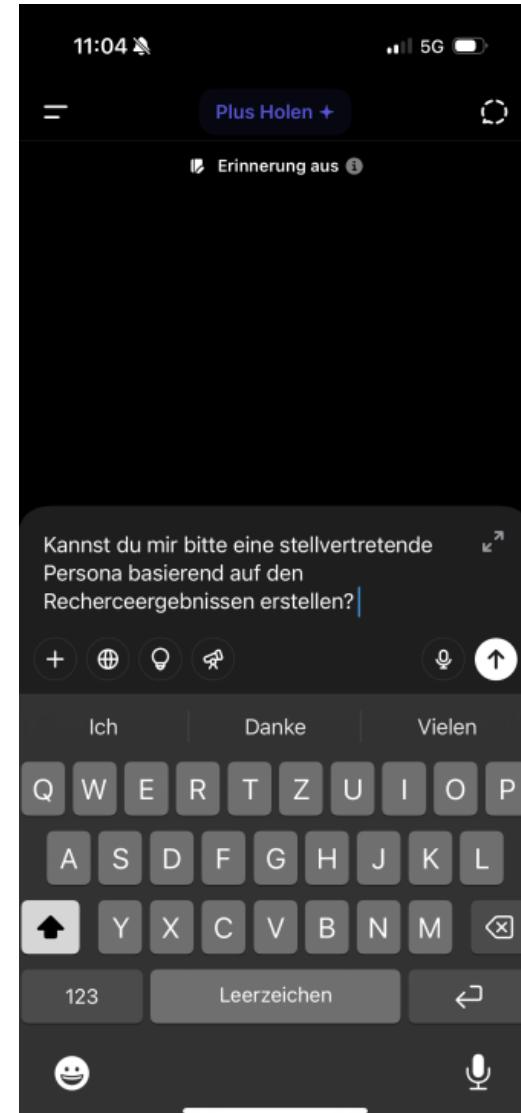
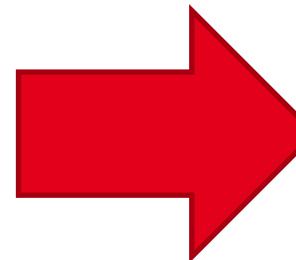
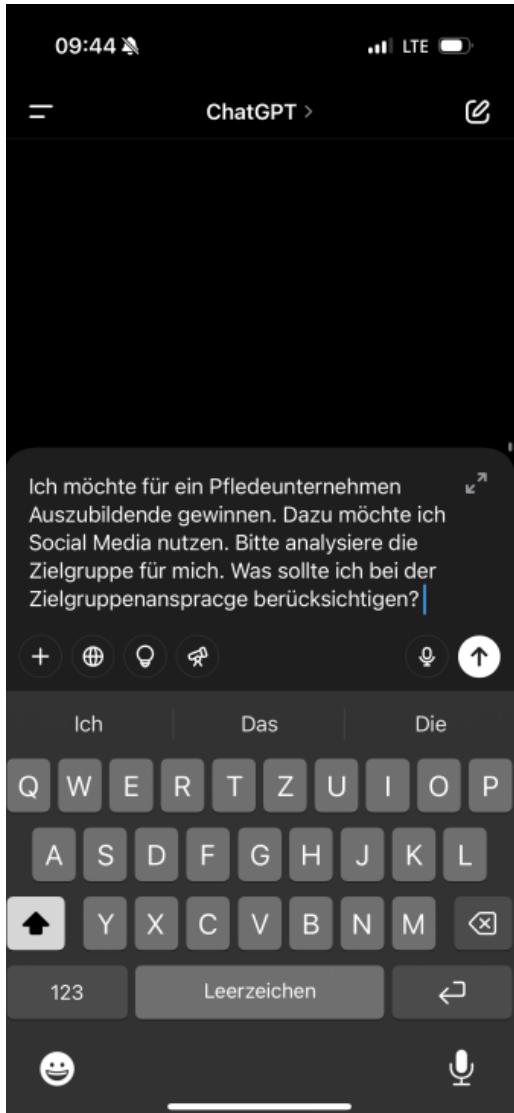


Rekrutierung
der GenZ

C

Zielgruppe und Ziele definieren

- Recherchieren mit KI



Zielgruppengerechte Plattform auswählen

C

Rekrutierung
der GenZ

	Schüler:innen & Auszubildende	Eltern von zukünftigen Auszubildenden	Zukünftige Fachkräfte
Facebook		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Instagram	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
TikTok	<input checked="" type="checkbox"/>		
LinkedIn		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

