WIE GEHE ICH 2021 MIT DER NEXT GEN UM?

DIE 6 WICHTIGSTEN HANDLUNGSFELDER DER UNTERNEHMEN

01
KOMMUNIKATION

02
MOTIVATION

03
ARBEITSWEISEN

04
HIERARCHIEN

05
MARKETING

06
RECRUITING

07
ZUSAMMENFASSUNG

VORWORT

Zu Hause
Zu Hause
Zu Hause

1 - KOMMUNIKATION

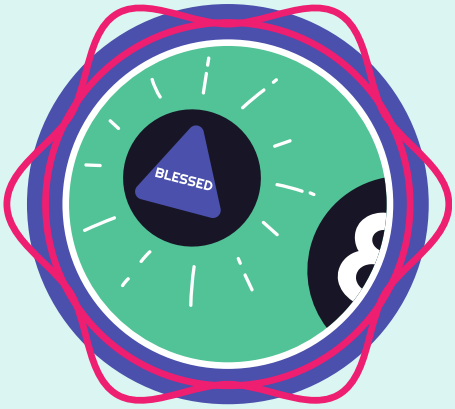
In unseren Gesprächen hören wir oft, dass es zunehmend schwerer wird mit der neuen Generation zu sprechen. Nicht, weil sich die Sprache an und für sich verändert hat. Die Art der Kommunikation ist eine völlig andere.

Die Generation Z ist es gewohnt schneller zu kommunizieren. Prägnanter und visueller. Wenn Sie es nicht schaffen Ihren Anspruch in 5 Wörtern oder weniger, gepaart mit einer Grafik, einem Emoji oder einem Gif auszudrücken, werden Sie diese Generation nur schwer erreichen.

Bei all den möglichen Kanälen, die es mittlerweile gibt, gilt vor allem: Texten ist wichtiger als Sprechen. Zumindest was das Telefonieren angeht. Sprachnachrichten sind Willkommen.

Der Generation Z ist dabei, und das mag überraschen, vor allem die persönliche Ebene wichtig. Sie müssen sich immer direkt angesprochen fühlen. Authentizität und Relevanz zu ihren Bedürfnissen sind dieser Generation so wichtig, wie bei keiner zuvor.

„5 Wörter oder weniger. Dazu ein Emoji. Sonst wird das nichts.“



87% Spaß
79% Leidenschaft
75% Geld
64% Gutes tun
64% Anerkennung

MOTIVATION

Ergebnisse der Studie "Junge Deutsche 2017" Repräsentativbefragung in der Altersgruppe der Generation Z im Alter von 14 - 17 Jahren.

2 - MOTIVATION

Wenn man Menschen aus der Generation X oder Baby Boomer fragt welche Eigenschaften sie mit der Generation Z verbinden erhält man oft die Antwort: Faul.

Dieses Vorurteil ist auf den ersten Blick nachzuvollziehen. Scheint es doch so, dass bisherige Strukturen und Mittel zur Motivation nicht mehr greifen. Die junge Generation lässt sich in der Tat nicht mehr mit Karriere oder materiellen Dingen, wie Autos oder einem Eckbüro motivieren. Es ist viel mehr als das. Sie wünschen sich vor allem eins: Spaß.

Doch das ist nicht alles. Die nächste Generation will wissen, wofür sie arbeitet. Warum stehe ich morgens auf? Was bringt mir das Ganze? Profitiere ich selbst auch davon in meiner eigenen Entwicklung?

Man sagt der Gen Z nach, dass sie bis zu 17 Karrieren in ihrem Leben verfolgen wird. Da ist es nicht verwunderlich, das ein einzelnes Unternehmensziel (mehr Umsatz) nicht ausreicht. Was ist Ihre größere Strategie? Wie können Sie dem Mitarbeiter persönlichen Wachstum garantieren?

