

RAHMENPAPIER
2015 FÜR DIE
TRENDANALYSE:
**GENERATION Y
IM BERUFLICHEN
UMFELD**

Generation ^{Die} kommt!



Neue Anforderungen an KMU's?

Rahmenpapier

Dieses Rahmenpapier enthält die Zusammenfassung unserer Recherche rund um die **Generation Y**. Einige Quellen behaupten, dass das darin beschriebene Lebensgefühl der **Generation Y** nur auf ca. 20 % der jungen Menschen in der Schweiz zutrifft.

„Es gibt eine Kluft zwischen Avantgarde und den Abgehängten“, so der Tenor.

Wir werden in unserer Kommunikation trotzdem voll und ganz auf die Argumentation dieser 20 % setzen und dann in unserer Trendanalyse kleine KMUs zu fragen:

*„Und wie sieht es denn in Ihrem beruflichen Umfeld aus?
Wie erleben Sie die Generation Y in Ihrem KMU?
Legen Sie vielleicht gerade besonders Wert darauf,
Ihre jungen Angestellten aus den restlichen
80 % zu rekrutieren, weil diese
noch auf die „alten Werte“ setzen?
Ist das mit der Generation Y alles nur Schall und Rauch?
Wie erleben Sie Ihre jungen Angestellten von 18 bis 35?“*

Bei der Recherche ist uns aufgefallen, dass sich bisher nur grosse Unternehmen und Konzerne mit diesem Thema beschäftigt haben. Wir wollen unsere diesjährige Trendanalyse dahingehend nutzen, um aus dem KMU-Umfeld Antworten zur Generation Y zu erhalten.

Die Ergebnisse der Befragung werden wir am Themenabend
10. November
am Weiterbildungszentrum Lenzburg
präsentieren.

Generation Y (1981 -1995)

Ein Überblick

Ypsiloner sind:

- Satt und sorglos aufgewachsen
- Materiell verwöhnt: Grosse Kinderzimmer, viel Taschengeld, zuviel Spielsachen
- Aber auch Krisenkinder: Afghanistan-, Irak-, Klima-, Wirtschafts-, Bildungs-, Finanz-, Euro-Krise, Dotcom-Blase, Immobilienblase, 11. September.
Es bleibt ein Gefühl: Nach der Krise ist vor der Krise
- Ypsiloner wissen, dass sie selbst fürs Alter vorsorgen müssen.
- Menschen der Generation Y sind oft behütet und in einem guten Umfeld aufgewachsen (Chef von Universum Schweiz).
- Generation Y: Die erste Generation, die Globalität wirklich lebt.
- Sie ist die erste Generation die voll digitalisiert aufgewachsen ist.
- Die Generation X wurde noch mit Benjamin-Blümchen-Kassetten und Kasperltheater sozialisiert ... die Ypsiloner lernten schon im Kindergartenalter Nintendo, Napster und Netscape kennen und wuchsen nahtlos ins Web 2.0 hinein. Chatten, simsen, Apps herunterladen gehört zum Alltag.
- Ypsiloner kennen nur Wachstum und Wohlstand.
- Ypsiloner wollen eigene Arbeits- und Lebensmodelle
- Wenn Carsten Franke (Personalberater) die Generation Y beschreiben soll, dann erzählt er erst einmal einen Witz. „Fragt ein Zwölfjähriger seinen Vater: ‚Papa, wie seid ihr eigentlich ins Internet gegangen, als es noch keine PCs gab?‘“ Franke lacht, der Witz kommt immer gut an. „So sind die jungen Leute – sie können es sich ohne das Internet gar nicht vorstellen.“ (Quelle: Spiegel-online-Artikel: „Generation Internet: Wie Personal Mitarbeiter von morgen aufspüren“).



Quelle: <http://twtpic.com>

„No, you weren't downloaded. You were born“.



Generation Y (1981- 1995)

Arbeitsplatz und Führung

Thema Fachkräftemangel:

- Es fehlen nicht nur Akademiker sondern zunehmend auch Spengler, Lokführer, Pflegefachleute, Klimatechniker, Mechatroniker etc.
- ABER: Viele Minijobber, Gelegenheitsarbeiter, Niedriglöhner und Leiharbeiter sitzen nicht am längeren Hebel.

Ypsiloner wollen bei der Arbeit:

- Mehr Flexibilität, mehr Freiräume, regelmässiges Feedback, gute Führung und Perspektiven!
- Ein ordentliches Gehalt, Firmen-Laptop, ein Abo für die Öffentlichen Verkehrsmittel. Fragst du uns: Mehr Geld oder mehr Sinn ist unsere Antwort: „Glück ist wichtiger als Geld. Sinn zählt mehr als Status“.
- Wir wollen keine kunterbunte Spielewelt oder möglichst viel Spass – wir wollen eine abwechslungsreiche Arbeit, Freiräume und unsere Zeit nicht verschwenden.
- Homeoffice und Office im Cafe, Webmail-Zugänge, Videokonferenzen, Skype, Firmen Chat-Programme, Sabbatjahr für die Weltreise, Elternzeit (die Niederländer gehen mit gutem Vorbild voran. Sie haben einen „Papadag“!), flexible Arbeitszeit, Jahresarbeitszeit, Teilzeitangebote, etc.



