HR Management Consultants
pepper

Vorsicht vor Stereotypen!
Generation Y fordert Personalchefs heraus

HR Tag Hochschulmarketing

Berlin, 23. September 2013

Agenda

1 Generation Y

2 Selbst- und Fremdbild

3 Folgerungen für die Praxis

1 Generation Y

Stereotype über nachrückende Generationen sind nicht neu

„Die Jugend liebt heute den Luxus. Sie hat schlechte Manieren, verachtet die Autorität, hat keinen Respekt mehr vor älteren Leuten und diskutiert, wo sie arbeiten sollte. Die Jugend steht nicht mehr auf, wenn Ältere das Zimmer betreten. Sie widerspricht den Eltern und tyrannisiert die Lehrer.“

Sokrates

1 Generation Y

Eine Generation, die mit neuen Kulturtechniken aufgewachsen ist

Generation Y

- Millenials, Digital Natives
- Generation der nach 1982 Geborenen
- aufgewachsen mit neuen Kulturtechniken (digitalen Medien)
- intensive und intuitive Nutzung digitaler Medien im Arbeits- und Privatleben (Palfrey & Gasser, 2008)
- Zuschreibung von Freiheit, Ungebundenheit, Risikofreude und permanente Vernetzung

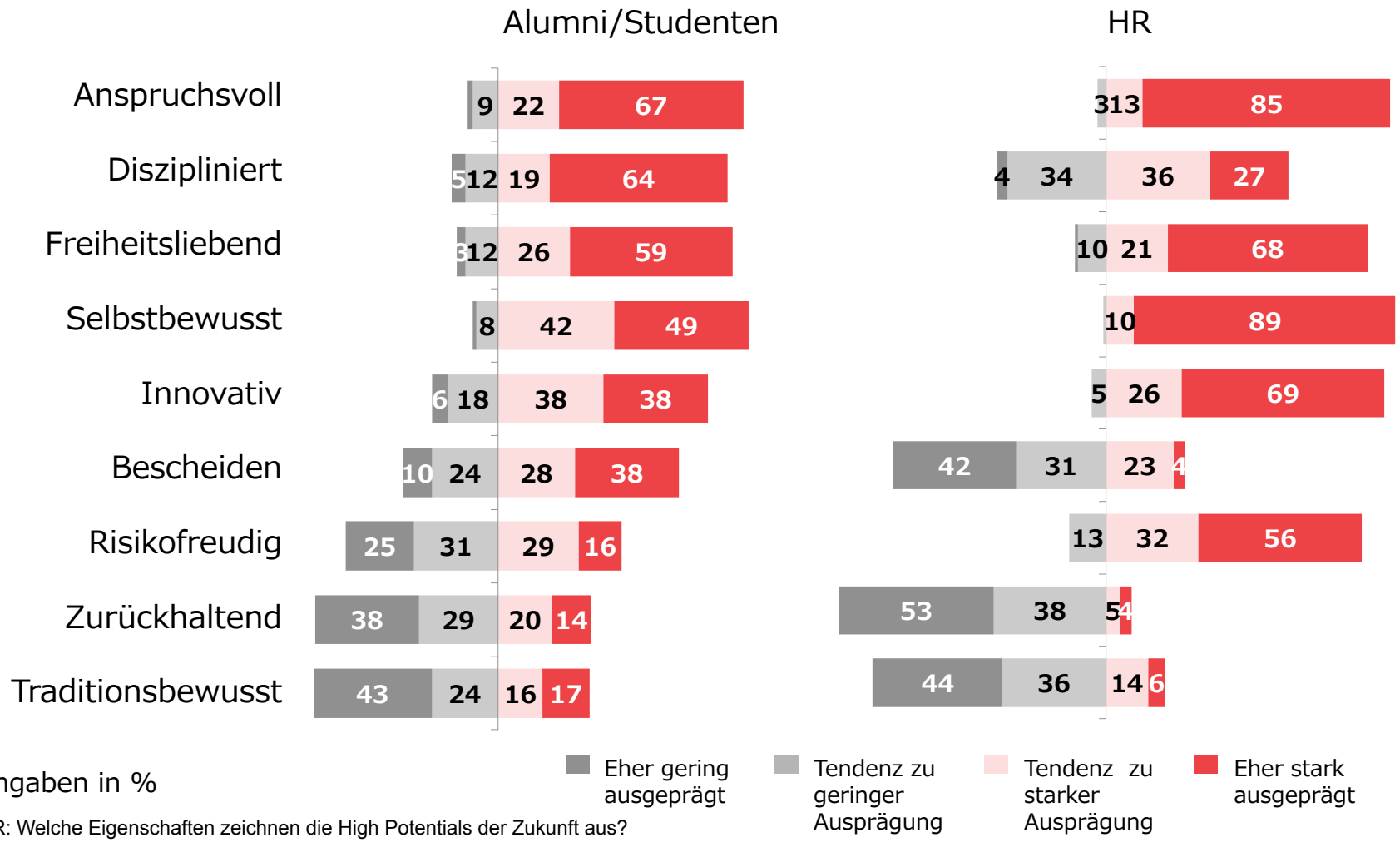
2 Selbst- und Fremdbild

