

Session 12: Umgang mit neuen Generationen und ihre Erwartungen

Moderatorin: Selinda Geyer, Hotel Gaia Basel

Generation Alpha	Generation Z	Generation Y	Generation X	Babyboomers	Boomers	Builders
0-9 J.	10 - 24 J.	25 - 39 J.	40 - 45 J.	55 - 69 J.	70 - 79 J.	80 + J.

Konflikte zwischen den Generationen

- Unterschiedliche Mitarbeitende aus unterschiedlichen Generationen
- Wo positioniert man sich gegenüber unterschiedlichen Generationen-Zielgruppen
- Besitzerverhältnisse
- Schwierige Zusammenarbeit zwischen Generationen. Generation Y versucht, sich weiterzuentwickeln, zu optimieren und zu verbessern, dies kommt nicht immer gut an.

Grundlagen für Veränderung

- Kein USP, keine Differenzierungsmöglichkeiten.

Wie gehen Vorgängergenerationen mit Veränderungen um?

- Vorgängergenerationen sind stark mit (Verlust)Ängsten konfrontiert.
- Darum meistens sehr ablehnend gegenüber Neuem.

Was können jüngere Generationen tun, um besser verstanden zu werden?

- Lösungsvorschläge bringen statt Anschuldigungen.
- Kommunikation ist sehr wichtig, viele Argumente benutzen.
- Falls die Akzeptanz trotzdem nicht vorhanden ist, könnte man auch eine «Testphase» vorschlagen, so wird es meistens funktionieren.

Jüngere Generationen

- Einfluss der Medien (Social Media) ist extrem hoch.
- Möchten etwas bewegen, versuchen, etwas weiterzuentwickeln.
- Schnellebig.
- Die Themen werden teilweise nicht mehr gleich ernst genommen, wie früher.
- Das Smartphone hat teilweise einen schlechten Einfluss auf Durchhaltevermögen, Konzentrationsspanne und auf das Kurzzeitgedächtnis.
- Die Extrameile wird nur noch gegangen, wenn dafür auch eine Gegenleistung gegeben wird.
- Es wird immer öfter weniger als 100% gearbeitet. Teilzeit und Jobsharing sind Modelle, welche immer gefordert und mehr in Anspruch genommen werden.
- Man macht nichts, nur weil man einfach muss. Man will die Hintergründe und die Gründe für die Umsetzung wissen. Nur dann werden Aufgaben gewissenhaft ausgeführt. Durch dieses Hinterfragen entsteht aber auch die Möglichkeit für neue Ideen und Innovationen.

Ältere Generationen

- Halten am Bestehenden fest.

Lösungen

Die Generationen müssen sich gegenseitig akzeptieren und versuchen zu verstehen, wie die Anderen ticken. So können durch Kommunikation, durch Testphasen und durch gemeinsames Ausprobieren Lösungen erarbeitet werden.

Heutzutage ist es ein Geben und Nehmen, Arbeitgeber und Arbeitnehmer sollten auf Augenhöhe kommunizieren und zusammenarbeiten. Das ist eine völlig andere Ebene als früher, heute findet viel mehr auf Vertrauensbasis statt. Zusätzlich haben unterschiedliche Generationen unterschiedliche Wertvorstellungen, was die Kommunikation verkomplizieren kann. Es ist wichtig, Neues auszuprobieren, sich gegenseitig zu akzeptieren und das Beste zu versuchen. Falls mal etwas nicht funktioniert, macht das nichts. Die Älteren sollten versuchen, die Ideen der jüngeren Generationen zu akzeptieren.

Dienstplan:

Mitarbeiter möchten rechtzeitig wissen, wann sie arbeiten, um gewisse Termine planen zu können. Gerade die Generation Y und jünger möchte ihre Zeit planen können und auch wissen, warum etwas so ist. Sie haben keine Lust, kurzfristig eingesetzt zu werden.

--> Kommunikation ist sehr wichtig, denn so werden die Mitarbeiter auch wertgeschätzt.

Umfrage von Gronda unter 3000 Personen in der Gastronomie im Oktober 2018. Am wichtigsten ist den Mitarbeitern:

1. Das Teamgefühl
2. Die Wertschätzung

<https://blog.gronda.eu/1-000-gastronomen-befragt-diese-arbeitsbedingungen-zaehlen-das-bedeutet-es-fuer-dich/>

Kann man wirklich alle Personen eines Alters in eine Generationenkategorie einbinden?

Grundsätzlich ja, es gibt aber immer Ausnahmen, welche völlig anders ticken. Man kann solche Aussagen über verschiedene Generationen nicht verallgemeinern. Es ist wichtig, die Einstellung und die Persönlichkeit jedes Einzelnen mit zu berücksichtigen. Auch die Erziehung spielt eine wichtige Rolle.

Wertschätzung:

Die Generation Y und jünger fordert Wertschätzung ein, die älteren Generationen kennen Wertschätzung nicht. Wenn man Kritik anbringt, muss man diese entsprechend der Generation formulieren.

Bio / Fairtrade / Nachhaltigkeit

Werden Angebote gebucht, wegen Bio, Fairtrade oder ist es einfach Nice to Have?

- ➔ Mehr Nice to Have, es bringt nicht direkt Buchungen.
- ➔ Da muss man differenzieren, zwischen dem Schweizer Markt, GCC, China...
- ➔ Es ist eine Kundenbindungsmöglichkeit, aber keine Kundengewinnungsmöglichkeit.
- ➔ Könnte am Schluss des Entscheidungsprozesses ein Grund für die Buchung sein.