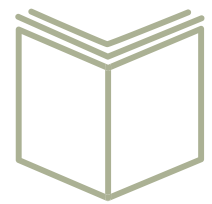


# MILLENIALS, GEN Z & CO.

Wie ticken die Arbeitnehmer von heute & morgen?

# MAG. SANDRA TORRES-SCHABAUER



PUBLIZISTIK, THEATER-, FILM & MEDIENWISSENSCHAFT

Studienabschlüsse mit Fokus auf Medien & Kommunikation



FACHREDAKTEURIN

Expertise im Bereich von Handels-Fachmedien



CONCEPT - CONTENT - COMMUNICATION

Branding-Expert, Content Creator & freie Redakteurin



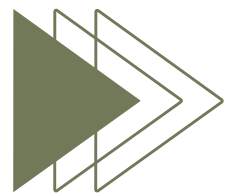


Der Fachkräftemangel führt dazu, dass nicht länger die Arbeitgeber die Arbeitnehmer aussuchen, sondern umgekehrt.

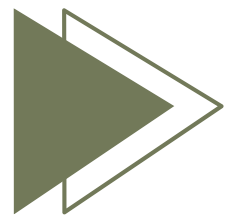
— R. Maas



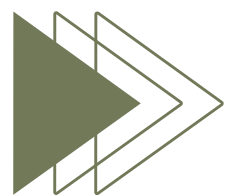
# AGENDA: GENERATIONEN-CRASH AM ARBEITSMARKT



Welche Generationen sind aktuell am Arbeitsmarkt vertreten?



Generation Z - was prägt sie, was zeichnet sie aus und welche Werte vertritt sie?



Generation Z vs. Millennials - wie unterscheiden sich ihre Anforderungen an die Arbeitswelt und Arbeitgeber?

# GENERATIONEN- FORSCHUNG

- KARL MANNHEIM, 1920

erste Theorien, danach erst wieder lange nach 2. WK zur Erforschung der Nachkriegsgeneration aufgegriffen

- MACHT SPEZIFISCHE MERKMALE SICHTBAR

Generationen sind von wirtschaftlichen, kulturellen, sozialen & ökologischen Umständen & Veränderungen geprägt.

- WERTEWANDEL VOLLZIEHT SICH SCHNELLER

Die Gesellschaft und ihr Wertesystem verändert sich immer schneller, daher umfasst eine Generation aktuell ungefähr 15 Jahre.

- INSTITUT FÜR GENERATIONENFORSCHUNG

Rüdiger Maas, Generation-Thinking-Studie - erste repräsentative Umfrage von 2.000 Jugendlichen in Deutschland im Jahr 2019.

”

Die Jugend liebt heutzutage den Luxus. Sie hat schlechte Manieren, verachtet die Autorität, hat keinen Respekt vor älteren Leuten und schwatzt, wo sie arbeiten sollte.