C

Rekrutierung
der GenZ



Social-Media Team gründen



- **Interdisziplinär aufstellen:** HR, Marketing & junge Mitarbeitende integrieren
- **Zielgruppenverständnis** sicherstellen: Gen Z kennt Gen Z – junge Kolleg*innen einbinden
- **Rollen klären:** Content-Erstellung, Community-Management, Analyse
- **Kreative Freiräume ermöglichen:** Eigenverantwortung fördert Authentizität
- **Regelmäßiger Austausch & Weiterbildung:** Trends im Blick behalten



C

Rekrutierung
der GenZ

Formate und Inhalte (Content) entwickeln

Erstellung eines Social Media Plans

Content Strategie

- Unterhaltung (Reels, Meme, Trends)
- Informationen
- Verkauf
- > Storytelling oft besser als Werbung

Erfolge messen

- Tracke Reichweite, Engagement
- Lernen aus Daten -> angepasste Strategie

Interaktion mit Community

- schnelle Reaktion
- Fragen, Umfragen und Wettbewerbe
- Marke muss authentisch sein

Regelmäßig posten & Timing

- nutze Redaktionspläne
- Posts zu Zeit vom Zielgruppe online ist
- Qualität vor Quantität

Werbeanzeigen gezielt nutzen

- auch kleine Budgets können effektiv sein

C

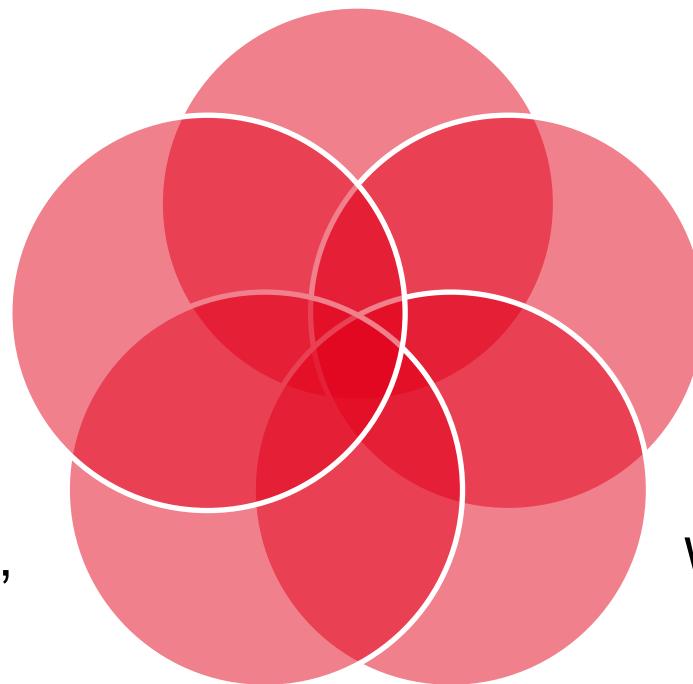
Rekrutierung
der GenZ

Eigenes Design / Stil entwickeln

Corporate Design
anpassen: Frisch,
jung, visuell
ansprechend

Feedback
einholen: Gen Z
direkt
mitgestalten
lassen

Trends nutzen,
aber nicht
kopieren:
Authentizität >
Trendjagd



Plattformgerecht
denken: Stil für
TikTok ≠ Stil für
LinkedIn

Storytelling &
Wiedererkennun
g: Farben,
Schriften,
Bildsprache
einheitlich
nutzen