„Meine Azubis scheinen alle faul zu sein und nicht zu motivieren.“

23,3 %

der Azubis gibt an zu "Leben um zu arbeiten". Mehr als jede Generation vor ihr.

45,2 %

glauben in ihrem Leben den Traumjob zu finden.

3 - DIE ARBEITSWEISE

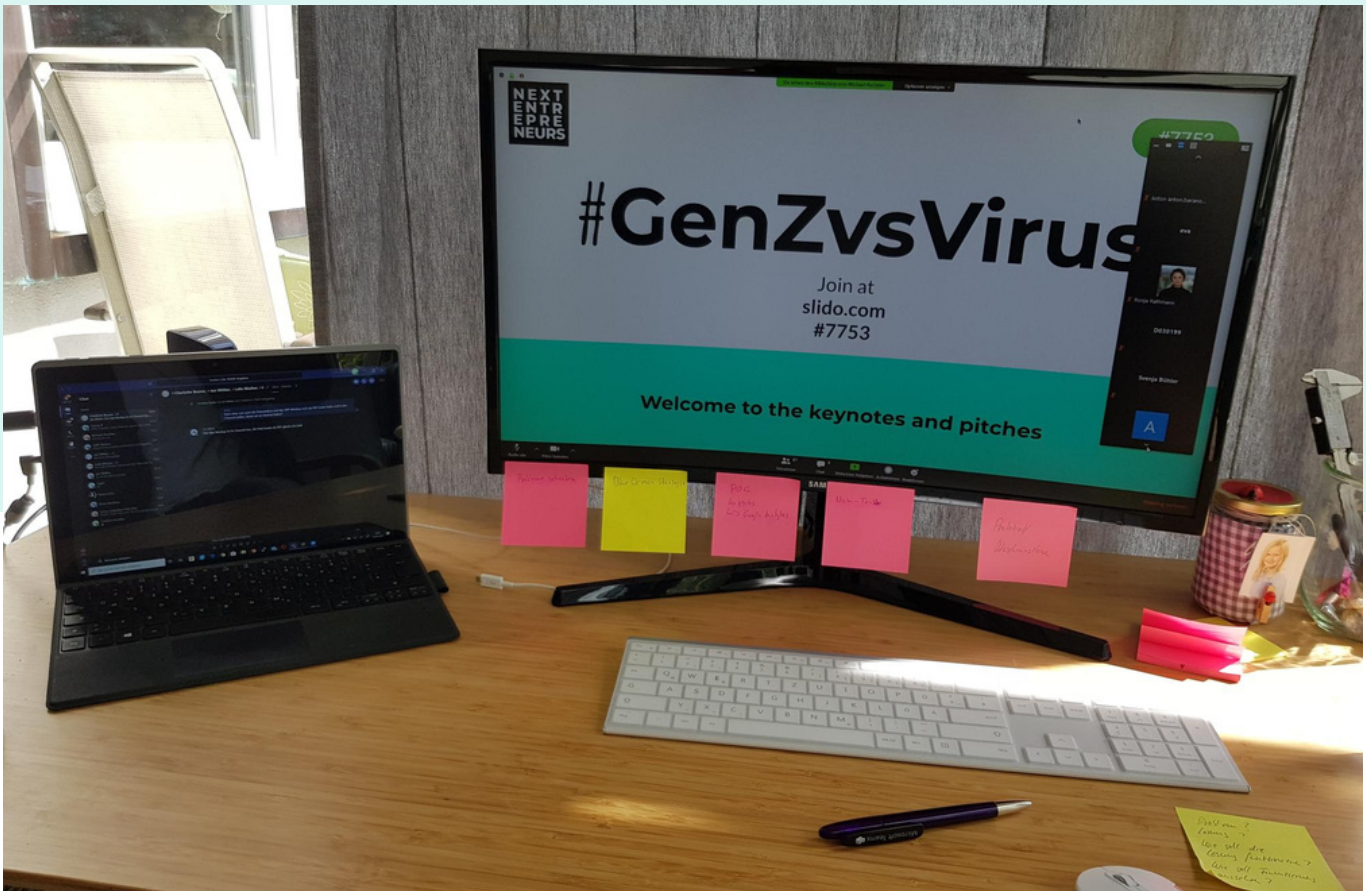
2020 hat uns gezeigt, dass Homeoffice doch nicht so unrealistisch ist, wie in den Jahren zuvor immer gedacht. Doch wie tickt die GenZ hier?

