



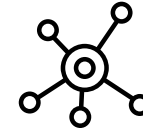
Rolle der Eltern

- Eltern werden zu beinahe jeder Entscheidungsfindung hinzugezogen
- eigene Entscheidungen treffen fällt Generation schwer
- sind oft auch Vorbild
- grundlegend für die Berufswahl
- müssen in den BO-Prozess mit einbezogen werden



Arbeit muss Sinn ergeben

- Generation geprägt von großen Sorgen (Klimawandel, Kriege, Inflation...)
- hinterfragen viel
- Anspruch an Sinnhaftigkeit ist daher groß
- Generation Z kann gut durch Unterstützung bei persönlichen Veränderung motiviert werden



Digital vernetzt

- Ständige Erreichbarkeit
- Kontaktpflege vor allem auf digitalem Weg
- Mails statt Telefonate
- Online-Identitätspflege
- Image ist wichtig bei der Darstellung der eigenen Person
- immer Möglichkeit Termine kurzfristig abzusagen (Unverbindlichkeit)



zwischen Leistungsdruck und Zukunftangst

- 48% erwarten in der Zukunft Verschlechterung des Ist-Zustandes
- wollen mindestens den Lebensstandard ihrer Eltern erreichen
- hohe Ansprüche an Authentizität, was ununterbrochenes Hinterfragen mit sich bringen kann (Bin ich wirklich glücklich?)
- gesundheits- und umweltbewusst



Wertevorstellungen:

1. Familie
2. Gesundheit
3. Freiheit
4. Gerechtigkeit
5. Sicherheit



Was gilt es über die Zielgruppe zu wissen?

Generation Z
1997-2012



Trennung von Arbeit und Privatleben

- Arbeit als Mittel zum Zweck (weniger Identifikation mit Arbeitsplatz)
- Zeit ist wichtiger als Geld, streben dennoch nach hohen Lebensstandards
- hedonistische Weltsicht



Kommunikationskanäle

- SocialMedia: Instagram, TikTok, Snapchat, Spotify, Netflix, Fortnite, Twitch etc.
- scheuen das Telefonieren und nutzen lieber schriftliche digitale Kommunikationsmedien (Mail...)
- hohe Smartphone-Nutzung (kann zu Konzentrationschwierigkeiten führen)
- maximal unverbindlich



Motivationsfaktoren:

- Beteiligung
- Freiraum geben (Eigenverantwortung stärken)
- gute Bezahlung
- gutes Klima, was lernfördernd und warm ist
- Sicherheit gewährleisten (Übernahme nach Ausbildung)