„Wir wollen nicht leben um zu arbeiten!“

- Die **Generation Y** muss noch 40 Jahre oder länger arbeiten und will nicht jahrzehntelang bis zum Anschlag arbeiten, um dann in Kur fahren zu müssen.
- Wir streben nach einer sanfteren Karriere und manchmal sind wir auch weit weg auf grossen Reisen.
- Viele von uns wollen gar nicht „Chef“ werden. Wir wollen der Sache dienen und nicht der Macht.
- Wir wollen selbstbestimmt arbeiten und uns am Ergebnis orientieren.
- Wir interessieren uns nicht für die Motive unserer Eltern: Gehalt, Macht und Status.
- Wir wollen eine Arbeit, die Freude macht und Sinn stiftet.
- Geld ist wichtig, aber Geld ist nicht alles.
- Fragt ihr uns: Mehr Geld oder mehr Zeit? Antworten wir: Mehr Zeit!
- Die Loyalität einer Aufgabe gegenüber ist höher als gegenüber dem Arbeitgeber.
- Der Job ist ein Hort der Selbstverwirklichung ... und „Öfter mal was Neues“...

Rund um die Bewerbung:

- Ypsiloner schreiben drei Bewerbungen, und erhalten drei Zusagen.
- Im Jahr 2030 bewerben sich Unternehmen beim Arbeitnehmer und nicht umgekehrt.
- So läuft heute eine Bewerbungsgespräch: Nach dem der Personalchef dem Bewerber seine üblichen Fragen gestellt hat (Zeugnisse, Urkunden, Emp-



fehlungsschreiben, Praktika, Berufserfahrung, Lebenslauf etc.) fragt er den Bewerber, ob er auch was von ihm wissen wolle. Der Bewerber zieht eine Checkliste heraus, wo er verschiedene potenzielle Arbeitgeber mit 20 Punkten vergleicht.

- Wann bekomme ich mein erstes eigenes Projekt?
- Wann kann ich ein Team leiten?
- Kann ich auch von zu Hause arbeiten?
- Welche Gesundheitsförderungen bieten Sie?
- Wo werden ihre Führungskräfte auf ihre Aufgabe vorbereitet und wie wird der Erfolg gemessen, usw. – und dann sagt der Bewerber vielleicht die Zauberworte:

*„Ich glaube,
Sie kommen in die engere Auswahl!“*

Das tun Unternehmen in der Schweiz heute schon:

- Wechselwillige Ypsiloner findet man in der Schweiz vor allem bei Google, Swisscom und SBB. Geht ein Projekt zu Ende muss man schon das nächste interessante, sinnstiftende Projekt im Köcher haben.
- Swisscom veranstaltet alle zwei Jahre die Swisscom Games mit dem Ziel: Bessere Vernetzung, Belohnung für den Einsatz, etwas für den Teamgeist und für die Verbundtheit zum Unternehmen tun.

- Migros: Schafft gute Arbeitsbedingungen und breite Perspektiven (Urs Peter Naef). Migros bietet den Mitarbeitenden Detailhandel, Industriebetrieb und Handelsunternehmen. Das ergibt eine grosse Auswahl an Jobs und Veränderungsmöglichkeiten (Tages-Anzeiger).
- Nur „Top Shots“ einzustellen, ist nicht die Lösung. Die Besten der Besten gehen oft nach zwei Jahren wieder.
- Jutta Rump, Leiterin des Instituts für Beschäftigung und Employability der Fachhochschule Ludwigshafen befasst sich mit den Millennials. Ihr Fazit: *„Da betrifft eine sehr anstrebende Generation die Wirtschaftsbühne. Weiterbildung, Versetzung ins Ausland, Sabbatical, Home Office, Teilzeitpensen, Work-Life-Balance, ethisch-moralische Wertehaltung – das ist kein Weihnachtswunschzettel einer Generation – man sollte das ernst nehmen“.* *„Sie wollen überall mitreden und eine lange Leine haben. Und trotzdem haben sie einen hohen Betreuungsbedarf. Vom Chef wird schnelles Feedback erwartet – quasi im SMS-Rhythmus getaktet“.*
- Matthias Möllene, Personalchef, ist Mitglied des Future Work Forum, das sich mit der Zukunft der Arbeit befasst. *„Yloner haben einen entscheidenden Vorteil: Angebot und Nachfrage auf dem Arbeitsmarkt geraten in den kommenden Jahren nachhaltig aus dem Lot. Rentner nehmen zu, es rücken die geburtschwachen Jahrgänge ins Erwerbsleben nach“.*
- *„Leider befassen sich erst wenige Konzerne mit den Bedürfnissen der nachrückenden Generation“,* weiss Matthias Möllene... zu diesen Pionieren gehört L'Oréal ... der Kosmetikriese.
- *„Die Yloner wissen, was sie draufhaben und dass sie auf dem Arbeitsmarkt ein knappes Gut sind. Das erlaubt ihnen divenhaft zu sein“.* (Elena Hubschmid, Institut für Organisation und Personal an der Uni Bern. Dissertation: „Die Anstellungserwartungen der Generation Y“)
- Yloner sind loyal zum Team und zur Aufgabe aber nicht zur Firma.