Die Jungen haben Bock zu arbeiten - und wie. Knapp die Hälfte rechnet damit in ihrem Leben den absoluten Traumjob zu finden. Das dieser sich ständig verändert und dann jedes Mal aufs Neue gesucht wird ist nur für die Unternehmen relevant.

Wir erleben bei unseren Events immer spektakuläres. Die Teilnehmer (im Schnitt 14 Jahre alt) arbeiten oft bis tief in die Nacht. Wieso tun sie das? Wir empfangen sie auf Augenhöhe. Wir lassen sie arbeiten, wie sie es möchten.

Neben dem bauen von Powerpoint Folien Netflix schauen? Für heutige Unternehmen unvorstellbar, für die meisten der Generation Z völlig normal. Schaffen Sie für neue Freiräume und technische Möglichkeiten. Homeoffice ist absolute Pflicht.

Freiheit, Flexibilität und fordernde Aufgaben stehen bei Menschen zwischen 17 - 23 an vorderster Stelle. Wichtig dabei ist volles Vertrauen. Doch dazu mehr im nächsten Kapitel.



3 - 4

...Karrieren sagt man Menschen der Generation X zu. Das bedeutet, man wechselt den Job nur, wenn man muss. Sicherheit steht dabei an vorderster Stelle. Deshalb nennt man diese Generation auch Generation Beständigkeit.

12 - 17

...Karrieren werden der Generation Z zugesprochen. Das bedeutet man wechselt die Arbeitsstelle oft. Dabei stehen nicht mehr die Jobbezeichung im Vordergrund, sondern die Aufgabe. Die jeweilige Befähigung ist Aufgabe des Unternehmens.

4

Tasks oder Aufgaben kann ein durchschnittlicher Mensch gleichzeitig erfüllen.

12

Informationen kann dagegen ein Gamer der Generation verarbeiten. Dies ist eine große Herausforderung für Unternehmen. Wie nutze ich diese Fähigkeit und wie kann ich solche Talente dauerhaft motivieren?

4 - HIERARCHIEN

Für die meisten Unternehmen ist das sehr ärgerlich, da sie in der Regel einen hohen Aufwand für die Einarbeitung und die Entwicklung der jungen Menschen investieren.

Wir haben den größten Generationskonflikt aller Zeiten vor uns. Das liegt vor allem daran, wie wir miteinander umgehen. In der heutigen Zeit war es immer wichtig, eine klare Hierarchie Struktur zu besitzen. In Zukunft wird sich dies ändern. Natürlich wollen auch Menschen der Generation Z wissen, wer verantwortlich ist. Doch im Gegensatz zum früheren Umgang begegnen wir uns bald auf Augenhöhe. Wer dazu nicht in der Lage ist, wird mit der kommenden Generation massive Probleme haben. Ähnlich erleben wir es beim Konflikt der Unternehmen mit Startups. Auch hier tun sich Unternehmen mit ihren klassischen Strukturen immer wieder, dass der Umgang, bzw. die Zusammenarbeit nach kurzer Zeit scheitert. Bei den Mitarbeitern beobachten wir ähnliches. Junge Talente verlassen Unternehmen oft nach 1-2 Jahren.

