

Wie tickt Generation Z – Geht´Z noch?





GLIEDERUNG

A

Überblick über
die
Generationen

B

Generation Z
und
wesentliche
Merkmale

C

Rekrutierung
der GenZ

D

Ausblick auf
Generation
A

A

Überblick über
die
Generationen

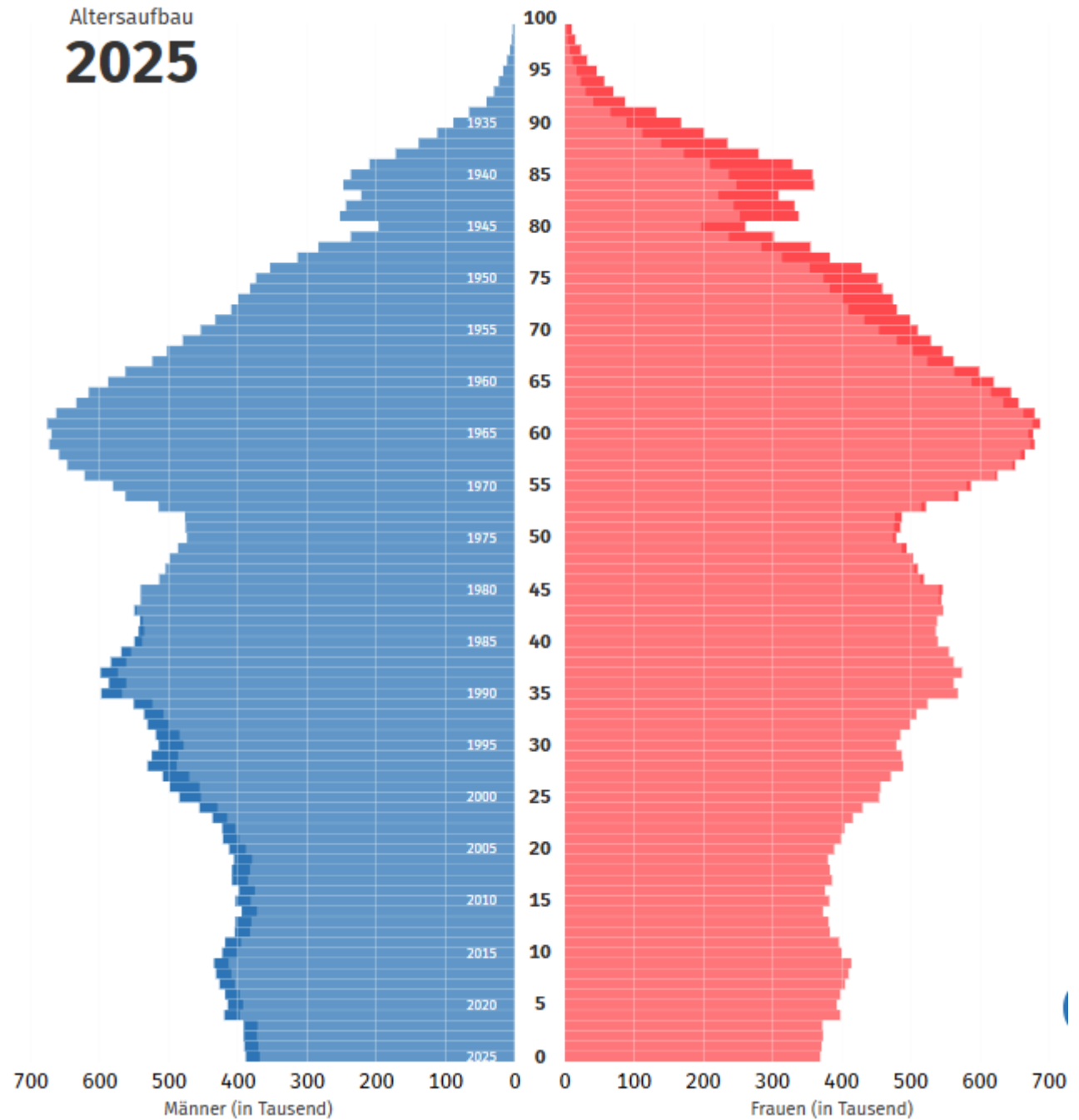
„Die Jugend von heute liebt den Luxus, hat schlechte Manieren und verachtet die Autorität. Sie widersprechen ihren Eltern, legen die Beine übereinander und tyrannisieren ihre Lehrer. “