Grundwerte der Generation Y

- Familie und Zusammengehörigkeit
- Flexibilität und Freiheit
- Gemeinschaft und Zusammenarbeit
- Gemeinschaftlicher Konsum
- Gleichstellung und Mitbestimmung
- Integrität und Transparenz
- Lifestyle und Freizeitorientierung
- Selbstverwirklichung und Erfüllung
- soziale Verantwortung und Nachhaltigkeit
- Vielfalt und Authentizität

Eigenschaften der Generation Y

- Anspruchsvoll
- Geltungsbedürftig
- Global denkend
- Kompromisslos
- Mitteilsam
- Mobil
- Sozial vernetzt
- Sprunghaft
- Von Technik abhängig
- Ungeduldig

(Quelle: M. Mangelsdorf.pdf)

Die zehn Gebote der Generation Y

1. Glaub an Dich.
2. Respektiere deine Eltern.
3. Sei ehrlich.
4. Nimm dein Leben selbst in die Hand.
5. Lebe das Leben in vollen Zügen und sei leidenschaftlich.
6. Halte Versprechen.
7. Arbeite hart, aber nicht auf Kosten anderer.
8. Sei tolerant gegenüber anderen.
9. Sei glücklich und optimistisch, auch in schwierigen Zeiten.
10. Zerstöre nicht, erschaffe.

Fünf Generationen* sind derzeit aktiv im Arbeitsprozess.

1. Nachkriegsgeneration (Radio Beromünster)
2. Babyboomer (Wirtschaftsaufschwung)
3. Generation X
4. Generation Y
5. Generation Game (Z)

* Eine Generation ist definiert als die Gesamtheit der Menschen ungefähr gleicher Altersstufe mit ähnlicher sozialer Orientierung und Lebensauffassung. Die Werte und Eigenschaften einer Generation entstehen vor allem durch die Einflüsse, denen sie in ihren prägenden Jahren, im Alter zwischen 11 und 15, ausgesetzt waren. (Quelle: M. Mangelsdorf)

Idealer Arbeitsplatz

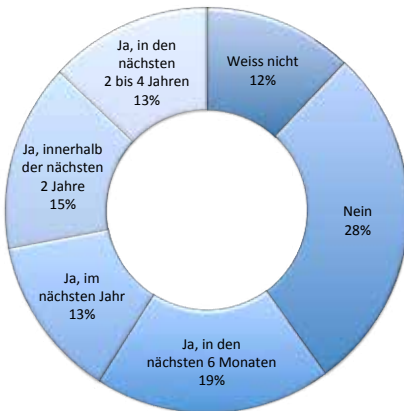
Nicht jeder Arbeitgeber kann sich einen Arbeits-(spiel)platz à la Google & Co. leisten, und das ist auch gar nicht nötig, wenn Sie ein paar einfache Faustregeln berücksichtigen:

- Gestalten Sie einen modernen Arbeitsplatz mit Wohlfühlfaktor. Natürlichkeit, Offenheit und eine abwechslungsreiche Gestaltung sorgen für eine warme, entspannte Atmosphäre mit individueller Note.
- Bieten Sie so viel Flexibilität wie möglich. Lassen Sie Ihre Ypsiloner arbeiten, wann und wo sie wollen, solange das Ergebnis stimmt! Flexibilität und Technologie sind zwei enge Verbündete, die Arbeitgeber sich zunutze machen sollten, um Vertreter der Generation Y für sich zu begeistern. Die Ypsiloner sind an individuelle Lösungen, schnelle Kommunikation und virtuelle Kooperation gewöhnt und streben allgemein nach verbesserter Lebensqualität. Auch mit ROWE (Results Only Work Environment) oder BYOD (Bring your Own Device) können Sie Ihre Arbeitgebermarke attraktiver machen.
- Erlauben Sie zeitgemässe Technologie, soziale Medien und virtuelle Netzwerke am Arbeitsplatz und lernen Sie von der Generation Y, diese zielführend einzusetzen.
- Schaffen Sie eine Unternehmenskultur, die angenehm, informell und positiv ist und in der jeder er selbst sein kann.
- Die Generation Y strebt nach Selbstverwirklichung und Lebensqualität. Wenn Ihr Arbeitsplatz diese intrinsischen Motive unterstützt, haben Sie bereits ein gutes Stück gewonnen.
- Um die Generation Y besser zu verstehen und motivieren zu können, müssen Sie sich auf sie einlassen. Bauen Sie eine Beziehung zu den Ypsilonern auf, indem Sie sie besser kennenlernen, sie aktiv am Geschehen teilhaben lassen und ihnen regelmässig Feedback geben. Wenn Sie lernen, auf ihre Art zu kommunizieren, ist das ein Ausdruck Ihrer Wertschätzung ihnen gegenüber, was ihre Einsatz- und Leistungsbereitschaft erhöht.



