

Inhalt

Über den Autor	7
Die digitale Playbox zum Buch	8
Ganz anders als gedacht	9
1. Generation Z: Wer sie sind und was sie wollen	13
1.1 Einstiegshilfe in die Generationen-Welt	14
1.2 Von Babyboomer bis Alpha – Insights, die man kennen muss	18
1.3 Soziales und politisches Engagement der Generation Z	35
2. Psychografie der Generation Handy – ein Modell liefert wertvolle Antworten	41
2.1 Erziehung – Grundpfeiler E des EAB-Modells	45
2.2 Äußere Einflüsse – Grundpfeiler A des EAB-Modells	60
2.3 Blackbox – Grundpfeiler B des EAB-Modells	67
3. Sei doch kein Grinch – die Sprache der Jungen verstehen	75
4. Social Media und was dabei mit der Gen Z passiert	83
4.1 Was verstehen wir unter dem Begriff »Social Media«?	85
4.2 Social Media – Gefahr oder Chance?	93
4.3 Interview mit einer Expertin aus der Generation Z: Social Media erfolgreich nutzen	96
4.4 Influencer-Marketing	99
5. Digital Natives ansprechen, überzeugen und gewinnen	101
5.1 Womit die meisten Unternehmen zu kämpfen haben	102
5.2 Wie spreche ich die Gen Z an?	103
5.3 Geld ist (nicht) wichtig	105
5.4 Wunschberuf Chef und Influencer	107
5.5 Zwei Z-lerinnen über ihre ersten Berufserfahrungen	110
5.6 Meine (schmerzhaften) Erfahrungen als Führungskraft – Veränderung ist unbeliebt	112

5.7 Emotional versus rational – Z will keine (falschen) Jobentscheidungen treffen	115
5.8 Du-Kultur	119
6. Personalmarketing für moderne, human orientierte Unternehmen..	123
6.1 Webseite oder Karriereseite: Aushängeschild Nummer eins	126
6.2 Online-Stellenportale	128
6.3 eBay Kleinanzeigen	130
6.4 Stellenanzeigen Generation-Z-gerecht gestalten	131
6.5 Bewerbungsprozesse an aktuelle Herausforderungen anpassen...	135
6.6 Experten-Tipps für Kleinunternehmen – Ihre Vorteile gegenüber den Big Playern	138
7. Die neuen Must-haves für Unternehmen oder: keinen Bock auf Nullachtfünfzehn-Jobs	145
7.1 Must-have 1: Arbeit, die wirklich Sinn stiftet.....	147
7.2 Must-have 2: Wertschätzung und Feedback (mit Kuschelfaktor)	160
7.3 Must-have 3: neue Lern- und Arbeitsmodelle.....	169
7.4 Must-have 4: berufliche Perspektiven	183
7.5 Stimmen von Unternehmenslenkern und engagierten Z-lern	186
8. »Vorgesetzter« war gestern – Coach, Mentor, Kuschelfaktor	199
8.1 Die Mischung macht's – altersgemischte Teams	201
8.2 Like oder Dislike? Veränderte Feedbackkultur überfordert ältere Generationen	203
8.3 Onboarding mit Mentoren und Patenschaften	208
9. Wie ist das mit Vier-Tage-Woche & Co?	211
10. Gen-Z-Branding – Wie Marken junge Kunden gewinnen	221
11. Generation Z ist erst der Anfang: Ein Ausblick	235
11.1 Wie bereite ich mein Unternehmen auf die Zukunft vor?	238
11.2 Generation Alpha	241
12. Generation Z ist die beste Jugend, die wir haben können	245
Literaturverzeichnis und Quellen	247