Ergebnisse einer quantitativen Befragen zeigen zum Teil deutliche Diskrepanzen

- **Egon Zehnder International und Stiftung Neue Verantwortung (snv)**
- **Teilnehmer:** 258 (davon 154 Alumni/Studenten und 104 Personalchefs)
- **Zeitraum der Befragung:** Anfang 2012
- **Beschreibung Alumni/Studenten:**
  - Altersdurchschnitt: Alumni der snv 33 Jahre, Studenten 23 Jahre
  - Sektoren der Alumni der snv: Wirtschaft: 36%, Wissenschaft: 29%, Gesellschaft (NGOs, Medien): 21%, Politik/Verwaltung: 15% (N = 261)
  - Fachrichtungen der Studenten: diverse Fachrichtungen, insbesondere aber Wirtschaftspsychologie und Wirtschaftswissenschaften
- **Beschreibung Personalchefs:**
  - Altersdurchschnitt: 48 Jahre
  - Geschlecht: weiblich: 30%, männlich: 70%
  - 1. und 2. Führungsebene, eine Person pro Unternehmen
  - HR Generalisten
  - Breiter Branchenmix

2 Selbst- und Fremdbild

Eigenschaften der High Potentials der Generation Y: Stereotypes Fremdbild und heterogenes Selbstbild



Angaben in %

HR: Welche Eigenschaften zeichnen die High Potentials der Zukunft aus?
Alumni/Studenten: Welche Eigenschaften zeichnen Sie aus?