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))

Generationenzusammensetzung

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





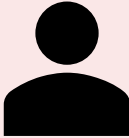

Babyboomer

(ca. 1956 bis 1965)



Robert Friedrich Geiss (* 29. Januar 1964 in Köln)

-deutscher Unternehmer und
Fernsehdarsteller

Arbeitseinstellung		Beruf
Merkmale		<ul style="list-style-type: none">-Kreativität-Gesundheit-Idealismus
Eigenschaften		<ul style="list-style-type: none">-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 Privatleben
Merkmale		-Optimismus -Teamwork/ Vernetzung
Eigenschaften		-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)

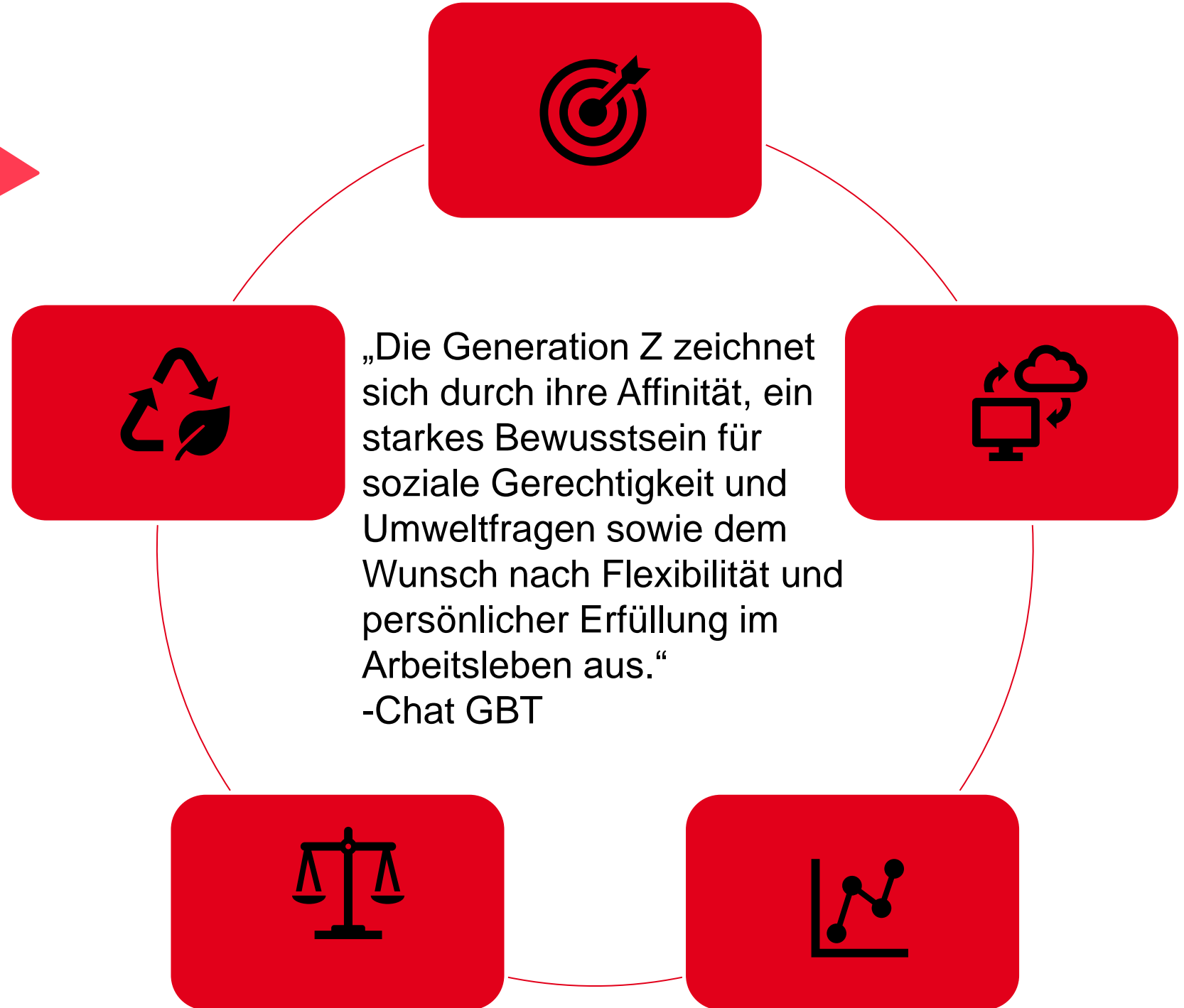
Generation Alpha

(ca. 2010
bis heute)

Arbeitseinstellung		Privat (Arbeit muss sich dem Privatleben anpassen)
Merkmale		Schätzen Freundschaften, ehrgeizig, realistisch und gut vernetzt
Eigenschaften		<ul style="list-style-type: none">-relaxed-multimedia-affin-umweltbewusst-kollegiale Arbeitsatmosphäre (aber auch Einzelkämpfer)
Kommunikation		Soziale Medien (Instagram, Snap-chat, Be Real, tiktok, usw. besonders Video-Content)

B

Generation Z und wesentliche Merkmale



B

Lernpräferenzen Gen Z

