

LEITFADEN

Tipps für eine motivierende Kommunikation mit Millennials und der Generation Z

April 2019

INHALTSVERZEICHNIS

EINLEITUNG	3
DEFINITION DER MITARBEITER-GENERATIONEN	4
13 TIPPS FÜR DIE KOMMUNIKATION UND MOTIVATION DER MILLENNIALS UND GENERATION Z- MITARBEITER	5
ZUSAMMENFASSUNG	8
ÜBER SPEAKAP	9
KONTAKT	9



EINLEITUNG

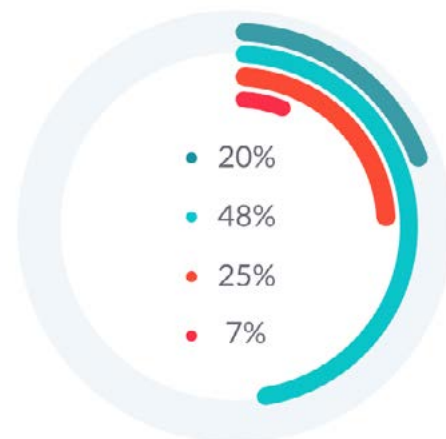
Es sind schwere Zeiten für alle, die mit dem Personalmanagement oder Personalkommunikation in Unternehmen zu tun haben. In den letzten Jahren hat die Generation Z das Arbeitsalter erreicht während das Pensionsantrittsalter in fast allen Ländern der Welt angehoben wird. Dies bedeutet, dass die Belegschaft eines Unternehmens potentiell vier Generationen spannt – alle unter einem (hypothetischen) Dach.

Unsere kürzlich durchgeführte **Speakap Befragung von HR Experten in Non-Desk Branchen zeigte**, dass Millennials bei 48% der Unternehmen die Mehrheit der Non- Desk Mitarbeiter ausmachen, gefolgt von der Generation X (25%), Generation Z (20%) und Baby Boomers (nur 7%).

Belegschaften haben natürlich schon immer aus mehreren Generationen bestanden, allerdings noch nie aus so vielen unterschiedlichen und – dank der Geschwindigkeit der technologischen Entwicklungen der letzten Jahrzehnte – könnte man behaupten, es hätte noch nie solche großen Unterschiede zwischen den Generationen gegeben. Von den ältesten Mitarbeitern, die wahrscheinlich schon in ihren späten Vierzigern waren bevor sie ihr erstes Mobiltelefon besaßen, zu den jüngsten, deren Eltern bereits iPods hatten – die Vertrautheit und Beziehung mit digitalen Geräten, sozialen Medien und dem Internet als Ganzes und dadurch auch die Art, in der sie mit der Welt interagieren, ist sehr verschieden.

Und dann sind da noch die extrem unterschiedlichen sozialökonomischen Bedingungen, in denen sie aufgewachsen sind: vom Kalten Krieg zu Trump; vom

Wohlstand und apolitischen 80ern zu dem neuen Bewusstsein für soziale Verantwortung und der ökonomischen Unsicherheit der Obama-Ära. Aber was bedeutet dies für die Mitarbeiter von heute? Zum Glück haben die unterschiedlichen Generationen von Mitarbeitern auch Gemeinsamkeiten, besonders ihre professionellen Eigenschaften sind ähnlich. Die Herausforderung liegt oft darin die Kommunikations- und Motivationstaktiken nur nuanciert zu verändern und an den Mitarbeiter anzupassen, anstatt das Rad komplett neu zu erfinden. Millennials sind vielleicht die am schwersten zu motivierende Generation, aber sie machen nun den größten Teil der modernen Belegschaft aus, also werden alle Unternehmen lernen müssen sie zu bestärken.