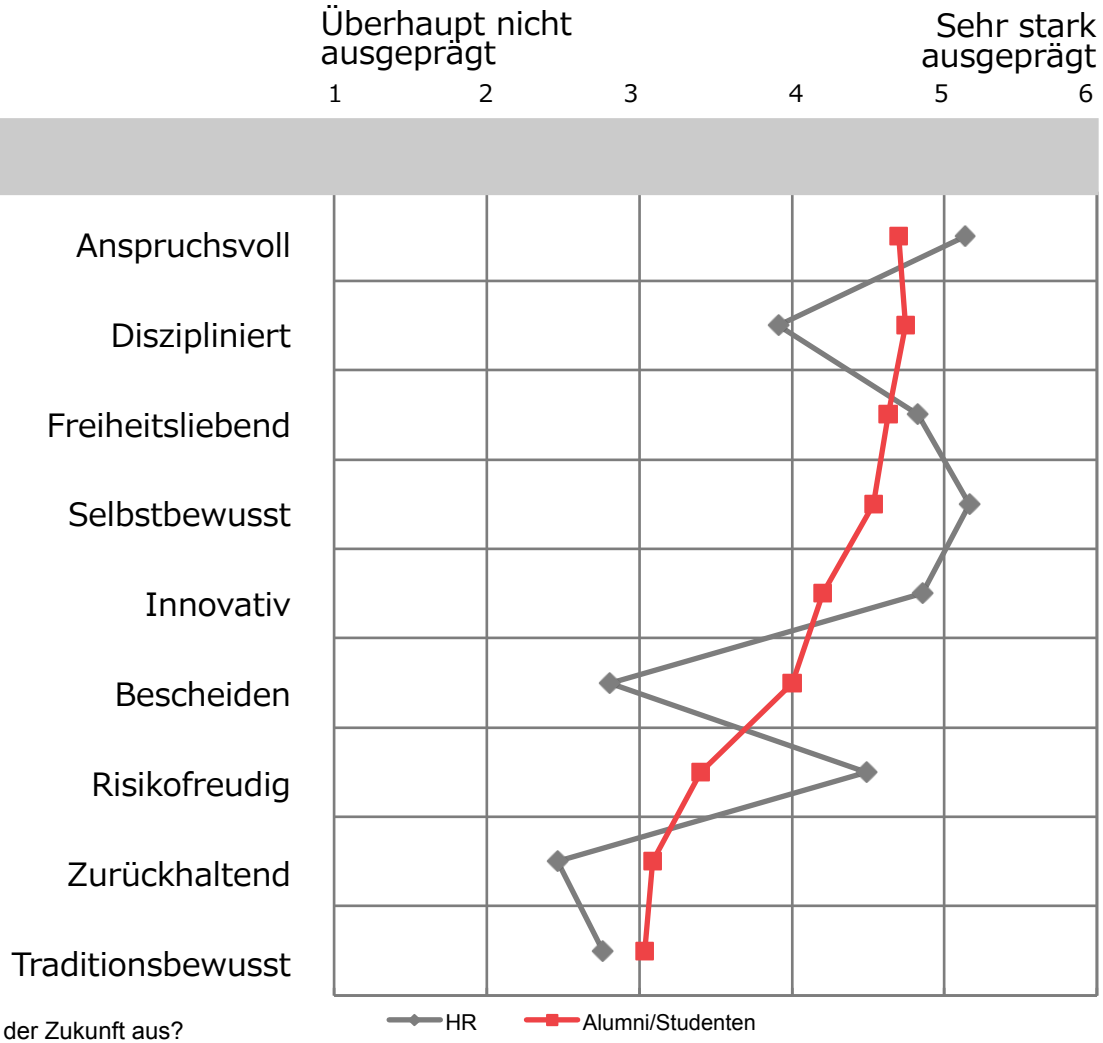
Copyright: Egon Zehnder

2 Selbst- und Fremdbild

Gen Y zeichnet ein sehr viel konventionelleres und heterogeneres Bild von sich als die Personalchefs dies tun

Eigenschaften der High Potentials

- HR wählt größere Extreme und zeichnet das Bild eines innovativen, risikobereiten und selbstbewussten High Potentials.
- Die Meinungen der Alumni/Studenten gehen auseinander, einige sehen sich durchaus als traditionell und bescheiden.



