

Blog-Beitrag | Mai 2024 | Thomas Gygax | V2

## Führen der Generation Z (geboren 1995-2009)

### Was Führungskräfte wissen sollten

Willkommen in der Ära der Generation Z - einer Generation, die mit einem Smartphone in der Hand geboren wurde und die Welt mit einem Klick verändern will. Sie schätzen Innovation, Flexibilität und Sinnhaftigkeit, doch setzen die digitalen Natives auch die Standards für die Arbeitswelt von morgen? Was erwarten sie von ihren Arbeitgeberinnen? Wir tauchen ein in die Welt der Generation Z, um gegenseitiges Verständnis zu schaffen und Führungsansätze zu finden, welche dabei unterstützen.

## Wer gehört zur Generation Z?

Die Generation Z, auch «Gen Z» genannt, ist technologieaffin und nutzt digitale Medien in nahezu allen Lebensbereichen. Sie sind mit Smartphones, Tablets und sozialen Medien aufgewachsen und sehen diese als integralen Bestandteil ihres Alltags. Die ständige Verfügbarkeit von Informationen hat jedoch auch zu einer kurzen Aufmerksamkeitsspanne geführt, da sie an eine Welt gewöhnt sind, in der sie schnell zwischen verschiedenen Inhalten und Aktivitäten wechseln können. Trotz ihrer digitalen Affinität legt die Gen Z auch Wert auf Individualität und Selbstpräsentation, insbesondere in sozialen Medien, wo sie ihre Meinungen und Interessen frei äussern können. Geboren zwischen 1995-2009 repräsentieren sie die Generation Z.

### Übersicht der Generationen

BABYBOOMER	GENERATION X	GENERATION Y	GENERATION Z	GENERATION Alpha	GENERATION Beta
1950-1964	1965-1979	1980-1994	1995-2009	2010-2024	2025-

© SMILODON GmbH



## Wissenswerte Merkmale der Generation Z

Generation Z	
<b>Digital Natives</b>	Aufgewachsen mit Internet und Smartphones, nutzen Technologie intuitiv
<b>Authentizität und Transparenz</b>	Bevorzugen Marken und Arbeitgeberinnen, die ehrlich und offen kommunizieren
<b>(Work-)Life-Balance</b>	Legen grossen Wert auf ein ausgewogenes Verhältnis zwischen Beruf und Privatleben
<b>Umweltbewusstsein und Nachhaltigkeit</b>	Ökologische Nachhaltigkeit ist ihnen wichtig, sowohl im persönlichen Konsum als auch bei Arbeitgeberinnen
<b>Soziale Gerechtigkeit</b>	Setzen sich für Gleichberechtigung und gegen Diskriminierung in allen Lebensbereichen ein
<b>Flexible Arbeitsmodelle</b>	Flexibilität bei Arbeitszeit und -ort wird als essenziell für die Lebensqualität angesehen
<b>Diversität und Inklusion</b>	Vielfalt und Inklusion werden als Schlüsselfaktoren für ein positives Arbeitsumfeld betrachtet
<b>Fortschrittliche Technologieanwendung</b>	Sind offen für neue Technologien und innovative Lösungen im Arbeitsalltag
<b>Skepsis gegenüber traditionellen Institutionen</b>	Traditionelle Institutionen und Autoritäten werden oft hinterfragt
<b>Sofortiges Feedback und Anerkennung</b>	Schnelles und direktes Feedback wird für die persönliche und berufliche Entwicklung als wichtig erachtet
<b>Individuelle Ausdruckskraft</b>	Persönliche Identität und Selbstaussdruck stehen im Vordergrund
<b>Entrepreneurship und Selbstständigkeit</b>	Der Wunsch, eigene Projekte zu realisieren und selbstständig zu arbeiten, ist stark ausgeprägt.
<b>Kontinuierliches Lernen und Entwicklungsmöglichkeiten</b>	Lebenslanges Lernen und berufliche Weiterentwicklung werden als notwendig angesehen
<b>Mentale Gesundheit und Wohlbefinden</b>	Das Bewusstsein für mentale Gesundheit und deren Wichtigkeit sind hoch
<b>Kurze Aufmerksamkeitsspanne</b>	Ständiger Informationszugang führt zu einer kürzeren Aufmerksamkeitsspanne