- Die Generation Y hat hohe Erwartungen an Arbeitgeber und strebt nach Selbstverwirklichung. Diese Haltung ist jedoch grösstenteils anerzogen und nicht zwangsläufig mit mangelndem Leistungswillen gleichzusetzen. Wenn es Ihnen gelingt, eine gute Beziehung zu Ihren Generation-Y-Mitarbeitern aufzubauen, wird es einfacher, wenn Sie sie einmal auf den Boden der Tatsachen zurückholen müssen. Wenden Sie den motivorientierten Ansatz an. Kommen Sie den Ypsilonern entgegen, etwa durch flexible Arbeitszeiten und die Gelegenheit zu sinnstiftendem Engagement, und zeigen Sie aufrichtiges Interesse am Wohl Ihrer Mitarbeiter. Quelle: M. Mangelsdorf)

Planen Sie, den Arbeitgeber zu wechseln?



„Menschen der Generation Y sind oft behütet und in einem guten Umfeld aufgewachsen“, erklärt der Chef von Universum Schweiz. Damit erklärt er einen weiteren Grund, wieso die Loyalität zum Unternehmen bei dieser Generation abnimmt. In der Arbeitswelt suche sich die Generation Y oft starke Bezugspersonen wie beispielsweise den Vorgesetzten. „Verlässt diese Führungsperson dann die Firma, gibt es häufig das Phänomen, dass auch Vertreter der Generation Y abwandern“. (Quelle: Tagesanzeiger.ch)



Führungsstil und Kommunikation

- Bei der Führung der Generation Y sollte man sich des Unterschieds zwischen Management und Leadership bewusst sein, denn Ypsiloner brauchen beides: die anleitende ebenso wie die inspirierende Seite der Führung. Tendenziell lässt sich beobachten, dass diese Art der Führung den Babyboomern leichter fällt und ihrer eigenen Prägung eher entspricht als der Generation X. Diese muss häufig mehr Zeit und Energie aufbringen, um sich in einen Führungsstil hineinzufinden, der ihr selbst eher fremd ist.
- Offenheit, gegenseitiger Austausch und Authentizität, verbunden mit dem Einsatz moderner Medien, sind der Schlüssel, um in der Kommunikation mit der Generation Y eine Nachricht erfolgreich zu platzieren. Wer es ausserdem schafft, regelmässig einfühlsames und wertschätzendes Feedback zu geben, der kann die Ypsiloner mit relativ geringem Aufwand zu mehr Leistungsbereitschaft bewegen, sie gar zu Höchstleistungen animieren.

Attribute einer Arbeitgebermarke	Prozent der Befragten Hochschulabsolventen, welche dem Attribut eine hohe Wichtigkeit zuschreiben
Freundliche Arbeitsatmosphäre	91%
Eine gute Work-Life-Balance	84%
Kultur, welche die Individualität respektiert	82%
Gute Referenz für zukünftige Karriere	80%
Sponsoring von professionellem Training und Entwicklung	78%
Eine herausfordernde Tätigkeit	77%
Führungsmöglichkeiten	76%
Flexible Arbeitsbedingungen	72%
Ein sicherer Job	67%
Gute Möglichkeiten für einen schnellen Berufsaufstieg	67%
Hohes Niveau von Corporate Social Responsibility	66%
Persönliches mentoring/coaching	66%
Kultur, welche die Gleichstellung der Geschlechter unterstützt	63%
Kultur, welche die Diversität unter Mitarbeitenden schätzt	61%
Leistungsbezogene Bonuszahlung	61%
Attraktiver Standort	59%
Prestige	55%
Möglichkeiten für Umzug ins Ausland sowie Reisen	53%
Kultur, welche unterrepräsentierte Minderheiten akzeptiert	46%

Wichtige Attribute einer Arbeitgebermarke aus der Sicht von angehenden Hochschulabsolventen (Schweiz/Russland), Hubschmid 2012. Aus der Tabelle wird ersichtlich, worauf Arbeitgeber besonders bei der Kommunikation und Ausarbeitung des Personalgewinnungskonzepts gezielt für jüngere Nachwuchskräfte dieser Ausbildungsstufe und Fachrichtung Wert legen sollten.

(Quelle: http://www.hrsswiss.ch/HRSwissCongress/2012HRC/Downloads2012/C1_Doc1_Studie_GER.pdf)

Im Rahmen des IOP-Dissertationsprojektes von Elena Hubchmid konnte Ende 2011 statistisch belegt werden, dass fortgeschrittene Studierende der Wirtschaftswissenschaften sehr stark durch die sog. „Generation Y attitudes“ geprägt sind. Diese attitudes stellen eine prägnante Einflussgrösse in Bezug auf die Anstellungserwartungen der jüngeren Mitarbeiter dar. Es wurden in dieser Studie die Gewichtung von nationalen Unterschieden (deutschschweizerische und russische Kultur) und der Gemeinsamkeiten der Generation Y in Bezug auf die Anstellungserwartungen an potenzielle Arbeitgeber gemessen. Neunzehn mögliche Attribute, die gemäss der Fachliteratur für die Attraktivität einer Arbeitgebermarke von grosser Bedeutung sind, wurden zur Analyse herangezogen, aus welchen sich das ganzheitliche Konstrukt eines Employer Brands zusammensetzt.