Generation Z
und
wesentliche
Merkmale



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



Schnelles
interaktives
Feedback



Gamifiziertes
Lernen

Kurze
modulare
Lerninhalte



Verwendung
von AR und
VR



B

Generation Z
und
wesentliche
Merkmale

Aufgewachsen in der VCUA- Welt

V

- **Volatilität**
- Geschwindigkeit, Umfang und Dynamiken von Veränderungen werden größer

U

- **Unsicherheit**
- Themen und Ereignisse sind schwer vorherzusagen und vorherzusehen
- (Neues kann aus dem nichts entstehen/ kausale Zusammenhänge sind nicht immer klar zu erkennen)

C

- **Komplexität**
- Anzahl der Handlungsmöglichkeiten steigt
- Somit nehmen aber auch Widersprüche und Dilemmata zu

A

- **Mehrdeutigkeit**
- Welt wirkt „unscharf“ Rahmenbedingungen und Voraussetzungen sind schwer greifbar und doppeldeutig

B

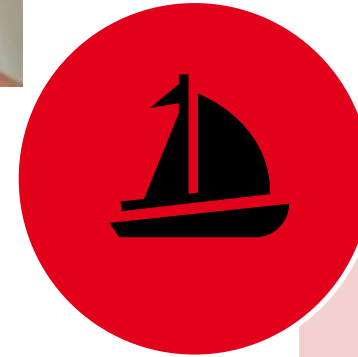
Generation Z
und
wesentliche
Merkmale

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

B

Generation Z
und
wesentliche
Merkmale

Gen Z auf der Suche nach Balance

100-fache Optionen
und ernüchternde
Erfahrungen in der
Arbeitswelt

Wunsch nach
Geborgenheit VS
wachsende
Anforderungen
überregionaler und
globaler
Arbeitsmärkte