## Was erwartet die Generation Z von ihrer Arbeitgeberin?

Die Generation Z legt grossen Wert auf Authentizität und Transparenz in allen Lebensbereichen. Sie streben nach einer ausgewogenen (Work-)Life-Balance und zeigen ein starkes Umweltbewusstsein sowie ein Engagement für soziale Gerechtigkeit. Flexibilität in der Arbeitsgestaltung, Diversität und Inklusion am Arbeitsplatz sind ihnen äusserst wichtig. Sie sind technologieaffin und zeigen sich skeptisch gegenüber traditionellen Institutionen. Ein Bedürfnis nach sofortigem Feedback und einer Kultur, die individuelle Ausdruckskraft fördert, prägt ihre Einstellung zur Arbeit. Entrepreneurship und Selbstständigkeit sind attraktiv für sie, ebenso wie kontinuierliches Lernen und die Möglichkeit zur beruflichen Weiterentwicklung. Die Priorisierung mentaler Gesundheit und des Wohlbefindens unterstreicht ihre ganzheitliche Lebensanschauung.

**Primär ist es der Generation Z wichtig, in einem Unternehmen zu arbeiten, welches ihre Werte teilt und ihnen eine sinnstiftende Arbeit bietet. Sie suchen nach Flexibilität und einer ausgewogenen (Work-)Life-Balance, um ihre persönlichen Interessen und Verpflichtungen mit ihrer beruflichen Entwicklung in Einklang zu bringen.**

### Wie machen Sie sich als Arbeitgeberin für die Generation Z attraktiv?

- Bieten Sie flexible Arbeitsmodelle in Bezug auf Ort und Zeit
- Kommunizieren Sie klar und transparent
- Zeigen Sie wie Ihre Firma ökologische Verantwortung übernimmt
- Fördern Sie Diversität und Inklusion aktiv
- Integrieren Sie fortschrittliche Technologie im Arbeitsalltag
- Geben Sie der Unternehmenskultur ein hohes Gewicht
- Aktivieren Sie Massnahmen im Bereich des Betrieblichen Gesundheitsmanagements (BGM) und fördern Sie Freizeitangebote
- Überdenken Sie Ihre Hierarchien und schaffen Sie eine integrative teamorientierte Arbeitsumgebung
- Gestalten Sie die Marke Ihres Unternehmens: Zeigen und leben Sie die Werte der Firma spür- und wiedererkennbar



## Wie kann die Generation Z geführt werden? Tipps für Führungskräfte

### **Erklären Sie den tieferen Sinn:**

Die Gen Z möchte den Zweck hinter ihren Aufgaben verstehen. Führungskräfte sollten daher nicht nur Anweisungen geben, sondern auch den Kontext und die Bedeutung der Aufgaben erklären.

### **Betonen Sie die individuelle Wirkung:**

Die Gen Z möchte das Gefühl haben, dass ihre Arbeit einen positiven Einfluss hat. Indem Führungskräfte den Beitrag jedes Einzelnen hervorheben zum Gesamterfolg des Teams oder Unternehmens, können sie die Motivation der Mitarbeitenden steigern.

### **Geben Sie regelmässig offene und direkte Feedbacks:**

Offene Kommunikation ist entscheidend, um das Vertrauen der Gen Z zu gewinnen. Führungskräfte sollten daher konstruktives Feedback geben und dies regelmässig. Die Generation Z ist sich insbesondere durch Social Media gewöhnt, rasch Rückmeldung (Likes und Reaktionen) zu erhalten, wenn eine «Leistung» erbracht wurde. Kein Feedback kann stärker als negativ gewertet werden als bei anderen Generationen, wo es tendenziell heisst «No News are Good News».

### **Bieten Sie Flexibilität:**

Flexible Arbeitsmodelle und die Möglichkeit zur (Work-)Life-Balance sind für die Gen Z von grosser Bedeutung. Führungskräfte sollten daher offen sein für verschiedene Arbeitsarrangements und individuelle Bedürfnisse berücksichtigen. Zeigen Sie Bereitschaft, sich den Bedürfnissen ihrer Mitarbeitenden anzupassen, zum Beispiel flexible Arbeitszeiten, welche es erlauben, auch erst um 10:00 Uhr auf der Arbeit zu erscheinen oder bis in den späten Abend arbeiten zu dürfen.