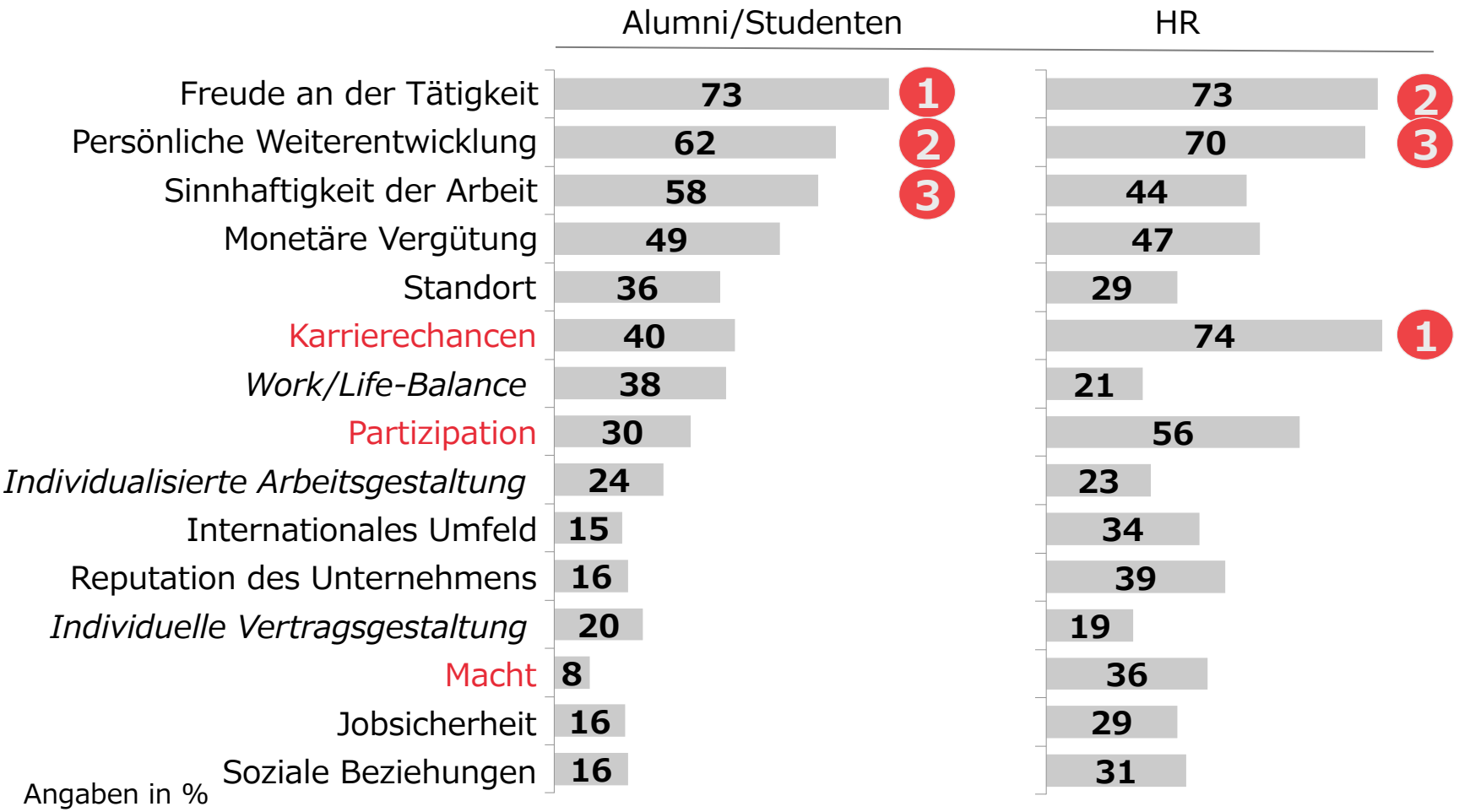
Mittelwert dargestellt

HR: Welche Eigenschaften zeichnen die High Potentials der Zukunft aus?
Alumni/Studenten: Welche Eigenschaften zeichnen Sie aus?

