

18.05.2018

Die Selfie-Generation als Herausforderung für Führungskräfte



Generation X, Y und nun Generation Z, die nach einem Bericht der dpa-infocom vom 19.3.18 als „Generation Selfie“ bezeichnet wird. Diese Generation der 14 bis 21 jährigen zeichnet sich dadurch aus, dass sie sich selbst regelmäßig ablichten und ihre Selfies auf sozialen Netzwerken posten. Damit rufen sie laut: „schaut her, wie wichtig ich bin und welches Talent zum Medienstar in mir steckt“. Sie verwenden viel Zeit für das perfekte Outfit, die richtige Pose, den perfekten Hintergrund und Szene. Laut der Studie haben 30 Prozent der Jugendlichen den Wunsch, durch Postings berühmt zu werden. Das Selbstbildnis ist für 26% tägliche Routine, 39% lichten sich selbst mindestens einmal die Woche ab. Befragt wurden 1000 Personen zwischen 14 und 21 Jahren, ergänzt durch tiefenpsychologische Interviews.

Jeder ist sein eigener Marketing-Manager

Ganz offensichtlich ist damit der Wunsch nach Selbstdarstellung und Außenwirkung verbunden. Die junge Generation versteht sich als Marketingmanager in eigener Sache. Und wer nicht aktiv im Internet ist, den gibt es einfach nicht. Da stellt sich die Frage: welche Auswirkung hat diese Selbstverliebtheit der neuen Generation auf Führung und Zusammenarbeit in der Arbeitswelt?

Führung mit Image

Ein entscheidender Treiber für die Arbeitgeberwahl ist das Bild des Unternehmens, es soll ja zum eigenen Bild passen. Laut dem Arbeitgebermagazin „Faktor A“ bevorzugt die junge Generation Betriebe, die gesellschaftliche Verantwortung tragen. Pluspunkte sind nachhaltige Produkte, faire Arbeitsbedingungen, Familienfreundlichkeit, transparente Lieferketten, soziale Verantwortung, Umweltschutz, Enkeltauglichkeit, Aufstiegsmöglichkeit usw. Dabei werden einschlägige Portale des Erfahrungsaustauschs wie Kununu als Informationsquelle genutzt, ebenso YouTube Filme übers Unternehmen und authentische Berichte der Mitarbeiter. Die junge Generation möchte sich mit dem Arbeitgeber identifizieren und wenn

Kontakt

Zukunftswerkstatt Transformation
c/o FutureCamp Holding GmbH
Aschauer Str. 30
81549 München
Tel. +49 (89) 45 22 67 -0
Fax +49 (89) 45 22 67 -11
webkontakt@zukunftswerkstatt-transformation.de

Rechtliches

Impressum
Datenschutz
Rechtliche Hinweise

das passt, auch gerne eine längere Bindung eingehen. Sicherheit ist der neue Wert, was nicht verwundert, wenn eine Generation aufwächst zwischen Meldungen über Umweltzerstörung, Zerfall der EU und der Fraglichkeit von Rentenansprüchen.

Frag mich!

Ein weiterer Wunsch der neuen Generation ist es, als Experte auch gefragt zu sein. Schluss mit der frustrierenden Haltung, die erfahrenen Mitarbeiter wüssten alles besser. Sie sind der Experte zum Thema Digitalisierung, Imagefilme für junge Leute drehen, neue Ideen bei der Aufbereitung von Unternehmensinfos für künftige Azubis und anderes mehr. Gegenseitiges Lernen und Erfahrungsaustausch auf Augenhöhe, jede Generation auf ihrem Gebiet, ist der Treiber der jungen Leute.

Mach es mir einfach

Aufgewachsen in einer Welt des größtmöglichen Wohlstands möchte die junge Generation auch weiter bequeme Wege. Keinesfalls soll stundenlanges Pendeln dabei sein, auch wenn die Firma ganz interessant ist. Dazu ist die Freizeit zu wichtig und auch Anreize wie Dienstwagen, Firmenhandy und Prämien sind kein Gegenargument. Worklife balance wird zu lifelife balance.

Diese Ansprüche der jungen Leute werden zur neuen Herausforderung für die Unternehmen. Und auch die anderen Generationen Baby Boomer, X und Y werden wohl davon profitieren.

Autorin: Heidrun Ullrich

Tags: Führung Arbeit Kommunikation

Kontakt

Zukunftswerkstatt Transformation
c/o FutureCamp Holding GmbH
Aschauer Str. 30
81549 München
Tel. +49 (89) 45 22 67 -0
Fax +49 (89) 45 22 67 -11
webkontakt@zukunftswerkstatt-transformation.de

Rechtliches

Impressum
Datenschutz
Rechtliche Hinweise