### **Fördern Sie Weiterbildung:**

Die Gen Z legt Wert auf kontinuierliche Weiterentwicklung und berufliche Perspektiven. Führungskräfte können ihre Mitarbeitenden motivieren, indem sie Möglichkeiten zur Weiterbildung und beruflichen Entwicklung anbieten und fördern.



## Unsere Haltung zum Thema «Generation Z»

Das Führen der Generation Z stellt keine grössere Herausforderung als das Leiten anderer Generationen dar. Jede Generation bringt ihre eigenen spezifischen Dynamiken, Herausforderungen und Möglichkeiten mit sich. In diesem Kontext ist die individuelle Führung von zentraler Bedeutung. Als Führungsperson müssen wir empathisch sein, uns in die Lage anderer versetzen und situativ angemessen reagieren können, um erfolgreich zu führen. Emotionale Intelligenz steht dabei im Mittelpunkt. Während ein persönlicher Führungsstil wichtig ist, ist es ebenso entscheidend anzuerkennen, dass dieser nicht universell auf alle Mitarbeitenden angewendet werden kann. Die Fähigkeit des individuellen Führens hat oberste Priorität und erfordert die Flexibilität einer jeden Führungskraft, um auf die vielfältigen unterschiedlichen Bedürfnisse einzugehen.



## Fazit + Empfehlung: Schaffen Sie gegenseitiges Verständnis

In der heutigen vielfältigen Arbeitswelt stehen Führungskräfte vor der Herausforderung, Teams zu leiten, die aus unterschiedlichen Generationen bestehen. Jede Generation, sei es die Babyboomer, die Gen X, die Millennials oder die Gen Z, bringt ihre eigenen Werte, Erwartungen und Arbeitsweisen mit sich. Trotz dieser Vielfalt gibt es eine zentrale Erkenntnis: Individuelle Führung ist das A und O, um das volle Potenzial jedes Mitarbeitenden zu entfalten.

Die **Babyboomer**, geboren zwischen 1946 und 1964, sind bekannt für ihre Arbeitsethik und ihre Hingabe für ihre Karrieren. Sie schätzen Hierarchie und Autorität und erwarten klare Anweisungen von ihren Vorgesetzten. Für sie ist Erfahrung der Schlüssel zur Kompetenz. Sie schätzen Anerkennung für ihre langjährige Arbeit.

Die **Generation X**, geboren zwischen den frühen 1960er und 1980er Jahren, ist geprägt von Selbstständigkeit und Unabhängigkeit. Sie legen Wert auf (Work-)Life-Balance und Flexibilität, da sie oft versuchen, Karriere und Familie zu vereinen. Für sie sind Eigenverantwortung und Ergebnisorientierung wichtig. Sie schätzen Freiheit bei der Gestaltung ihrer Arbeit.

Die **Millennials**, auch bekannt als **Generation Y**, sind diejenigen, die zwischen den frühen 1980er und späten 1990er Jahren geboren wurden. Sie sind aufgewachsen in einer zunehmend digitalisierten Welt und bringen eine starke Technologieaffinität mit sich. Für Millennials ist Sinnhaftigkeit in der Arbeit entscheidend; sie wollen nicht nur Geld verdienen, sondern auch einen positiven Beitrag zur Gesellschaft leisten. Sie schätzen Feedback und Anerkennung.

**Angesichts dieser Vielfalt ist es offensichtlich, dass ein Einheitsansatz für die Führung nicht ausreicht. Individuelle Führung bedeutet, die Bedürfnisse, Erwartungen und Arbeitsweisen jedes einzelnen Mitarbeitenden zu verstehen und anzuerkennen. Es erfordert Flexibilität, Empathie und die Bereitschaft, sich auf die verschiedenen Perspektiven einzulassen.**

**Sprechen Sie mit der Generation Z, nicht nur um sie zu verstehen, sondern auch, dass die Generation Z Sie und andere Generationen verstehen kann. Führen Sie die unterschiedlichen Denkweisen zusammen und fördern Sie den aktiven Austausch.**