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

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

B

Generation Z
und
wesentliche
Merkmale

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

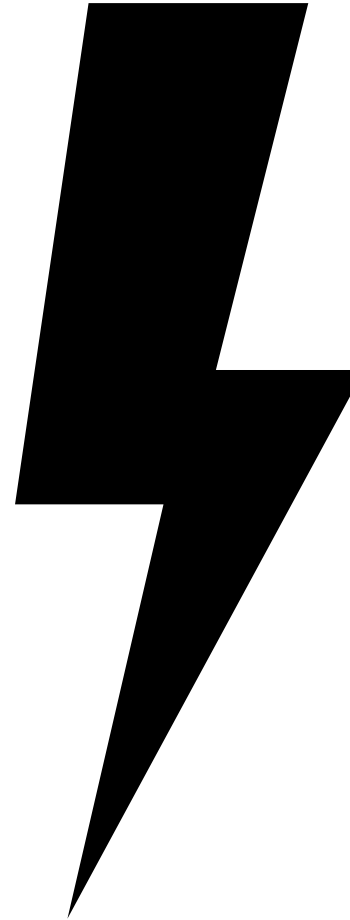


B

Generation Z
und
wesentliche
Merkmale

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

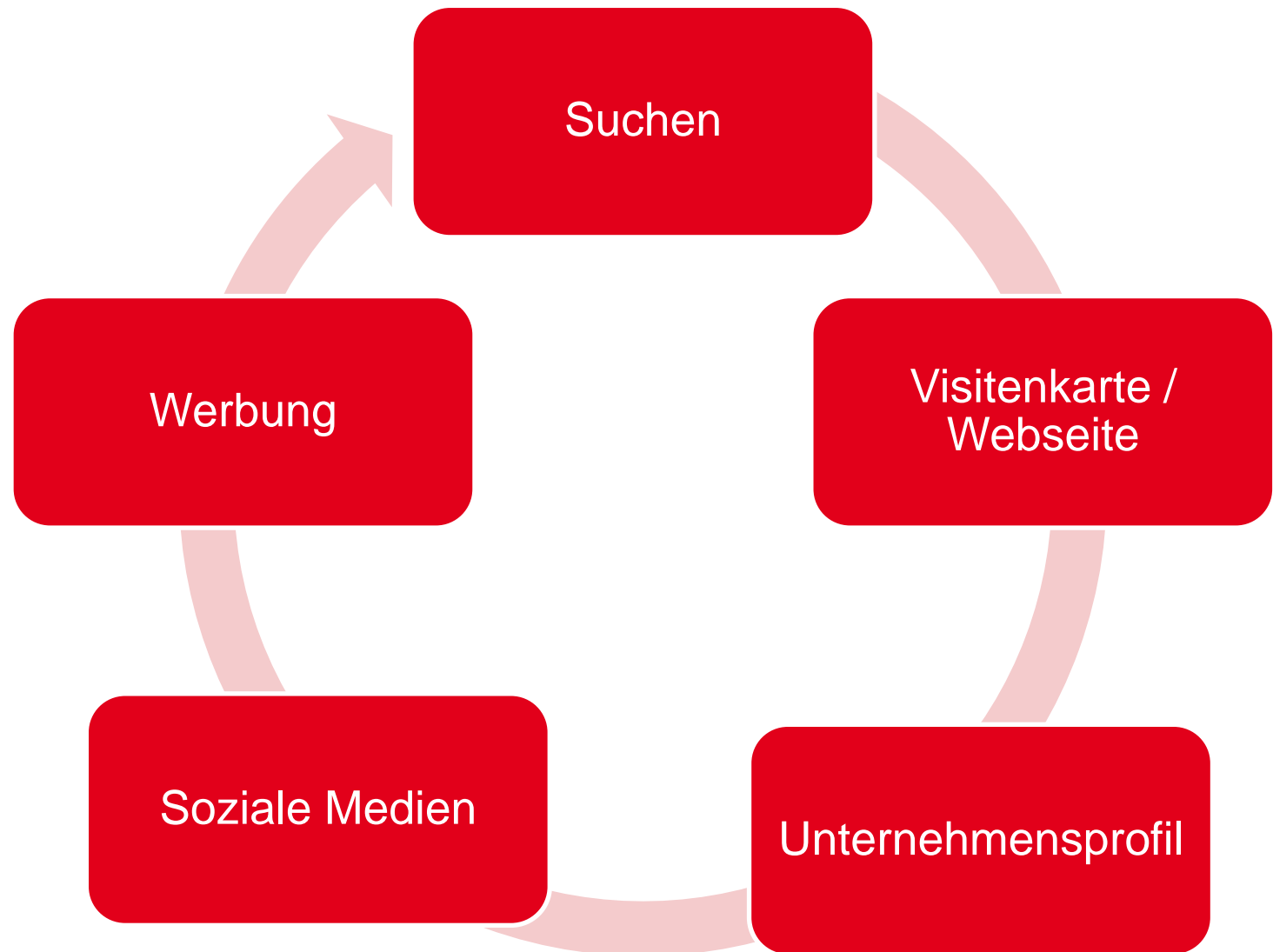
Um GenZ erfolgreich zu rekrutieren, sollte man authentisch kommunizieren, flexible Arbeitsmodelle bieten, sinnstiftende Aufgaben betonen und auf digitalen Kanälen präsent sein (besonders über Sozial Media)