Die Mehrzahl der befragten Hochschulabsolventen (N=459*) schreiben solchen Attributen wie *gute Referenz für die zukünftige Karriere (80 Prozent der Befragten)*; *Unternehmenskultur mit ausgeprägtem Respekt gegenüber der Individualität jedes einzelnen Mitarbeiters (82 %)*; *herausfordernde Tätigkeit (77 %)*; *flexible Arbeitsbedingungen (72 %)*; *eine gute Work-Life-Balance (84 %)*; *eine freundliche Arbeitsatmosphäre (91 %)*; *Sponsoring von professionellem Training und Entwicklung (78 %)* und *Führungsmöglichkeiten (76 %)* eine grosse Bedeutung zu.

Intergenerationelle Zusammenarbeit

Es ist beachtliche empirische Evidenz dafür vorhanden, dass sowohl ältere als jüngere Mitarbeitende sich durch eine Reihe von typischen Generationenbesonderheiten unterscheiden. Zugleich kann das Alter allein nicht für unterschiedliche Wertorientierungen verantwortlich gemacht werden. Die Autoren gehen davon aus, dass auch der subjektive Alterungsprozess generationenspezifisch ist. Die Generation Y wird das Älterwerden anders wahrnehmen als heutige Mitarbeitende, welche die Altersgrenze von 55+ Jahren schon überschritten haben. Die Schweizer Wirtschaft benötigt leistungsfähige ältere und motivierte jüngere Mitarbeitende. Daher ist permanentes Streben nach effizienter Zusammenarbeit zwischen jüngeren und älteren Mitarbeitenden zu fördern. Systematische Mitarbeiterförderung von beiden Altersgruppen ist entscheidend für den Erhalt der Motivation und das Ermöglichen effizienter intergenerationeller Zusammenarbeit. Die jeweils „altersgerechte Weiterbildung“ ist Voraussetzung für die Arbeitsmarktfähigkeit älterer und Loyalität jüngerer Mitarbeiter. Investitionen in die Weiterbildung beider Altersgruppen lohnen sich, denn sie helfen die Fluktuation gering zu halten und dienen der Erhöhung der Produktivität. Nicht zuletzt sorgen sie dafür, dass ältere Mitarbeiter gemäss eigenem Lebensentwurf länger im Unternehmen bleiben wollen und können. Eine Integration in ein ganzheitliches Personalmanagementkonzept bei der Ausgestaltung der intergenerationellen Zusammenarbeit und dementsprechend eine sorgfältige Planung aller Personalmassnahmen ist erforderlich. Ansatzpunkte in zahlreichen Personalfunktionen (z.B. Personalentwicklung, Personaleinsatz, Personalerhaltung) auf allen Altersstufen unter Einbezug beider Geschlechter müssen klar definiert sein. Den zentralen Punkt dabei bildet das Eruiere der Bedürfnisse der Mitarbeitende aller Altersgruppen, welche durch Instrumente wie Mitarbeitergespräche und Belegschaftsbefragungen präzisiert und immer wieder aktualisiert werden können.

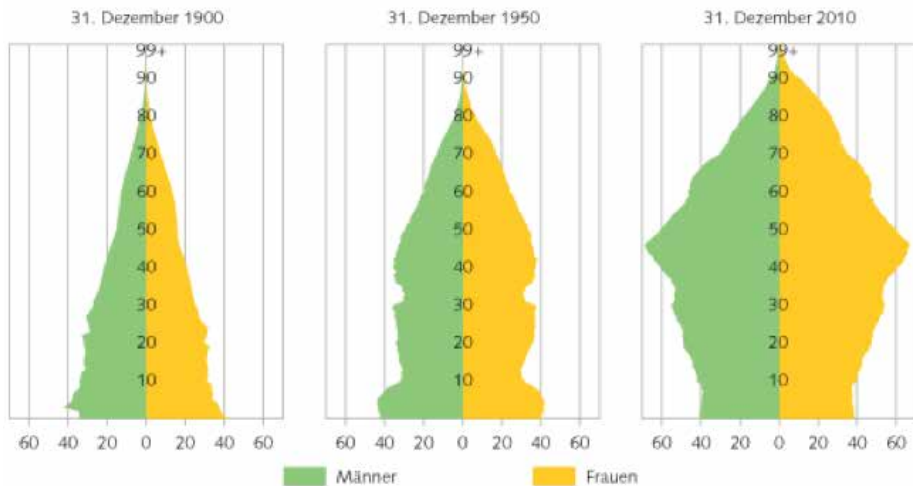
Die Personalmanager werden in den nächsten Jahren in Anbetracht der oben beschriebenen Tendenzen sich bemühen müssen, altersgemischte Teams zusam-

men zu bringen und sie zu einer effizienten Zusammenarbeit zu bewegen. Dafür müssen die Personalspezialisten und -manager möglichst schnell übergreifende Netzwerke etablieren, in welchen Arbeitnehmer verschiedener Generation ihr Wissen austauschen und voneinander lernen können. Dadurch wird vor allem intergeneratives Verständnis, Einfühlungsvermögen und Toleranz für Unterschiede gefördert. Denn Talente haben Mitarbeiter aller Alterskategorien. Um diese zu fördern, muss eine entsprechende Basis vorhanden sein, welche im Unternehmen vor allem durch eine wertschätzende Unternehmenskultur gebildet wird.