- Generation Z (zwischen Mitte 1990er und Mitte 2000er geboren)
- Millennials oder Generation Y (zwischen Mitte 1980er und Anfang 1990er geboren)
- Generation X (zwischen Mitte 1960er und Anfang 1980 geboren)
- Baby Boomer (zwischen Mitte 1940er und Anfang 1960er geboren)

DEFINITION DER MITARBEITER-GENERATIONEN



BABY BOOMERS

Zwischen 1946 und 1964 geboren sind sie typischerweise praktisch denkend, hart arbeitend und wollen gerne einem Arbeitgeber treu bleiben. Sie sind zielgerichtet, suchen finanzielle Belohnungen und sehen harte Arbeit und Überstunden als den Weg zum Ziel. Sie respektieren Autorität aber haben eine zynische Seite und sie finden es natürlich am schwierigsten mit der neuen Technologie umzugehen, sind aber bereit es zu versuchen.

Zwischen 1965 und 1976 geboren, haben die Generation X als Kinder viel Zeit allein verbracht, weil ihre Eltern hart gearbeitet haben, deshalb sind sie sehr unabhängig. Sie sind auch diejenigen, die das Konzept einer Work-Life Balance eingeführt haben. Sie glauben an die Leistungsgesellschaft, sind digital gewandt aber nicht unbedingt native.

GENERATION X



MILLENNIALS (GENERATION Y)



Zwischen 1977 und 1995 geboren sind die Millennials die erste wirklich technologisch begabte Generation und sie nutzen dies, um neue Fähigkeiten, Feedback, Mentoring und Einsichten zu bekommen. Sie sind viel weniger arbeitgebertreu als vorangegangene Generationen und wechseln gerne in unterschiedliche Rollen. Sie mögen Arbeitsplätze, wo Zusammenarbeit und Kommunikation wertgeschätzt wird und sie haben hohe Erwartungen an die Unternehmen, für die sie arbeiten und an die Marken, die sie kaufen.

Nach 1996 geboren, genießt die Generation Z die Flexibilität und Balance, die von den vorherigen Generationen gefordert wurde, aber sie mögen auch mehr Struktur und Leitung und sind (unter den richtigen Umständen) treuer als die Millennials. Sie sind wahre digital Natives, legen aber Wert auf persönliche Kommunikation, soziale Gruppen und online Communities.

GENERATION Z (IGEN ODER CENTENNIALS)



13 TIPPS FÜR DIE KOMMUNIKATION UND MOTIVATION DER MILLENNIALS UND GENERATION Z-MITARBEITER

1. Passen Sie die Kommunikation dem Publikum an

Für die interne Kommunikation ist das Medium oft wichtiger als die eigentliche Nachricht. Unsere Studie „[Technology's Role in Managing & Retaining Employees](#)“ zeigte, dass 49% der HR Manager aufgrund von unterschiedlicher Vertrautheit und Fertigkeit der Mitarbeiter mit der Technologie die interne Kommunikation anpassen. 27% nannten unterschiedliche Levels der mobilen Annahme als den Grund. Es ist nicht was Sie sagen, das Ihnen hilft jüngere Generationen zu erreichen, sondern wie Sie es sagen.

2. Wählen Sie vertraute Plattformen und Lösungen

Es wird oft erwähnt, dass die Generation Z die erste ist, die Kinderserien auf dem iPad geschaut hat, aber es ist auch die erste Generation, die mit den Social Media aufgewachsen ist. Beinahe die Hälfte aller HR Manager glauben, dass Millennials und Generation Z-Mitarbeiter eine Mitarbeiter kommunikations plattform wollen mit ähnlichen Funktionen, wie die sozialen Medien, die sie ihr ganzes Leben lang verwendet haben.

Die Möglichkeiten sind unendlich

Auch wenn die Motivation der Millennials und Generation Z herausfordernd sein mag und sogar von dem Unternehmen ganz neue Fähigkeiten verlangt, sind die möglichen Vorteile enorm. Studien zeigen, dass junge Mitarbeiter ehrlich vom Arbeitgeber motiviert werden wollen und wenn sie einmal engagiert sind großartige Arbeit leisten.

