

## **FAQs zum Online-Seminar „Age Diversity – Erfolgsfaktor Generationenmanagement“**

### **Ein paar Tipps: wie kann man ältere Beschäftigte oder Bewerber/innen abholen in den veränderten Rahmenbedingungen und modernen Unternehmen, damit sie sich nicht abgehängt fühlen?**

Wichtig ist an dieser Stelle Beteiligung. Wenn Führungskräfte ältere Beschäftigte fragen, was sie brauchen, wie es Ihnen ggf. ergangen ist, als älterer Beschäftigter neu in ein Unternehmen einzusteigen und ob sie dabei helfen können, zukünftig das Onboarding älterer Beschäftigter optimal zu gestalten, wird durch Partizipation eine gute und konstruktive Atmosphäre geschaffen.

### **Wie geht man mit dem Thema Eifersucht und Unverständnis um in diesem Umbruch? Die ältere Generation hatte ja nie den Luxus, dass auf sie so geachtet wird (so sagen sie jedenfalls). Es scheint, das Thema Diversity Management kommt nur auf, aufgrund der lauten Bedürfnisse der jungen Generation.**

Unternehmen sollten das Thema Mitarbeiterbindung noch vor Mitarbeitergewinnung stellen. Denn Beschäftigte, die sich wohlfühlen, tragen diese Botschaft nach außen. Dabei ist entscheidend, bei Befragungen alle Generationen einzubeziehen und zu vermitteln, dass das Unternehmen nicht nur attraktiv für Nachwuchskräfte sein möchte, sondern genauso das Erfahrungswissen der älteren Beschäftigten schätzt.

### **Ist es nicht auch ein Problem, dass wir in der älteren Generation oft vergessen, dass wir im jüngeren Alter auch in einem schnelleren Takt gelebt haben?**

Es ist verständlich, dass es Älteren schwerer fällt, sich an den eigenen früheren Takt zu erinnern. Dafür kann „Reverse Mentoring“ hilfreich sein, indem man die Jüngeren einfach mal fragt: „Was ist der Grund für deinen schnellen Takt?“ oder „Zeig mir doch mal, was du auf deinem Smartphone machst.“

### **Worin liegt der Stress der jüngeren Generation begründet? Was ist Auslöser? Sind es die "Instagram-Vorgaben"/die online kommunizierte "Heile Welt", der Druck genügend Geld zu verdienen um das neueste Gadget zu haben?**

Das Sozialleben hat sich durch Smartphones und soziale Netzwerke stark verändert und führt dazu, dass junge Menschen nur schwer abschalten können, weil sie ständig online sind. Soziale Netzwerke wie Instagram führen dazu, sich ständig mit anderen zu vergleichen und verstärken dabei oft das Empfinden, dass es anderen besser geht.

### **Welchen Einfluss haben die Pandemie und der Ukraine-Krieg auf die Werte der Generation Z. Hat sich dadurch etwas verändert?**

Die Werte Vertrauen sowie Gesundheit haben noch stark an Bedeutung gewonnen und sind generationsübergreifend zu den wichtigsten Werten geworden. Beim Thema Vertrauen ist eine besonders starke Veränderung festzustellen. Das betrifft sowohl das private Umfeld als auch das Vertrauen in die Politik in einer Zeit, in der die persönliche wirtschaftliche Situation durch die aktuellen Krisen so stark betroffen ist.

### **Es ist verständlich, dass die Älteren sich mit der Jugend beschäftigen sollten. Gibt es jedoch auch Tipps und Möglichkeiten, dass die Jugend auch die Älteren versteht?**

Wichtig ist, einen Rahmen zu schaffen, der die junge Generation zum Zuhören bringt und Gleichberechtigung vermittelt. Dabei sollten Botschaften wie „Du musst“, oder „Das haben wir schon immer so gemacht“ vermieden werden. Hilfreich ist, Interesse an den Bedürfnissen der jungen Generation zu vermitteln und so wiederum eine Bereitschaft zum Zuhören für die Bedürfnisse der älteren Generation zu wecken.

**Der Verweis auf die Arbeitsweise von Amazon und der Einfluss auf die Generation Z hat mich als 65-jährigen überrascht. Wird nicht mehr unterschieden, ob ich als Konsument oder Leistungserbringer auftrete?**

Der Vergleich der Arbeitswelt und der Logik von Amazon bezog sich auf die Entscheidungsfindung junger Menschen. Junge Menschen haben sowohl bei Lebens- als auch bei Konsumententscheidungen dieselben Sorgen: eine falsche Entscheidung zu treffen, sich festlegen zu müssen, oder etwas zu verpassen (Stichwort #FOMO, Fear of missing out). Die grundsätzliche Logik, junge Menschen auf dem Weg über die Entscheidungsfindung und zur Entscheidungsbindung zu begleiten, ist ganz ähnlich, egal ob Konsument oder Leistungserbringer. Mit zwei Unterschieden: Die Entscheidung für die eigene Zukunft fühlt sich noch größer an und Unternehmen haben als Arbeitgeber mehr Möglichkeiten, persönliche Beziehungen zu Bewerberinnen und Bewerbern aufzubauen (Stichwort #Preboarding).

**Unser größtes Problem: die jungen Bewerberinnen und Bewerber haben seit der Pandemie oft Hunde und wollen diese zum Arbeitsplatz mitnehmen. Unsere älteren Beschäftigten haben Angst / und kein Verständnis. Wie bringen wir hier die Bedürfnisse zusammen?**

Wichtig ist, auf Ängste Rücksicht zu nehmen. Wenn es um Verständnis geht, kann es hilfreich sein, alle Beteiligten eines Teams/einer Abteilung einzubeziehen und gemeinsame „Spielregeln“ festzulegen.

**Will die Generation Y wirklich noch Karriere machen? Wir erleben eher den Wunsch nach Work Life Balance.**

Viele in der Generation Y sind in einer Lebensphase, in der das Familienleben bereits eine große Rolle spielt und die gesellschaftliche Entwicklung sich zunehmend in eine partnerschaftliche Verteilung der Familienarbeit bzw. Betreuung bewegt. Dadurch entsteht der Wunsch nach mehr Work Life Balance und zugleich ist diese Generation aufgrund ihrer Lebensphase auf Geld und Sicherheit angewiesen.