* Davon 225 Deutschschweizer (112 Frauen und 113 Männer) und 234 Russen (154 Frauen und 80 Männer)

Altersaufbau der Bevölkerung

Anzahl Personen in 1.000



Quelle: VZ, STATPOP

© BFS

Altersaufbau der Bevölkerung (Männer links, Frauen rechts) in der Schweiz (BFS 2010: Online)

Demografischer Wandel

Die Knappheit an Talenten in der Schweiz und in ganz Europa wird zunehmend zur personalwirtschaftlichen Herausforderung. Gemäss BFS wird im Jahr 2020 der Anteil der über 50-jährigen ein Drittel der Belegschaft in der Schweiz ausmachen. Der demografische Wandel in der Schweiz zeichnet sich vor allem durch die Alterung der Erwerbsbevölkerung von oben infolge der steigenden Lebenserwartung sowie der sinkenden Geburtenrate (die sog. Alterung von unten) aus. Daher wird klar, dass Unternehmen prognostizieren müssen, wie sich ihre jeweilige Arbeitskräftesituation in den nächsten fünf, zehn und fünfzehn Jahren entwickeln könnte. Aufgrund solcher Prognosen sollten die Unterneh-



men ihre Personalstrategien anpassen. So müssen zum Beispiel die erwarteten Talentlücken, welche durch den Austritt der Babyboomer Generation aus dem Arbeitsmarkt entstehen, durch die Gewinnung von Nachwuchskräften geschlossen werden. Um den Bedarf an qualifiziertem Personal rechtzeitig decken zu können, sind Personalerhaltungsmaßnahmen gezielt auf die älteren Mitarbeiter anzupassen und neue Kanäle zur Gewinnung der jungen Hochschulabsolventen zu erschliessen. Zudem gilt es, die effiziente Zusammenarbeit älterer und jüngerer Mitglieder der Belegschaft zu fördern.

(Quelle: http://www.hrsswiss.ch/HRSwissCongress/2012HRC/Downloads2012/C1_Doc1_Studie_GER.pdf)

Stimmen aus der Generation Y

- Miachel Naldi (27) Abteilungsleiter bei SIX SIS in Olten: „Wir haben gelernt, Wissen zu teilen – das macht uns stark. Unsere Stärke ist, dass wir sehr offen und innovativ sind. Wir wissen, dass wir uns permanent weiterbilden müssen“.
- „Wir sehen die Arbeit anders und wir haben viele Forderungen an den Arbeitgeber. Wir wollen eine gute Karriere und wir sind sehr engagiert und motiviert. Wir sind gut und leisten eine gute Arbeit. Die älteren Kollegen denken vielleicht 'Warum bin ich nicht wie sie? Ich habe viele Möglichkeiten verpasst'. Ich glaube sie sind ein bisschen eifersüchtig“. (Frau BWL, geb. 1983)
- „Im Moment ist mir die Karriere wichtiger als mein privates Glück. Das wird sich aber sicher verschieben. Ich hatte immer Phasen, wo ich klar rein habe, dann mal wieder weniger. Ich will jetzt schnell und hart arbeiten, um schnell aufzusteigen, um dann in strategisch relevanten Positionen Entscheidungen mit fällen zu können“. (Mann, Ingenieur, geb. 1984)

(Quelle: <http://de.slideshare.net/carlson/personalmarketing-fr-die-generation-y?related=1>)

Trendanalyse 2015



Die Generation Y (Jahrgang 1981 bis 1995) hat einen entscheidenden Vorteil: Angebot und Nachfrage auf dem Arbeitsmarkt geraten in den kommenden Jahren nachhaltig aus dem Lot. So sind jetzt schon der „War for Talent“ und Fachkräftemangel in Industrie und Handwerk in aller Munde.

Die Praxis-Brücke aus Rheinfelden und das Weiterbildungszentrum Lenzburg möchten mit dieser Befragung herausfinden, ob sich die "Generation Y", durch ihr Aufwachsen als "Digital Natives" im beruflichen Umfeld tatsächlich von früheren Generationen unterscheidet. Wie erleben KMUs diese junge Generation und welche kulturellen und strategischen Veränderungen sind notwendig?

Die Ergebnisse dieser Befragung werden wir am 10. November an einer Abendveranstaltung am Weiterbildungszentrum Lenzburg präsentieren. Sie sind zur Teilnahme herzlich eingeladen und können sich am Ende der Umfrage anmelden.

Bitte nehmen Sie sich nun kurz Zeit, um den Fragebogen auszufüllen.

Als kleines Dankeschön verlosen wir unter allen Teilnehmern zwei Wander-Navigationsgeräte der Marke Garmin.