3. Das Gesamterlebnis zählt

Gut zu kommunizieren ist für Millennials und Generation Z-Mitarbeiter nicht genug; sie sind eine anspruchsvolle Gruppe von Mitarbeitern und erwarten, dass das gesamte Arbeitserlebnis in Betracht gezogen, geplant wird und nützlich ist. Das beginnt bei der Personalsuche und geht mit Onboarding, Mitarbeiterbindung und Karrierechancen weiter. Das mag nicht einfach sein, aber es ist es wert: 27% der HR Teams finden die Bindung des Personals eine der Hauptherausforderungen, 21% machen es im Jahr 2019 zu ihrer obersten Priorität.

4. Stellen Sie Sicherheit an erste Stelle

Die Millennials und Generation Z sind mit der Technologie aufgewachsen, somit auch mit den ständigen Nachrichten von Sicherheitslücken und Datenschutzverletzungen. Dies macht sie sicherheitsbewusster als ihre älteren Kollegen; wenn sie die Datensicherheit ihrer privaten Daten hoch auf Ihre Liste setzen, dann werden sie Sie belohnen indem sie mehr Informationen mit Kollegen teilen, Inhalte kommentieren und damit interagieren und oft Privatnachrichten mit gezielten Gruppen den unternehmensweiten Aussendungen vorziehen.

5. Das echte Leben ist Echtzeit

In einer Welt aufgewachsen, in der der Kundenservice einer Marke auf sozialen Medien innerhalb einer Stunde antwortet, erwarten die Millennials und Generation Z dasselbe von ihrem Arbeitsplatzserlebnis. 47% der HR Manager sagen, dass die jüngeren Mitarbeiter erwarten, dass ihre Fragen in Echtzeit beantwortet werden. Erschaffen Sie Kanäle und Prozesse, die dies ermöglichen.

6. Erlauben Sie den Mitarbeitern ihre Bedingungen zu wählen

Die ständige Erreichbarkeit in der modernen Welt bedeutet, dass Millennials und Generation Z-Mitarbeiter nach der Arbeitszeit mit geringerer Wahrscheinlichkeit als ihre älteren Kollegen abschalten können. Der Schlüssel ist hier Flexibilität: geben Sie denen, die abschalten wollen die Möglichkeit dies zu tun (Speakap hat zum Beispiel den „**bitte nicht stören**“ Modus) während Sie den anderen ermöglichen mit dem Arbeitgeber verbunden zu bleiben.

Beziehen Sie sich auf lokale Gesetze

Manche Länder und Staaten haben Gesetze zur Kommunikation mit Mitarbeitern außerhalb der Arbeitszeit. Stellen Sie sicher, dass Sie die Bestimmungen zum Recht auf Abschalten kennen.

7. Für die Generation Z ist das Erlebnis gleich Motivation

„Die Mitarbeiter auf Langzeit motivieren“ und „die Beziehung zwischen Mitarbeitern und Management verbessern“ sind 2019 die Top-Prioritäten für das Management der Generation Z-Mitarbeiter. Diese unterscheiden sich von den Prioritäten für Millennials und Baby Boomer. Generation Z-Mitarbeiter haben hohe Erwartungen und wollen außergewöhnliche Erlebnisse, sei es mit Marken, mit denen sie interagieren, dem Arbeitgeber oder ihrem direkten Vorgesetzten. HR Teams müssen die Tools, Manager und Erlebnismomente identifizieren, die die Generation Z motivieren und das Beste aus ihnen herausholen.

8. Bieten Sie eine Vielfalt an Aufgaben

Eine **LinkedIn Umfrage ergab 2018**, dass Mitarbeiter unter 24 mit drei Mal höherer Wahrscheinlichkeit den Job wechseln als Baby Boomers. 16% der HR Experten nannten „die Reduzierung der Mitarbeiterfluktuation“ als ihre oberste HR Priorität 2019, die Fluktuation der Generation Z zu verringern ist also mehr als bedeutend. Indem sie vielfältige Nachwuchsstellen anbieten, können Unternehmen der Generation Z die Palette an Erfahrung bieten, die sie sich wünschen und sie so an das Unternehmen binden.