## *...und warum wir trotzdem nicht nur in Generationsschubladen denken sollten:*

*Das Schubladisieren von Generationen, also das Zuweisen bestimmter Eigenschaften und Verhaltensweisen zum Geburtsjahr, kann charmant erscheinen, indem wir über die «Babyboomer» oder «Millennials» scherzen. Doch diese Kategorisierung birgt die Gefahr, die reiche Vielfalt individueller Erfahrungen und Persönlichkeiten zu übersehen. Jeder von uns ist ein Mosaik aus Erlebnissen, nicht nur ein Produkt seiner Generation. Indem wir vorschnell Etiketten vergeben, laufen wir Gefahr, wertvolle Nuancen und das Potenzial für tiefergehende Verbindungen zu verpassen.*

***Wir dürfen also neugierig bleiben und hinter die Vorhänge der unterschiedlichen Generationen blicken und jedes einzigartige Individuum schätzen, wie es ist, unabhängig von Alter und Geburtsjahr.***



## Wie kann SMILODON Sie unterstützen?

Führen von unterschiedlichen Generationen verlangt hohe Menschenkenntnis, die Empathie, um sich ins Gegenüber hineinversetzen zu können und besonders Zeit, um die Mitarbeitenden kennenzulernen. Mitarbeitenden-Führung kann trainiert werden und dafür sind wir da. Unsere Führungsausbildungen und Coachings sind darauf ausgerichtet, Ihre individuellen Führungsfähigkeiten weiterzuentwickeln und zu stärken. Basierend auf den neuesten Erkenntnissen der Führungsforschung legen wir einen besonderen Schwerpunkt auf die Förderung von emotionaler Intelligenz, Empathie und situativem Führungshandeln. Unsere praxisnahen Methoden und Werkzeuge helfen Ihnen dabei, Ihre Führungskompetenzen zu optimieren und Ihr Team zu motivieren.

Entdecken Sie mit uns die bunten Facetten der unterschiedlichen Generationen. Dies mit Workshops und individueller Begleitung von Führungskräften, welche gegenseitiges Verständnis innerhalb der unterschiedlichen Generationen schaffen, sie sensibilisiert und zusammenbringt.





### Quellen:

Benítez-Márquez, M. D., Sánchez-Teba, E. M., Bermúdez-González, G. & Núñez-Rydman, E. S. (2021). Generation Z Within the Workforce and in the Workplace: A Bibliometric Analysis. *Frontiers in psychology*, 12, 736820. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.736820>

Einramhof-Florian, H. (2022). *Fit für die jungen Generationen am Arbeitsplatz*. Springer Fachmedien Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-39149-2>

Intergeneration.ch. (2024). *Babyboomer, Generation X, Y, Z etc.: Die Generationen im Überblick*. [https://intergeneration.ch/de/grundlagen/generation-x-y-z-ueberblick/?gad\\_source=1&gclid=EAlaIQobChMljv6Bk8mlhQMVuZxQBh0q0A4IEAAYAAEgLWovD\\_BwE](https://intergeneration.ch/de/grundlagen/generation-x-y-z-ueberblick/?gad_source=1&gclid=EAlaIQobChMljv6Bk8mlhQMVuZxQBh0q0A4IEAAYAAEgLWovD_BwE)

Jayatissa, K. A. D. U. (2023). Generation Z - A New Lifeline: A Systematic Literature Review. *Sri Lanka Journal of Social Sciences and Humanities*, 3(2), 179-186. <https://doi.org/10.4038/sljssh.v3i2.110>

Kleinjohann, M. & Reinecke, V. (2020). Zielgruppe Generation Z: Charakteristika. In M. Kleinjohann & V. Reinecke (Hrsg.), *essentials. Marketingkommunikation mit der Generation Z* (S. 13-23). Springer Fachmedien Wiesbaden. [https://doi.org/10.1007/978-3-658-30822-3\\_3](https://doi.org/10.1007/978-3-658-30822-3_3)

Roberta Katz. (2022). *Gen Z are not 'coddled.' They are highly collaborative, self-reliant and pragmatic, according to new Stanford-affiliated research*. <https://news.stanford.edu/2022/01/03/know-gen-z/>