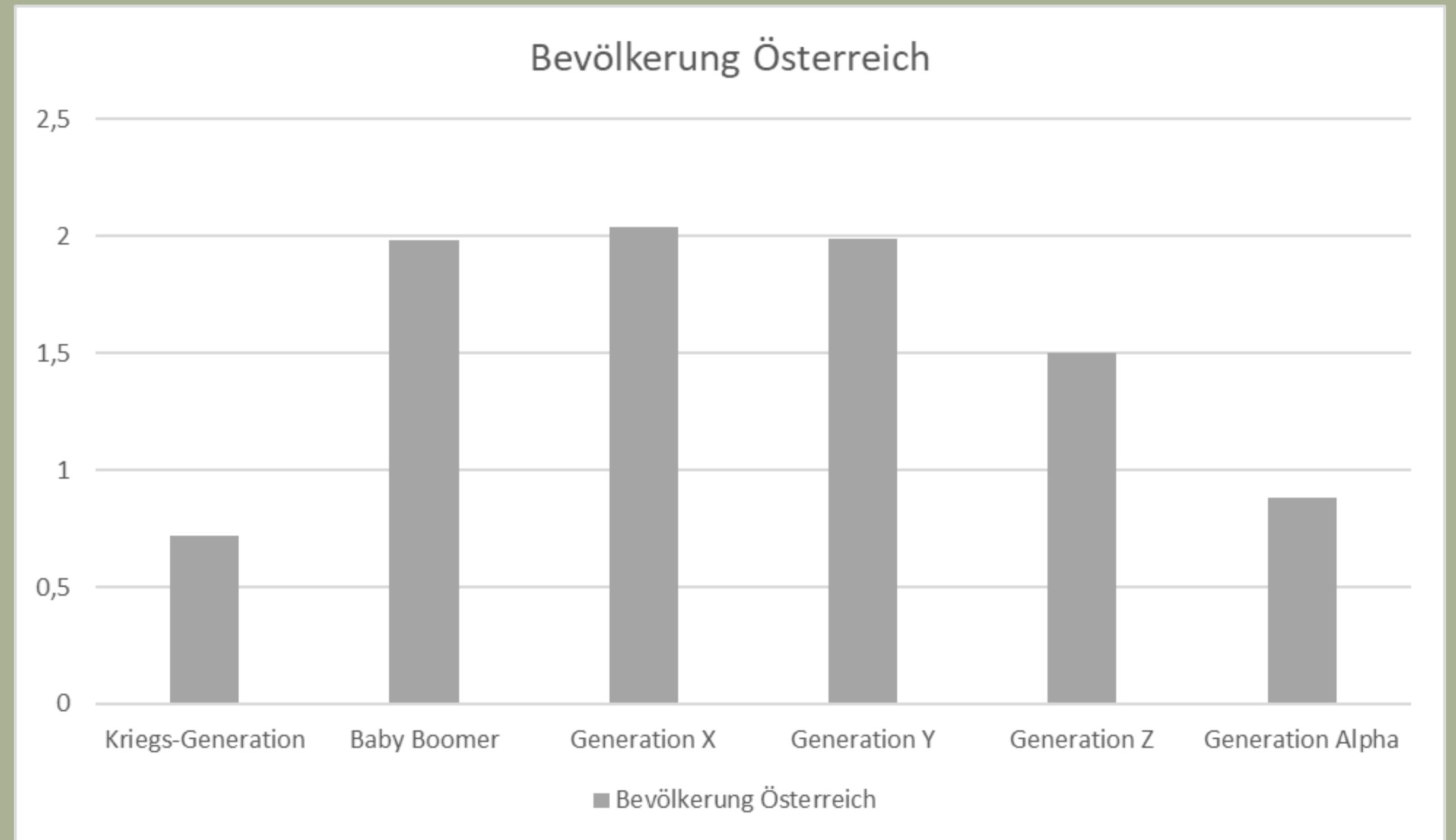


# GENERATIONEN IN ÖSTERREICH



# BEVÖLKERUNG NACH GENERATIONEN

Jahresanfang 2023, in Millionen



Quelle: Statista 2024



# GENERATIONEN AM ARBEITSMARKT



BABYBOOMER

1950-1964

GENERATION X

1965-1980



GENERATION Y / MILLENNIALS

1981-1994

GENERATION Z

1995-2010



# PRÄGUNGEN DER GENERATIONEN



BABYBOOMER

Wirtschaftswunder, 68er Revolution, Frauenbewegung, hohe Geburtenrate = hohe Konkurrenz am Arbeitsmarkt



GENERATION X

Wohlstand, Computer, Fernsehzeitalter, kalter Krieg, Babypille, oftmals selber Beruf wie Eltern, Noten & Auftreten wichtig



GENERATION Y / MILLENNIALS

Wohlstand, Digital Natives: E-Mail, Handy, Freiheit, weltweiter Terror & Krisen, Generation Why, Work-Life-Blending



# GENERATION Z

Gen Z, Generation Zombie, Digital Natives 2.0

## GEPRÄGT DURCH:

Wohlstand, Fachkräftemangel, Dauerkrisen, Klimawandel & Erderwärmung, Technologie (Smartphone, Social Media > Social Media Natives)

## AUSBILDUNG & KARRIERE

Verfügen über höchsten Ausbildungsstand aller bisherigen Generationen (über 50% der GenZ studiert).

Späterer Einstieg ins Berufsleben - längere finanzielle Abhängigkeit von Eltern. Sind teilweise noch in Ausbildung.

Stellen aktuell 22% der heimischen Erwerbstätigen dar.