9. Individualität hoch schätzen

Soziale Medien haben jeden zum Star ihrer eigenen Kanäle gemacht und die Konsumententechnologie bietet dazu die passenden individualisierten Erlebnisse. Indem Sie sich proaktiv und andauernd bemühen alle Mitarbeiter kennenzulernen, können Sie die hohe Fluktuation der Millennials und Generation Z verringern. Technologie, wie ein Enterprise Social Network (ESN) kann dies auch bei tausenden Mitarbeitern möglich machen. Neue Mitarbeiter können zum Beispiel ermutigt werden sich bei ihrem neuen Team oder Arbeitsplatz vorzustellen. Das klingt vielleicht sehr einfach, aber dies kann den Mitarbeitern helfen digitale Kontakte zu knüpfen und ihnen das Gefühl geben als Individuum wertgeschätzt zu werden.



10. Echte Fragen stellen

Eine andere Art eine bessere Beziehung mit den jungen Mitarbeitern aufzubauen und ihnen das Gefühl zu geben unterstützt zu werden und verbunden zu sein, ist es sie nach ihrer Meinung, ihren Einsichten, Bedürfnissen, Präferenzen und Vorschlägen zu fragen. Wieder kann die Technologie hier hilfreich sein dies auf ein großes Personal zu skalieren. Eine Mitarbeiterapp mit eingebauter Umfragefunktion kann Ihnen helfen einem großen Personal zuzuhören und relevantes Feedback schnell umzusetzen.



11. Sprechen Sie die Sprache der Likes

Die Generation Z, die mit den sozialen Medien als fixen Bestandteil ihres Lebens aufgewachsen sind, haben ihren eigenen Wortschatz und Abkürzungen, die in alle Bereiche ihres Lebens übergehen. Eines dieser Termini ist das „Like“. Ob es ein Herz oder ein Daumen ist, mit den Like drücken sowohl Millennials als auch die Generation Z aus, dass es ihnen etwas bedeutet: ob dies ein Prozessupdate ist, Nachrichten eines Kollegen oder ein Zweig, das seine Geschäftsziele übertrifft – geben Sie ihren Mitarbeitern die Chance zu „ liken“. **Unsere Daten von Q4 2018 zeigten**, dass Unternehmensupdates 77% aller Likes auf Speakap bekamen. Wenn Manager und Führungskräfte ein paar Likes auf Updates, Kommentare und Bilder geben ist es eine extrem schnelle, aber wertvolle Art jüngeren Mitarbeitern die Aufmerksamkeit zu schenken, die sie ersehnen.

Chatten ist lernen

Fast zwei Drittel der geteilten Inhalte auf Speakap im Q4 2018 waren Privatnachrichten. So teilen Mitarbeiter Wissen und bauen Beziehungen auf. Dies zeigt auf, dass es von modernen Organisationen verlangt wird die Mitarbeiter mit konformen, benutzerfreundlichen Messaging-Plattformen zu bestärken.

12. Erschaffen Sie eine Feedback-Kultur

Jüngere Mitarbeiter wollen mehr von ihrem Job als nur ein Gehalt. Sie suchen zunehmend nach Erfüllung und einer Bestimmung/Aufgabe, selbst bei Teilzeitjobs. Einer der entscheidendsten Arten für Arbeitgeber dies zu liefern, ist durch Feedback. Allerdings geben beunruhigender Weise 57% der HR Manager in Non-Desk Branchen zu keinen Feedback Prozess für ihre Frontline-Mitarbeiter zu haben.

13. Die Video-Inhalte zählen

Wenn eine Person aus der Generation Z wissen will, wie man etwas macht, ist der erste Stopp normalerweise ein Anleitungsvideo auf YouTube. Die jüngeren Generationen erleben die Welt durch Video und unsere **Q4 2018 Plattformnutzungsdaten zeigen**, dass dies auch bei der Mitarbeiterkommunikation der Fall ist. Interaktive Dateien (wie Fotos, GIFs, Videos) werden 10% mehr geöffnet als traditionelle Formate. Unternehmen können dies für sich nutzen; kündigen Sie Unternehmensnachrichten in einem Videoformat an, stellen Sie sicher, dass Trainingsmaterialien visuell sind und vielleicht haben Sie sogar einen Vlog (Video-Blog) der Führungskräfte anstatt Aktualisierungen im Textformat oder Blog Artikeln.