„Augenhöhe? Ja klar - wenn er es sich verdient hat.“

Respekt verdient man sich bei der Generation Z nicht mehr mit dem Rang oder der Erfahrung, sondern mit der Art wie man mit ihnen umgeht. Nimmt man sie ernst, oder werden sie klein gehalten? Sie wollen teilhaben, bei wichtigen Entscheidungen eingebunden werden. Sie wollen persönlich wachsen. Das bedeutet Fehler machen. Dies muss man als Führungskraft im Stande sein zu verkraften und dann damit umgehen. Eine gesunde Fehlerkultur ist dabei außerordentlich wichtig. Wie geht man damit um, wenn Fehler begangen werden. Fängt das große "Fingerpointing" an? Ein No-Go für die Generation Z. Es geht um die Sache. Nicht um Egos. Ellbogen-Denke ist ein absolutes Tabu.

TikTok

5 - MARKETING

Die Königsdisziplin. Wie spreche ich die Generation Z an? Über allem scheint momentan TikTok zu stehen. Die chinesische App für Memes und lustige Videos steht absolut im Zentrum der Ansprache was die Generation Z angeht. Aber wieso?

Ehrlich - authentisch - und witzig.

So muss die Ansprache sein. Man vertraut in Zukunft Menschen, die einen begleiten. Das sind nicht mehr die langweiligen Nachrichtensprecher, oder die gesichtslosen Autoren von Zeitungsartikeln, die man nicht mal scrollen kann.

Das Gesicht hinter dem Produkt ist mittlerweile wichtiger als das Produkt selbst.

„Verkaufen Sie Geschichten, keine Produkte.“

Um mit ihren Botschaften bei den kommenden Kunden anzukommen müssen Unternehmen komplett umdenken. Das fällt ihnen oft schwer. Bisher haben schöne Bilder, eine starke Botschaft und ein bekanntes Influencer Gesicht gereicht. Das wird nicht mehr funktionieren. Interaktion und ständige Kommunikation mit der Kundschaft ist der Schlüssel. So baut man Vertrauen auf. Die Generation Z ist auch die Generation die am wenigsten auf Fake News herein fällt - und somit auch nicht auf althergebrachte Werbebotschaften.

6 - RECRUITING

Was ist meine Vision?

Ähnlich verhält sich beim Recruiting. Was müssen Sie in Zukunft bieten, damit die besten Talente bei ihnen landen - und bleiben?

Die meisten Unternehmen heute haben kein Problem damit junge Leute für sich zu gewinnen. Doch bei vielen springen die jungen High-Flyer nach späteres 2 Jahren wieder ab. Warum? Vor allem die langweiligen Aufgaben und die fehlende Aussicht auf neue, coole Projekte schreckt die GenZ davon ab zu bleiben. und vor allem wissen sie nicht warum sie das alles eigentlich machen.

Bevor Sie heute an die Generation Z antreten sollten Sie sich also fragen:

- Welche Vision hab ich mit meinem Unternehmen? (Keine Umsatzziele!)
- Welches höheren Ziele verfolge ich? (Purpose)
- Wie schaffe ich ein Umfeld, welches Freiheit, Flexibilität und ständig neue Aufgaben gewährleistet.

Diese nächste Power Generation wird ihnen viel abverlangen. Aber sie wird es ihnen auch mehrfach zurückzahlen .

ZUSAMMENFASSUNG

Sie sehen, die neue Generation ist anders. Sie ist fordernd, sie ist anstrengend, frech und manchmal unberechenbar. Doch was wir bei unserer Arbeit mit diesen jungen Menschen, die als erste Generation als echte Digital Natives in unsere Wirtschaft kommen, erleben ist einzigartig, motivierend, teilweise berauschend.

Um sich auf sie einlassen zu können ist es notwendig den ersten Blick aber auf ihr eigenes Unternehmen zu werfen. Sind Sie bereit für diese kommende Generation, die unsere Welt auf den Kopf stellen wird? Wir können ihnen sagen: Es lohnt sich.

MICHAEL AECHTLER
GRÜNDER UND
GESCHÄFSFÜHRER

Interesse an einem Gespräch?
Sie erreichen uns unter
info@next-entrepreneurs.org