Herzlichen Dank für Ihre Teilnahme
Mit den besten Grüßen

Hanspeter Fausch
www.praxis-bruecke.ch

Markus Büttler
www.wbzlenzburg.ch

 PRAXIS-BRÜCKE <small>Lenzburg Rheinfelden Chamberg</small>	Hanspeter Fausch Geschäftsführer Praxis-Brücke Seminare AG Rheinfelden Tel: 041 831 10 10 www.praxis-bruecke.ch	 WBZ Weiterbildungszentrum Lenzburg	Markus Büttler Leiter Weiterbildungsmanagement Lenzburg Tel: 042 833 39 22 www.wbzlenzburg.ch
---	--	---	--

Welcher Generation gehören Sie an? *

- 1900 - 1945 "Veteranen"
- 1946 - 1965 "Babyboomer"
- 1966 - 1980 "Generation X"
- 1981 - 1995 "Generation Y"
- 1996 - heute "Generation Z"

Haben Sie bereits vor dieser Befragung von der "Generation Y" gehört? *

- Ja
- Nein

In Welcher Branche ist Ihr Unternehmen tätig? *

- Handwerk
- Industrie
- Dienstleistungen
- Sonstiges:

Wie viele Mitarbeiter(innen) hat Ihr Unternehmen? *

- 0-20
- 21-50
- 51-100
- 101-250
- mehr als 250

Welche Position haben Sie in Ihrem Unternehmen? *

- Geschäftsleitung
- Bereichsleitung
- HR-Leitung
- Mitarbeiter(in)

Weiter »

 20 % abgeschlossen

Die Online-Umfrage finden Sie auf den Homepages
der Praxis-Brücke (www.praxis-bruecke.ch)
und des Weiterbildungszentrums Lenzburg
(www.wbzlenzburg.ch) oder unter diesem Link:

<http://bit.ly/1KQWRMe>

Geben Sie Ihren MitarbeiterInnen die Möglichkeit Ihr Unternehmen intern zu bewerten? *

*

- Ja
 Nein

Wie wichtig sind für die Generation Y folgende Faktoren bei der Arbeitgeberwahl? *

	Weniger wichtig	Wichtig	Sehr wichtig
Freundliche Arbeitsatmosphäre und respektvoller Umgang	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ausgeglichene Work-Life-Balance	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gesundheitsfördernde Programme	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Flache und wenig hierarchische Organisation	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sinngebende Tätigkeiten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Karriere- und Weiterbildungsmöglichkeiten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Transparenz	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wettbewerbsfähige Vergütung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Modernes Arbeitszeitmodell - z.B. Jahresarbeitszeitkonto, Home Office, ...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Attraktive Zusatzleistungen - z.B. Pensionskasse, Kita, Kantine, ...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Mitarbeiter der Generation Y an ein Unternehmen zu binden ist eine Kunst. Was unternimmt Ihr Unternehmen? *

Bitte wählen Sie bis zu drei Antworten.

- Professionelles Einführungssystem für neue Mitarbeiter
 Professionelle Gesprächs- und Feedbacksysteme
 Führungsstil auf Augenhöhe
 (Reverse-)Mentoring (Jung lernt von Alt und Alt lernt von Jung) als Teil der Personalentwicklung
 Sonstiges:

Meine Erfahrung als Arbeitgeber mit der Generation Y (Bitte geben Sie ein paar Stichworte ein)

« Zurück

Weiter »



60 % abgeschlossen

Welcher Führungsstil - denken Sie - animiert die Generation Y zu Höchstleistungen? *

Bitte wählen Sie die aus Ihrer Sicht wichtigsten drei Antworten.

- Anleitendes und inspirierendes Führungsverhalten
- Offenheit, gegenseitiger Austausch und Authentizität
- Einsatz moderner Medien in der Kommunikation
- Regelmässiges einfühlbares und wertschätzendes Feedback
- Kontinuierliche Weiterbildungsangebote
- Klare Anweisungen
- Unparteiischer Führungsstil
- Sonstiges:

Ein Ziel der Generation Y ist es, der nachfolgenden Generation eine intakte Umwelt zu hinterlassen. Welche weiteren Lebensziele verfolgt diese Generation aus Ihrer Sicht? *

Bitte wählen Sie bis zu fünf Antworten.

- Eigene Träume und Talente verwirklichen
- Freizeit und Beruf im Gleichgewicht halten
- Karriere um jeden Preis
- Eigenes Haus / eigene Wohnung
- Viele verschiedene Dinge ausprobieren und entdecken (privat und beruflich)
- Familie und Kinder
- Viele Länder und Kulturen kennenlernen
- Kontinuierliche Weiterbildung mit oder auch ohne Unterstützung des Arbeitgebers
- Nicht nach einem sturen Plan durchs Leben gehen
- Glück ist wichtiger als Geld

Ja, ich möchte das Ergebnis dieser Umfrage per E-Mail erhalten (ab 15. November 2015).

Tragen Sie bitte hierzu Ihre E-Mail-Adresse im unteren Textfeld ein.

Ja, ich melde mich für die Abendveranstaltung "Die Generation Y kommt! Neue Anforderungen an KMU's?" am 10.11.2015 am Weiterbildungszentrum Lenzburg an (Anmeldeformular auf der nächsten Seite). *

Die Anmeldung ist verbindlich. Einladung, Abendagenda und Situationsplan folgen per E-Mail bis zum 30. Oktober 2015. Der Unkostenbeitrag von CHF 30.-* ist an der Abendkasse bar zu begleichen. *Im Preis inbegriffen ist ein "Apéro riche" im Anschluss an die Veranstaltung.

