



stellt – mehr, als alle anderen vor ihr? Jede Generation verändert ihre Vorgängergeneration, erklärt David-Wiedemann. Bei Generation Z sei der Impact aber deshalb so viel größer als bei vorhergehenden Generationen, weil sie mit der *digitalen Transformation* einhergeht beziehungsweise sogar durch diese bedingt ist. Denn sie ist die erste Generation, die mit Internet, Smartphone und Co. tatsächlich aufgewachsen ist. „Jetzt sind

”

Fail fast, learn fast: Man kann ruhig einmal etwas falsch machen – besser, du machst etwas falsch, als du machst es gar nicht.

Hildegard Linsbauer
Marken- & Kommunikationsstrategin

wir als Menschen, als Gesellschaft, als Unternehmen, Arbeitgeber und Kommunikationsverantwortliche sowieso schon mit der digitalen Transformation mehr als beschäftigt. Und dann begegnen wir zusätzlich auch noch Menschen, die gefühlt völlig anders leben, ihr Leben mit neuen Maßstäben gestalten.“

Hohe Anforderungen an alle
Anders – das macht die Generation Z eine Reihe von Dingen. Allen voran eine gewisse Bipolarität, vor allem, wenn es um den Arbeitsplatz geht, erklärt Linsbauer: „Einerseits tritt die Generation sehr selbstbewusst auf und stellt hohe Forderungen an ihre Arbeitgeber. Auf der anderen Seite ist sie sehr verunsichert, weil die Vielzahl an Möglichkeiten, die diese Generation hat, es ihr schwer machen, sich zu ori-

”

Wenn die Strategie nicht flexibel ist und bleibt, werde ich bald an einen Punkt kommen, an dem es nicht mehr weitergeht.

Jana David-Wiedemann
CEO PKP BBDO

“

entieren. Um dieses Spannungsfeld beneide ich die Generation Z nicht. Aber ich finde, sie macht das toll.“ Spannungsfelder wie dieses sind genau das, womit sich alle, die mit der Generation Z zu tun haben, auseinandersetzen müssen, ergänzt David-Wiedemann: „Diese Unsicherheit betrifft uns ja genauso. Als Arbeitgeber wissen wir zwar, dass wir uns verändern und anpassen müssen, aber wie, dafür gibt es keine Formel. Das entsteht im Handeln. Die Anforderungen sind an alle Beteiligten hoch.“

Der Schlüssel, um diesen Anforderungen gerecht zu werden, liegt in der *Flexibilität*. Die Generation Z bringt eine enorme Verschiebung der Werteschemata in die Unternehmen: Moral- und Ethikstandards sind oft wichtiger als Profit; Freiheit und Sinnhaftigkeit der Arbeit wichtiger als das Gehalt. Ein Leben lang bei ein und demselben Arbeitgeber zu bleiben, wird eine Seltenheit sein, denn dafür hat die Generation Z schlichtweg zu viele Interessen und Möglichkeiten.

“

Challenge – Balance – Work

Was?

Podiumsdiskussion von Strategie Austria zum Thema „Die Gen Z stellt unsere Arbeitswelt auf den Kopf. Neue Modelle der Zusammenarbeit und Kommunikation mit Gen Z“.

Wer?

Martin Radjaby-Rasset (Erste Bank Österreich) hat mit papabogner und Jung von Matt das Modell der agilen Zusammenarbeit ins Leben gerufen.

Philipp Papapostolu und **David Bogner** sind die Gründer von papabogner.

Wann und Wo?

Am 12. Juni ab 18 Uhr im Sneak In

Tickets

Tickets gibt es unter: www.strategieaustria.at/events

auseinanderzusetzen und sich strategisch dementsprechend auszurichten.

Die (Arbeits-)Welt neu denken
„Am Thema Generation Z kommst du nicht vorbei“, sind sich Jana David-Wiedemann, CEO von PKP BBDO und Präsidentin von Strategie Austria, und Hildegard Linsbauer, freie Marken- und Kommunikationsstrategin und Vorstandsmitglied von Strategie Austria, einig. Unternehmen müssen nicht mehr nur darüber nachdenken, wie sie ihre Kommunikation gestalten, Inhalte transportieren und Werbung machen, sagt Linsbauer: „Wir müssen unsere *gesamte* Arbeitswelt neu denken – wir müssen überhaupt neu denken.“

Doch wie kommt es, dass eine Generation plötzlich die gesamte (Arbeits-)Welt auf den Kopf

Die Akte Generation Z
Hildegard Linsbauer (l.) und Jana David-Wiedemann (im Gespräch mit medianet-Redakteurin Laura Schott) sind sich einig: An der Generation Z komme man nicht vorbei.