Interaktion anregen

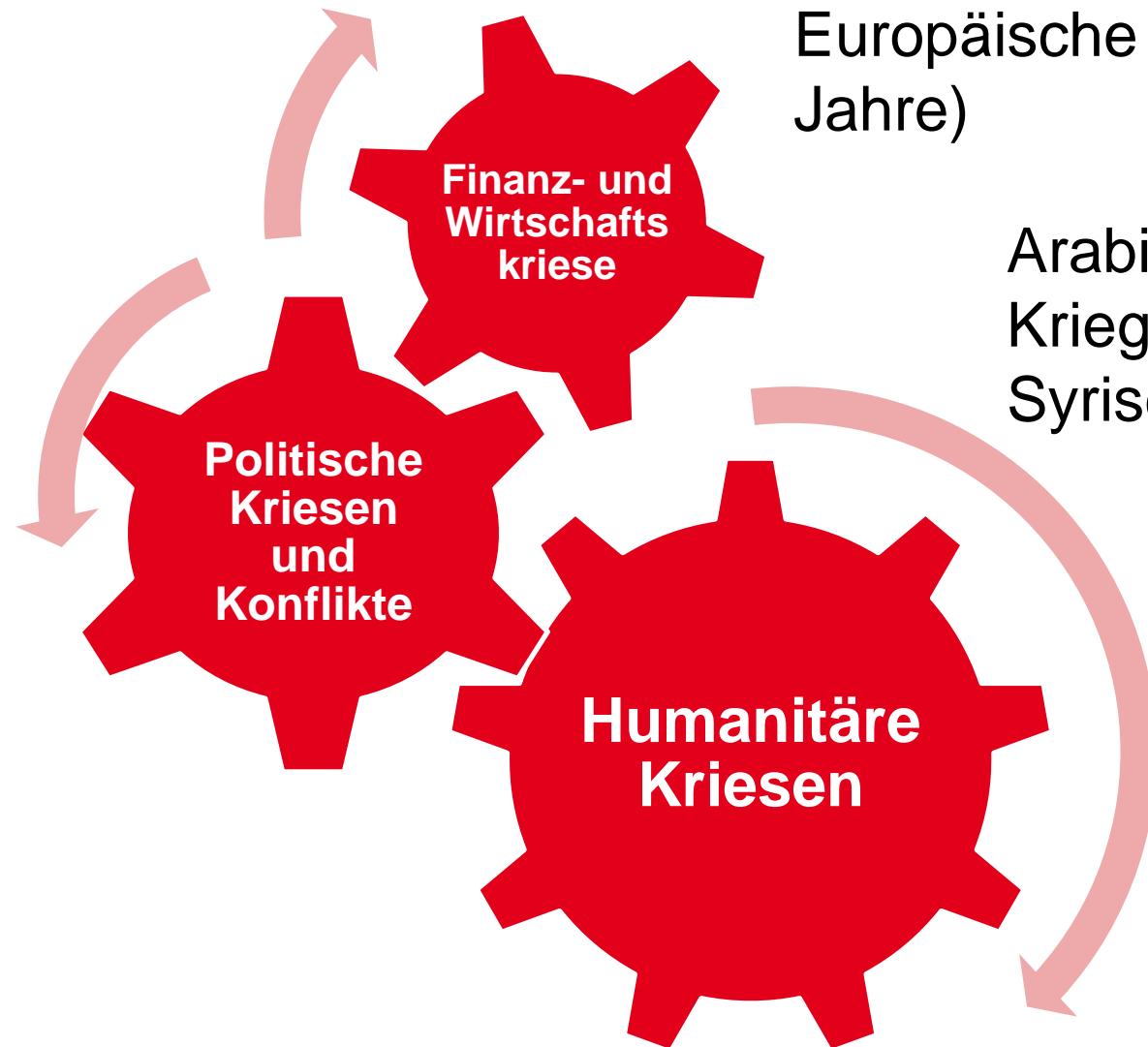
- Kommentare aktiv beantworten: Nähe und Dialog schaffen
- Mitmach-Formate: Umfragen, Challenges, „Frag uns was“-Formate
- User Generated Content einbinden: Beiträge von Bewerber*innen oder Azubis teilen
- Echte Geschichten zeigen: Persönliche Einblicke aus dem Arbeitsalltag
- Call-to-Action (CTA) klar platzieren: „Bewirb dich jetzt“, „Folge uns für mehr“

D

Ausblick auf
Generation
Alpha



Einflussfaktoren Generation Alpha



Europäische Staatsschuldenkrisen (2010er Jahre)

Arabische Flüchtlinge (2010-2012)
Krieg in der Ukraine (Konflikt ab 2014)
Syrischer Bürgerkrieg (seit 2011)

Corona-Pandemie

Flüchtlingskrisen (2015/2016)
Jemen-Krise (seit 2015)

Krieg in Europa

Ansprüche an Schulen

Anpassung der Lehrpläne an
Bedürfnisse der Schüler

Lehrerfortbildung im Umgang mit
neuen Technologien

Sicherstellung von Datenschutz
und Sicherheit im digitalen Raum

Integration moderner
Technologien im Unterricht



Neue Lernmethoden

Blended Learning
übergeordneter
Begriff für die
Kombination aus
digitalen und
analogen
Lernformen