(Quelle: ePunkt, Statistik Austria)







# WERTEWANDEL

FLEISS & GEHORSAM

DAS LEBEN GENIESSEN

- AKTUELLE WELT & ZUKUNFT SIND HOCHKOMPLEX
- KÜNSTLICHE & ARTIFIZIELLE INTELLIGENZ  
AUF DEM VORMARSCH



- WIRD DER GEWÄHLTE BERUF IN EIN PAAR  
JAHREN ÜBERHAUPT NOCH EXISTIEREN?

GENERATION  
UNGEWISSHEIT



”

Weder für die Generation Z noch für die Eltern  
dieser Generation ist Abnabelung ein Thema!

-R. Maas

GENERATION  
VERHARREN &  
ENTSCHEIDUNGSARM

- UNZÄHLIGE MÖGLICHKEITEN ERSCHWEREN ENTSCHEIDUNGEN
- ELTERN ALS COACHES, VERBÜNDETE & WICHTIGSTE ANSPRECHPARTNER



- NEO-KONVENTIONALISMUS
- ORIENTIERUNG AM WERTESYSTEM & LEBENSSTIL DER ELTERN

- ERSTE GENERATION, DIE IN DIGITALER UMWELT AUFGEWACHSEN IST
- OFFEN GEGENÜBER TECHNOLOGIE & FORTSCHRITT



- VERBINDLICHKEIT IST FÜR SIE KEIN ZIEL, SONDERN EINE HERAUSFORDERUNG
- STARKE VISUELLE PRÄGUNG - HERVORRAGENDE FÄHIGKEITEN BEIM FILTERN VON INFORMATIONEN

GENERATION  
DIGITAL NATIVES 2.0



# GRUNDBEDÜRFNISSE DES MENSCHEN

nach Maslow



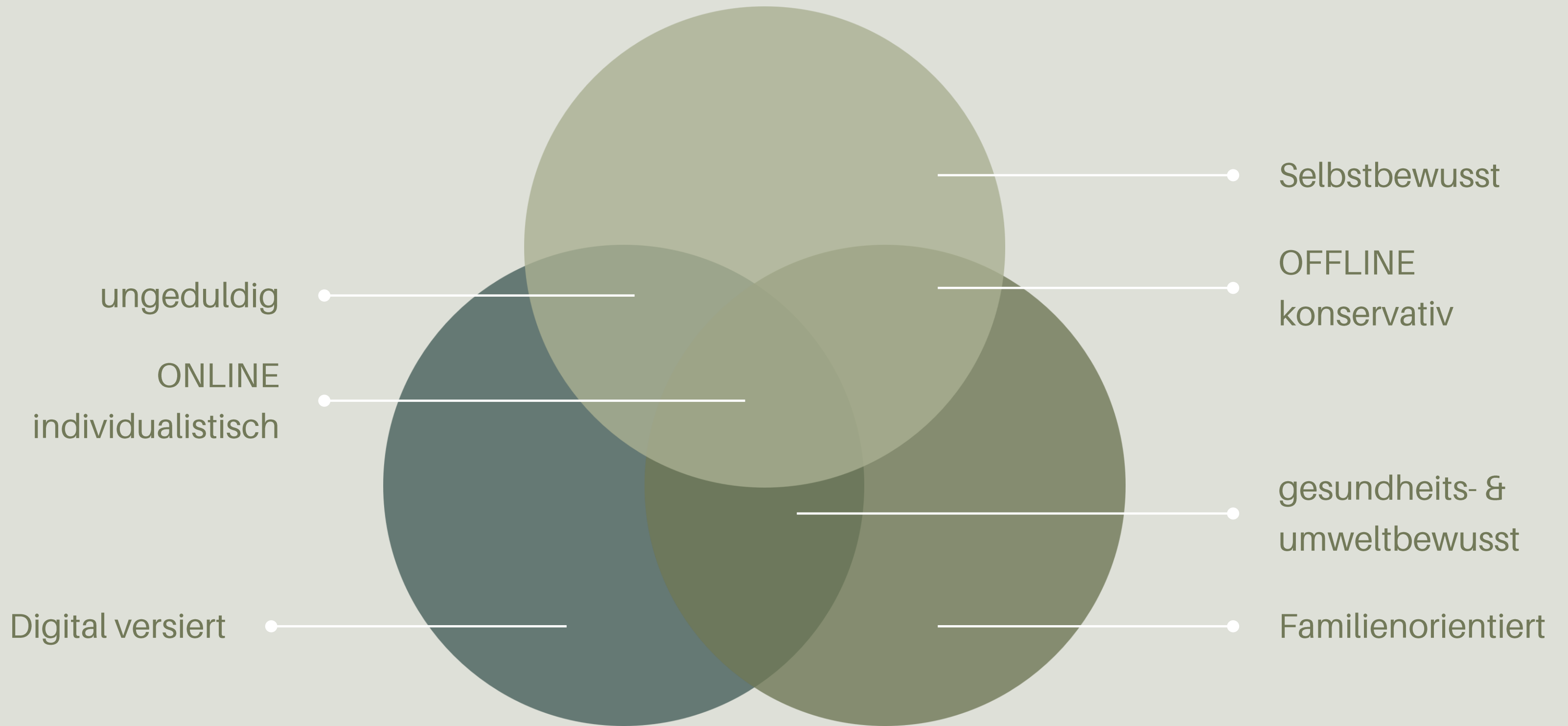
## Digital Needs - Pyramid of Maslow 2.0