- Ja
- Nein

« Zurück

Weiter »

 80 % abgeschlossen

Einladung zur Abendveranstaltung "Die Generation Y kommt! Neue Anforderung an KMU's?"

10.11.2015 am Weiterbildungszentrum Lenzburg

An dieser Veranstaltung präsentieren wir Ihnen das Ergebnis der Umfrage wie auch weiterführende Informationen rund um das Thema "Generation Y" im beruflichen Umfeld.

Abendkasse: CHF 30.00 inkl. Apéro riche

Name *

Vorname *

E-Mail *

Firma

Strasse *

PLZ / Ort *

Wir würden uns freuen, Sie am 10. November am Weiterbildungszentrum Lenzburg persönlich begrüßen zu dürfen.

Mit besten Grüßen

Hanspeter Fausch
Praxis-Brücke AG

Markus Büttler
Weiterbildungszentrum Lenzburg



« Zurück

Senden

100 %: Sie haben es geschafft.

Geben Sie niemals Passwörter über Google Formulare weiter.

Ende der Trendanalyse 2015



www.wbzlenzburg.ch



Weiterbildungszentrum Lenzburg

Agenda der Abendveranstaltung

Die Generation Y kommt!

Neue Anforderungen für KMU's?

Weiterbildungszentrum Lenzburg (10. November 2015)

- 17.30 - 18.00 Uhr **Eintreffen der Gäste**
- 18.00 - 18.15 Uhr **Begrüssung**
„Einführung in das Thema: Generation Y“
(Markus Büttler)
- 18.15 - 18.30 Uhr **Inputreferat**
„Eine Y-lonerin erzählt aus ihrem Leben
und ihren Umgang mit dem Arbeitsalltag“
(Corinne Kuratle)
- 18.30 - 18.40 Uhr **Auf den Punkt gebracht**
„Was erwartet ein Y-loner als Arbeitnehmer“
(Markus Büttler)
- 18.40 - 19.05 Uhr **Ergebnisse der Trendanalyse 2015**
„Die Generation Y kommt!
Neue Anforderungen an KMU's?“
(Hanspeter Fausch)
- 19.05 - 19.15 Uhr **Co-Teaching**
„Stärken der Arbeit im System Y“
(Hanspeter Fausch, Markus Büttler)
- 19.15 - 19.45 Uhr **Talk auf dem Podium**
„Erfolgreiche Strategien im Umgang mit der
Generation Y im beruflichen Umfeld und für
eine intergenerationelle Zusammenarbeit“
(Hanspeter Fausch, Markus Büttler, Christoph
Schmitt, Corinne Kuratle, N.N. Personalleiter,
Moderation noch offen)
- 19.45 - 20.00 Uhr **Zusammenfassung**
„Zum Abschluss: 10 Tipps zur Generation Y“
(Hanspeter Fausch, Markus Büttler,)
- 20.00 - 21.30 Uhr **Apéro Riche**
Networking und Ausklang

Die Generation kommt!

Y



Neue Anforderungen an KMU's?

Quellen

Glück schlägt Geld

Von Kerstin Bund (Murmann Verlag; 2014)

Spiegel-online-Artikel:

Generation Internet:

Wie Personaler Mitarbeiter von morgen aufspüren

Von Marike Frick

(<http://bit.ly/1gq2pAl>)

Witz auf Seite 3

(<http://twtpic.com>)

30 Minuten: Generation Y

Von Martina Mangelsdorf

(<http://bit.ly/1J695Lc>)

Universum Professional Survey 2013

(<http://bit.ly/1HkT56F>)

Intergenerationeller Wissenstransfer:

Besonderheiten jüngerer und älterer Mitarbeitenden.

Von Norbert Thom und Elena Hubschmid

(<http://bit.ly/1KRblvH>)

Preparing for Generation Y

Von Christoph Fellingner

(<http://bit.ly/1JRvsK1>)

Warum Generation Y schneller den Job wechselt

Von: Andi Wullschleger

www.Tagesanzeiger.ch (<http://bit.ly/1Ft2zZ>)



Die Ergebnisse der Trendstudie werden wir an unserer
Abendveranstaltung **vom 10. November 2015**
am **Weiterbildungszentrum Lenzburg** präsentieren.



Weiterbildungszentrum Lenzburg

Weiterbildungszentrum Lenzburg

Markus Büttler

Neuhofstrasse 36

5600 Lenzburg

Tel. 062 885 39 02

Fax 062 885 39 10

weiterbildung@wbzlenzburg.ch

www.wbzlenzburg.ch



PRAXIS-BRÜCKE

Beratung | Seminare | Coaching

Praxis-Brücke AG

Hanspeter Fausch

Jagdgasse 1

CH-4310 Rheinfelden

Tel.+41 61 831 10 10

Fax+41 61 831 10 57

E-Mailinfo@praxis-bruecke.ch

www.praxis-bruecke.ch