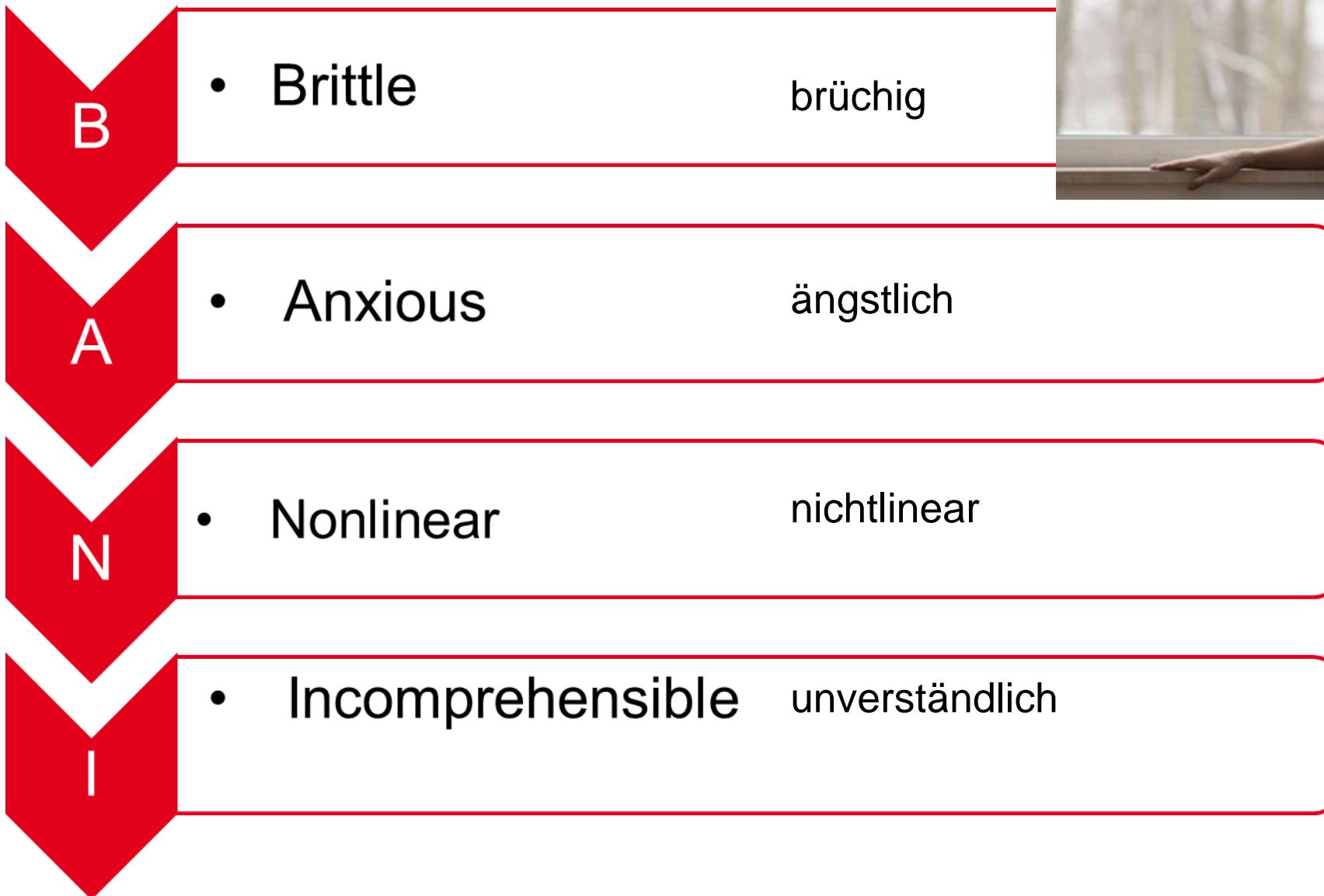
Educational Technology Tools
(digitale Werkzeuge)
Lernplattformen, die interaktiv
und individuell Wissen
vermitteln



Flipped Classrooms
„umgedrehter
Unterricht“
Zu Hause
Wissenserwerb durch
(Lehrvideos, Texte)
Im Unterricht
Anwendung/Vertiefung
(Diskussion,
Gruppenarbeit)

Marker Spaces
Kreative Werkstätten
(Materialien z.B. 3D-Drucker,
Robotik-Kits) zum
experimentieren. Fokus liegt
auf praktischem Lernen und
Problemlösekompetenz

BANI – Welt





Vielen Dank