Copyright: Egon Zehnder

2 Selbst- und Fremdbild

Motivation der High Potentials: Intrinsische Faktoren an oberster Stelle



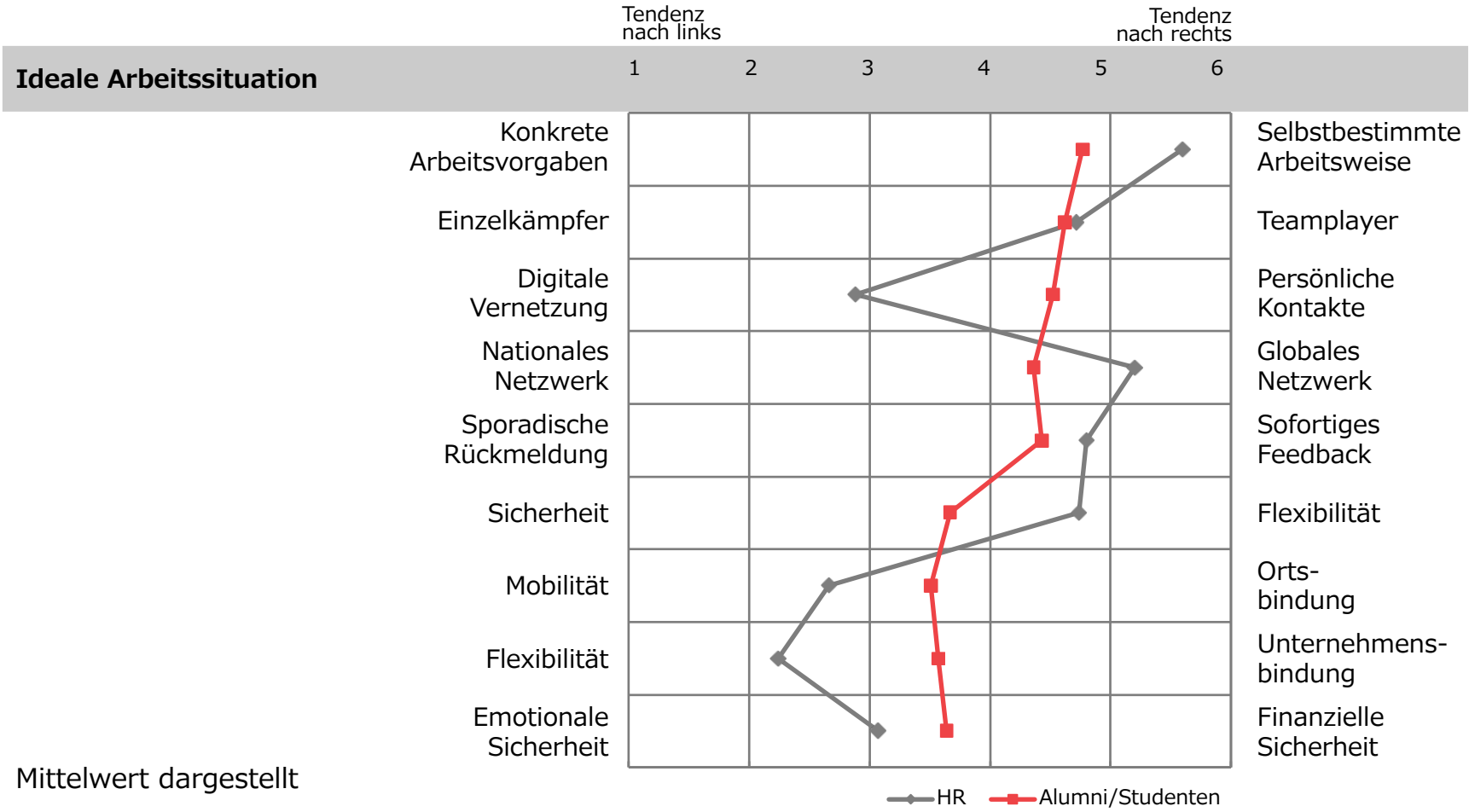
Angaben in %

Alumni/Studenten: Welche Faktoren sind für Sie bei der Wahl eines Jobs besonders wichtig? (Wahl der Top 5 Faktoren)
HR: Welche Faktoren sind für die High Potentials aus deren persönlichen Sicht besonders wichtig? (Gewichtung auf 6er Skala)

Copyright: Egon Zehnder

2 Selbst- und Fremdbild

Ideale Arbeitssituation: Persönlicher Kontakt und Unternehmensbindung werden durchaus auch von Digital Natives geschätzt



Mittelwert dargestellt

HR: Wie stellen sich die High Potentials der Zukunft ihre ideale Arbeitssituation vor?
Alumni/Studenten: Wie stellen Sie sich Ihre ideale Arbeitssituation in Zukunft vor?

Copyright: Egon Zehnder

3 Folgerungen für die Praxis

Vorsicht vor Stereotypisierung

- Zeitgeist? Generation? Lebensalter?
- Personalarbeit nicht auf Stereotypen fußen
- Unterschiedlichkeit und Individualität der Bedürfnisse und Ansprüche gerecht werden
- Freude an der Tätigkeit und Selbstverwirklichung fokussieren
- Heterogenität mit Inklusion und Glaubwürdigkeit begegnen
- Heterogenität im Unternehmen nutzen (auch im Hinblick auf corporate residents)

Viele Dank für Ihre Aufmerksamkeit

lassalle@hrpepper.de

HRpepper GmbH & Co. KGaA

Tempelhofer Ufer 11, 10963 Berlin

T +49 30 2593575 0

F +49 30 2593575 5