C

Rekrutierung
der GenZ

betrieblichen Online-Sichtbarkeit mit Social Media



C

Rekrutierung
der GenZ

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



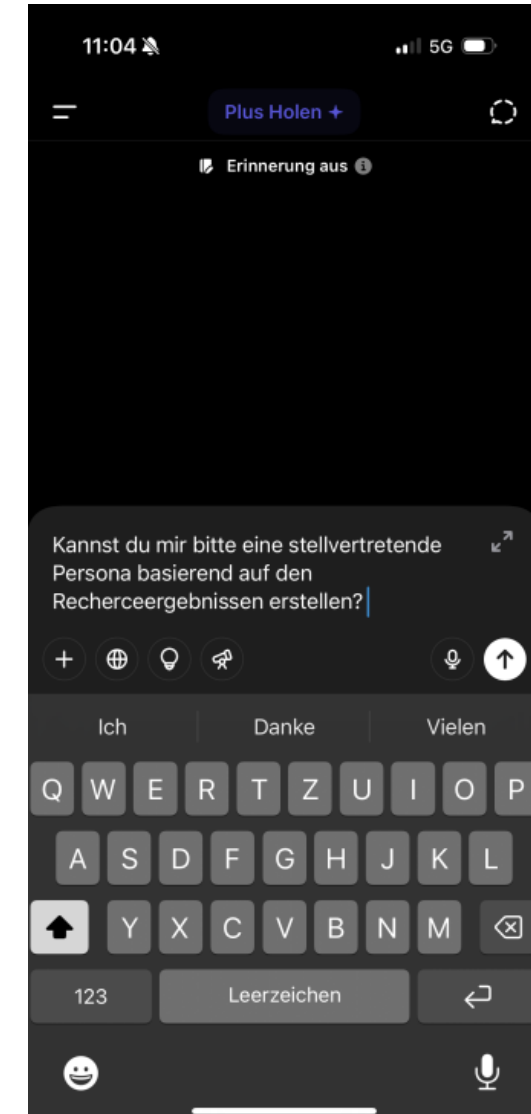
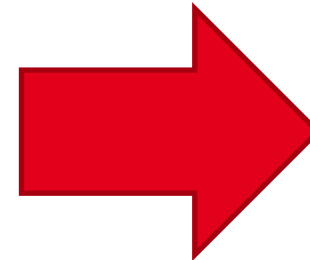
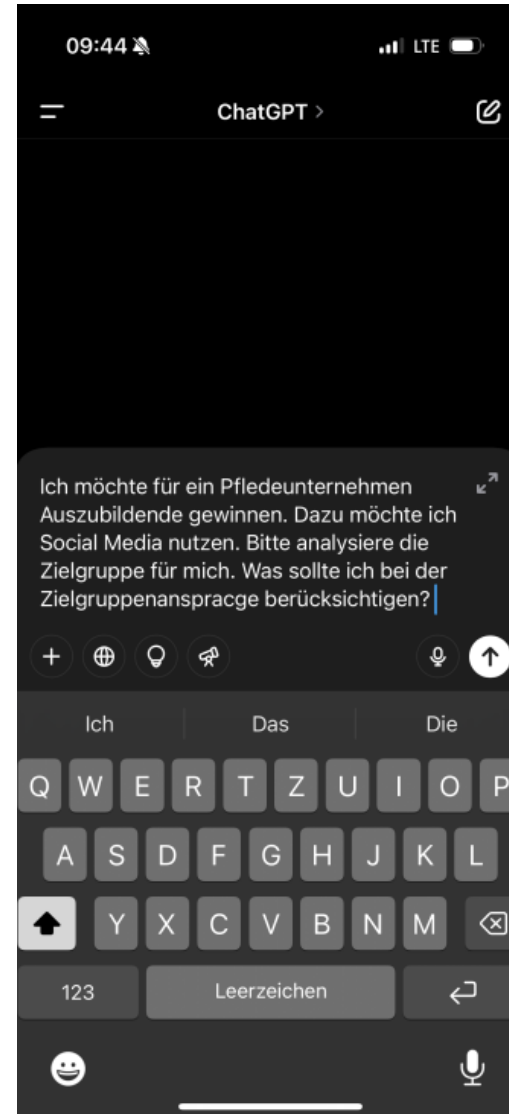
Interaktion anregen