ZUSAMMENFASSUNG

Es ist äußerst schwierig effektiv mit einem Personal zu kommunizieren und die Mitarbeiter zu motivieren – es erfordert ständiges Engagement, um die richtige Kultur zu erschaffen. Diese Herausforderung wird noch größer, wenn ihr Personal potentiell vier Generationen überspannt: Baby Boomer, Generation X, Millennials und Generation Z. Jede dieser Generationen ist anders in Bezug auf Eigenschaften, Anforderungen, Motivationen und Bedenken. Eine moderne HR Organisation muss einen Weg finden zusammenzuarbeiten und alle zu inspirieren.

Wenn man an der Oberfläche kratzt, findet man etwas, das für jeden, der mit Maslows Pyramide vertraut ist (jeder der im HR arbeitet) kaum überraschend sein wird. Egal welcher Generation sie angehören, alle Mitarbeiter wollen ein reibungsloses Onboarding, bessere Mitarbeiter-Manager Beziehungen, konstruktives Feedback in Echtzeit und eine höhere Arbeitsplatzzufriedenheit. Auch die modernste Organisation ist noch auf der Suche nach Wegen außerordentliche Mitarbeiter anzulocken, die in ihrer Rolle aufgehen, beim Unternehmen bleiben und sich darin weiterentwickeln.

Die Unmittelbarkeit und Wechselwirksamkeit, welche die Technologie mit sich bringt, haben dazu geführt, dass jüngere Mitarbeiter Probleme schneller und genauer erkennen. Besonders in der Frontline, wo der Druck stärker gespürt wird.

Es gibt eine Konstante, die die Lieferung und Wirksamkeit der Mitarbeiterkommunikation verbessern kann: Technologie. Genauer gesagt kann eine Plattform zur internen Kommunikation Generationen überbrücken, indem die Produktivität, Verbundenheit und Kultur gefördert werden. Wenn es Notfälle gibt, kann die richtige Mitarbeiter kommunikations plattform nicht nur wichtige Informationen an die Mitarbeiter bringen, sondern auch die Reaktionszeit für Lösungen effektiv beschleunigen.



ÜBER SPEAKAP

Speakap wurde im Jahr 2011 von Patrick Van der Mijl und Erwin Van der Vlist gegründet. Es eine sicheres, privates Enterprise Social Network, das Unternehmen im Einzelhandel, Gastgewerbe und Restaurants, Unterhaltung, Reise, Autoindustrie, Produktion und Logistik verwenden, um ihre Non-Desk Mitarbeiter zu erreichen, zu unterstützen und engagieren. So können sowohl die Non-Desk Mitarbeiter als auch Unternehmen von den unzähligen Vorteilen, wie höherer Produktivität, erhöhter Jobzufriedenheit, erhöhtem Wissen über Produkte, Verkaufsaktionen und Angebote, besserer Arbeitsleistung, verringerter Abwesenheit und Fluktuation und erhöhten Verkaufszahlen profitieren.

Ob auf der Verkaufsfläche, in der Küche oder in der Produktion, Speakap ist rund um die Uhr verfügbar und ermöglicht, von jedem internetverbundenen Gerät aus, die Kommunikation und Zusammenarbeit. Das Unternehmen hat aktuell über 350 Kunden in 27 Ländern weltweit, mit dabei sind starke und vertraute Marken, wie McDonald's, IKEA, Hudson's Bay und Rituals. Die Zentrale des Unternehmens ist in Amsterdam mit weiteren Büros in New York, London, Barcelona, Sao Paolo, Köln und Diegem.

Erfahren Sie mehr unter www.speakap.de.

Kontaktieren sie uns

Für den Verkauf
E-Mail: sales@speakap.com

USA:	+1 516 900 5559
GB:	+44 203 608 5087
Niederlande:	+31 208 204 296
Spanien:	+34 931 514 516
Vertriebspartner Deutschland (Workforce IT):	+49 221 5694407

