

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
	Literatur	3
2	Über die Präsenz von vier Generationen am Arbeitsmarkt	5
2.1	Warum das Miteinander heute besonders herausfordernd ist	5
2.2	Wie sich Unterschiede zwischen Jung und Alt erklären lassen	8
2.3	Die verschiedenen Generationen und was sie ausmacht	12
2.3.1	Die Babyboomer – Deutschland im Wirtschaftswunder	13
2.3.2	Die Generation X – Das Ende der Geschichte?	17
2.3.3	Die Generation Y – 9/11 verändert alles	20
2.3.4	Die Generation Z – Von Zeitenwende und multiplen Krisen	26
2.4	Von Boomer bis Zoomer – Die verschiedenen Arbeitnehmer*innen-Typen	34
2.4.1	Die Babyboomer – Leben, um zu arbeiten	35
2.4.2	Die Generation X – Die Entdeckung der Work-Life-Balance	38

XV

XVI Inhaltsverzeichnis

2.4.3	Die Generation Y – Auf der Suche nach Sinn	42
2.4.4	Die Generation Z – Es soll sich nicht wie Arbeit anfühlen	46
	Literatur	47
3	Die Gen Z – eine Annäherung	55
3.1	Grundlegendes	55
3.1.1	Die Gen Z ist eine kleine Generation mit guter Verhandlungsbasis	55
3.1.2	Ist die Gen Z gut situiert?	56
3.1.3	Ist die Gen Z top ausgebildet?	59
3.1.4	Was Schule zurzeit nicht hinbekommt	62
3.1.5	Wo Eltern Erziehung missinterpretieren	65
3.1.6	Die Gen Z blickt in eine ungewisse Zukunft	68
3.1.7	Für die Gen Z ist das Internet ihr natürliches Habitat	70
3.1.8	Die Gen Z befindet sich im Kreuzfeuer der sozialen Medien	72
3.1.9	Die Digitalkompetenz der Gen Z ist ungleich verteilt	74
3.1.10	Die Gen Z ist mental herausgefordert	75
3.1.11	Die Gen Z bleibt in Teilen (vollständig) unverstanden	76
3.1.12	Der Wertekanon der Gen Z	80
3.2	Wie die Gen Z arbeiten will	82
3.2.1	Die Generation Z und ihre Vorstellung von Arbeit erhitzt die Gemüter	82
3.2.2	Attraktive Vergütung und Sicherheit? – Na logisch!	86
3.2.3	Auf der Suche nach Balance – Zeit für mein Ich	88
3.2.4	Werte und Sinn – Die Sehnsucht nach dem Warum	89
3.2.5	Flexibilität – Arbeiten, wann und wo wir möchten	91
3.2.6	Abwechslung – Langeweile? Och nö!	93

3.2.7	Inspirierende Leader gesucht – Autorität war gestern	95
3.2.8	Persönliche Entwicklung – Wir wollen wachsen	97
3.2.9	Unternehmenskultur – Es muss sich schon gut anfühlen	99
3.2.10	Unterm Strich – Wie wir arbeiten wollen	101
Literatur		103
4	Wie die Gen Z und Unternehmen ein Match werden	109
4.1	Wie Unternehmen agieren sollten	109
4.1.1	Tabula Rasa – Gönnst Euch eine Transformation	110
4.1.2	Die Du-Kultur – Achtet auf Respekt und Achtsamkeit	111
4.1.3	Eure Führungskräfte – Gebt Feedback und Guidance	113
4.1.4	Eure Werte – Hauptsache authentisch	117
4.1.5	Schnürt attraktive Pakete – Und legt den Fokus auf etwas anderes	120
4.1.6	Arbeitszeiten und -orte – Ermöglicht viel bei klaren Grenzen	125
4.1.7	Eure Arbeitswelt – Öffnet die Türen für Kreativität und Produktivität	128
4.1.8	Kommunikationsformate – Eure Chance auf Wettbewerbsvorteil	132
4.1.9	Euer Recruiting-Prozess – Professionalisiert Euch schnell	138
4.2	Über was die Gen Z nachdenken könnte	145
4.2.1	Food for thought – Seid Ihr bereit?	146
4.2.2	Nehmt und gebt – Ein Arbeitsverhältnis bleibt ein Deal	147
4.2.3	Zeigt Respekt – Nur so kann ein Miteinander gelingen	150
4.2.4	Seid lernbereit – Ihr steht erst ganz am Anfang	156
4.2.5	Stellt Fragen – Nutzt die Expertise in Eurem Umfeld	158

XVIII Inhaltsverzeichnis

4.2.6	Arbeitet exakt – Das ist nicht alles Boomer- Quatsch	161
4.2.7	Lasst Euch mal ein – Und verlasst die Zuschauertribüne	163
4.2.8	Wofür man Euch wirklich schätzt	166
4.2.9	Verlasst toxische Umfeldler - Hier könnt Ihr nichts gewinnen	169
	Literatur	170
5	Schlusswort	173