*How newer generations  
perceive their needs*



DIGITALE  
BEDÜRFNISPYRAMIDE

# CHARAKTER GEN Z











# GEN Z - ANFORDERUNGEN AN DEN JOB

# WAS BERUFSEINSTEIGER WOLLEN

- POSITIVES ARBEITSKLIMA

Da viel Zeit im Office verbracht wird, wird auch großer Wert auf eine positive Unternehmenskultur, nette Kollegen & ein gutes Arbeitsklima gelegt.

- FLEXIBILITÄT IN DER ARBEITSGESTALTUNG

Arbeit und Sozialleben müssen miteinander vereinbar, aber strikt voneinander getrennt sein.

- MENTORING & SELBSTVERWIRKLICHUNG

Die Gen Z möchte die Möglichkeit haben, von erfahrenen Kollegen zu lernen und sich gleichzeitig auch selbst verwirklichen zu können.

- FINANZIELLE STABILITÄT

Auch wenn es nicht die oberste Priorität ist, werden faire Vergütung und Aufstiegsmöglichkeiten geschätzt und erwartet.



# MILLENIALS VS GEN Z



Karriere & Einkommen sehr wichtig!  
Arbeiten, um sich selbst zu verwirklichen,  
kombinieren Arbeit & Freizeit = Work-Life-Blending



Job muss mit Sozialleben vereinbar sein!  
Angenehmes Arbeitsklima, feste Strukturen &  
Abgrenzung = Work-Life-Separation

Möglichkeit, die eigenen Fähigkeiten zu entfalten

”

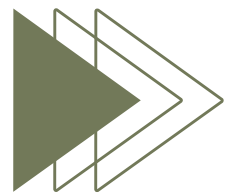
In Generationen denken ist erlernbar und heute eine der wichtigsten Fähigkeiten, die in der Arbeit mit Menschen gefordert werden.

SPRECHEN SIE NICHT X AN, WENN SIE Z WOLLEN.

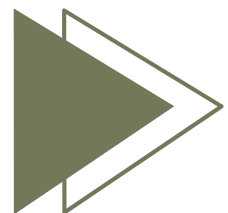
-R. Maas



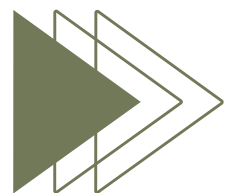
# AUSBLICK: GENERATIONEN-CRASH AM ARBEITSMARKT



Wie ist das Mediennutzungsverhalten der Gen Z?



Auf welchen Kanälen informieren sie sich über Jobs und wo erreicht man sie am besten?



Wie positioniere ich mein Unternehmen als attraktiven Arbeitgeber für die Gen Z und was gilt es bei der Kommunikation & dem Recruiting-Prozess zu beachten?

# QUELLEN & WEITERFÜHRENDE LINKS

Maas, R. (2019): Generation Z für Personaler und Führungskräfte.  
Ergebnisse der Generation-Thinking-Studie

[PwC Europe Consumer Insights Series \(2020\): So tickt die  
Generation Z.](#)

[ePunkt, Schwarz, N. \(2023\): Generation Z: Gestalter der Zukunft -  
Ihre Einflussnahme und Potenziale.](#)

[Statista, \(2024\): Bevölkerung von Österreich nach Generationen.](#)