C

Rekrutierung
der GenZ


Zielgruppe und Ziele definieren - Recherchieren mit KI



C

Rekrutierung
der GenZ

Zielgruppengerechte Plattform auswählen

	Schüler:innen & Auszubildende	Eltern von zukünftigen Auszubildenden	Zukünftige Fachkräfte
 Facebook			
 Instagram			
 TikTok			
 LinkedIn			

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

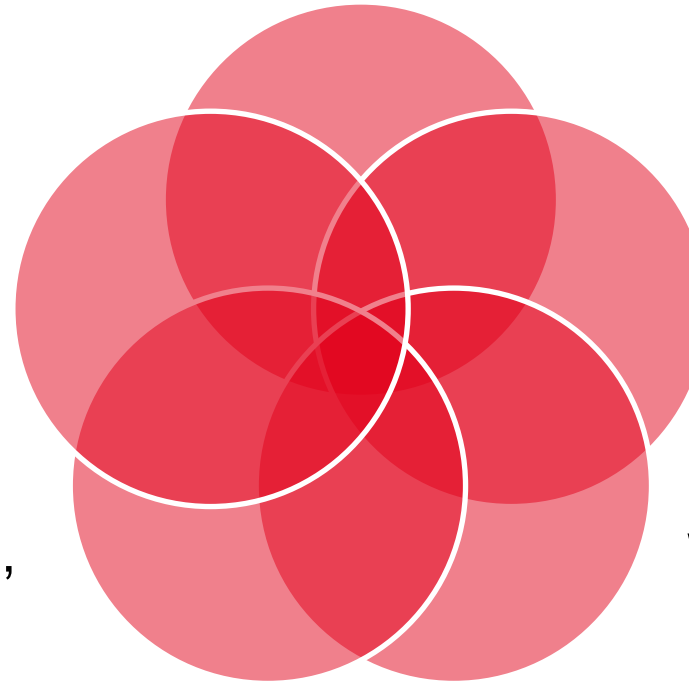
Rekrutierung
der GenZ

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 &
Wiedererkennung:
Farben,
Schriften,
Bildsprache
einheitlich
nutzen

C

Rekrutierung
der GenZ

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



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)

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

BANI – Welt

B

- Brittle brüchig

A

- Anxious ängstlich

N

- Nonlinear nichtlinear

I

- Incomprehensible unverständlich



A grayscale photograph showing four hands, two from the left and two from the right, holding four interlocking puzzle pieces in a circular arrangement. The hands are positioned as if about to place the pieces together. The background is a light, neutral color.

Vielen Dank