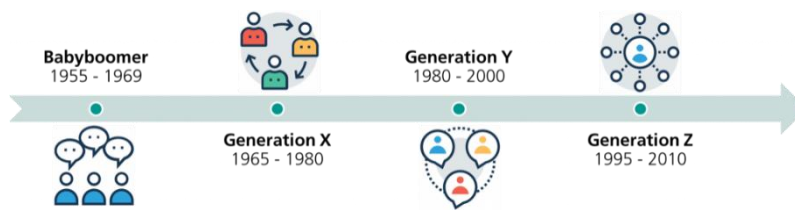


Die Generationen seit dem zweiten Weltkrieg

Die Namen zur Bezeichnung der Generationen sind willkürlich. Der Name „Generation X“ geht beispielsweise auf einen gleichnamigen Roman des Autoren Douglas Coupland zurück. Innerhalb einer Altersspanne von 15 Jahren wird davon ausgegangen, dass eine neue Generation entsteht. So gibt es beispielsweise heute schon Vermutungen, durch welche Merkmale sich die Generation Alpha (die zwischen 2011 und 2025 geborenen Kinder) auszeichnen wird. Aber Vorsicht: Es sind lediglich Vermutungen, denn überprüft werden können diese Merkmale noch nicht.



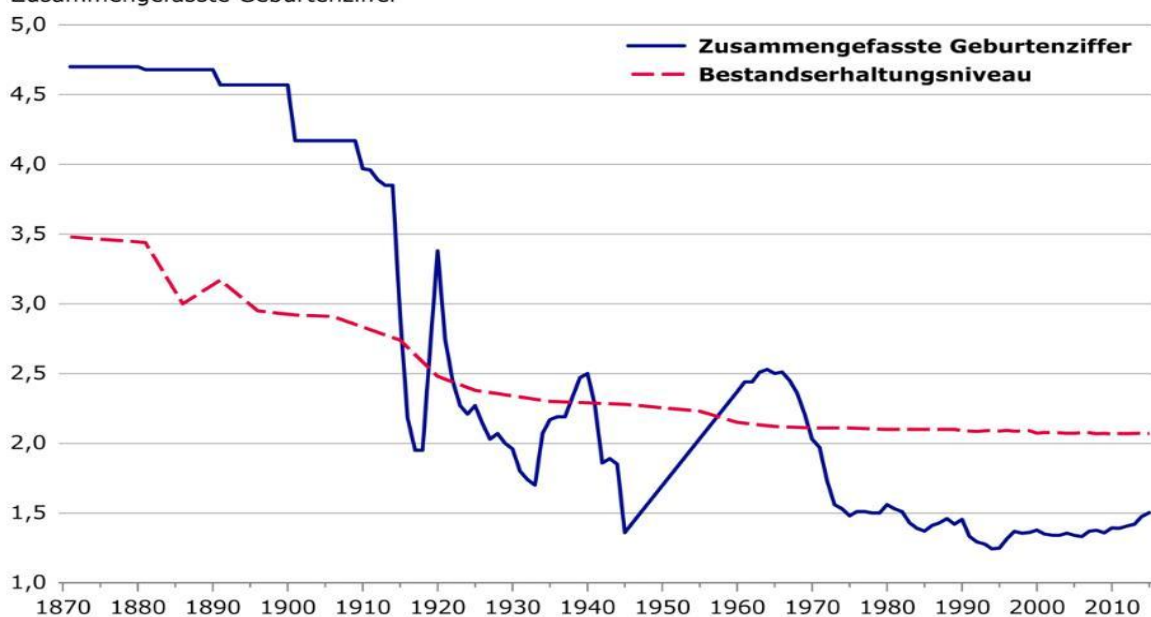
Im populärwissenschaftlichen Diskurs geht man davon aus, dass sich im Abstand von 15 Jahren eine neue Generation herausbildet. Das ist aber wissenschaftlich nur schwer halt-

bar. Denn Generationen sind das Ergebnis einer veränderten gesellschaftlichen und kulturellen Situation. Wer könnte denn voraussagen, dass sich innerhalb von 15 Jahren die Gesellschaft oder Kultur derart ändert, dass eine neue Generation entsteht?

Die Generationeneinteilungen eignen sich jedoch dafür, Auskunft über einen bestimmten Zeitgeist zu treffen. Nicht umsonst werden sich viele von Ihnen in der nachfolgenden Beschreibung über die jeweiligen Generationen „wiedersehen“.

Zusammengefasste Geburtenziffer in Deutschland, 1871 bis 2015

Zusammengefasste Geburtenziffer



Datenquelle: Statistisches Bundesamt, Europarat, Berechnungen verschiedener Autoren © BiB 2017

Die Generation Z (GenZ)

- Geburtenjahrgang 1995 -2010
- Demographische Kohorte
- Auch bekannt als Digital Natives II

Die Generation Z zeichnet sich wesentlich durch zwei Merkmale aus: Sie sind deutlich weniger als ihre Elterngeneration, die Angehörigen der Generation X, nämlich 4,6 Millionen weniger. Sie ist die kleinste Alterskohorte nach dem Zweiten Weltkrieg. Und die GenZ ist die erste Generation, die einen Wissensvorsprung hat. In der Geschichte der Menschheit gestaltete sich das Eltern-Kind-Verhältnis bisher derart, dass Eltern ihr Wissen an ihre Kinder weitergaben. Im Zeitalter der Digitalisierung ist das umgekehrt: Nun lernen die Eltern von ihren Kindern in Punkto Digitalisierung.



Ein typischer Tagesablauf eines Z'lers in der digitalen Welt



Am Ende des Tages wurde...

- bis zu 280 Mal das Smartphone entsperrt
Zum Vergleich, Jugendliche haben 2015 circa 80 Mal das Smartphone entsperrt
- vier Stunden auf digitalen Kanälen kommuniziert
- 30 verschiedene Werbevideos/-stories gesehen
- 30 verschiedene Werbebanner gesehen
- 20 Überschriften überflogen
- 400 Nachrichten gelesen und geschrieben
- 20 Storys geöffnet

Familienorientierung

Die Angehörigen der GenZ zeichnen sich durch hohe Wertsetzungen bezogen auf familienorientierte Werte aus. Die Bedeutungen der Wertsetzungen in Bezug auf „Einkommen“ und „Beruf und Arbeit“ rücken in den Wertsetzungen nach unten. Bei der Vorgängergeneration der GenZ, der Generation Y (Menschen, geboren zwischen 1980 und 1994) war das noch anders. Die Wertsetzung Familie war deutlich unwichtiger.

Bewertung „sehr wichtig“	GenZ	GenY
Familie	60 %	30 %
Ein Beruf mit genug Zeit für die Familie	46 %	28 %
Einkommen	35 %	34 %
Beruf und Arbeit	17 %	27 %

Die Cyberpsychologie – Die Auswirkungen der digitalen Welt

Die Generation Z ist die erste Generation, die eine Welt ohne Social Media nicht kennt, folglich ist Social Media ein fester Bestandteil ihrer Identitätsbildung geworden.

Folgen für die Generation Z

Durch die permanente Smartphone-Nutzung wurde der motorische Kortex des Gehirns verändert. Das einseitige Training führt zu einer größeren Repräsentation des Daumens im Gehirn.

Diese Veränderung geht auf einen Trainingseffekt zurück. Unser Gehirn repräsentiert das, was wir am meisten trainiert haben. Mit sechs Stunden täglich im Netz wird bei jungen Menschen der Daumen trainiert. Das Körperteil, das am intensivsten genutzt wird. Übrigens: Junge Menschen scrollen im Schnitt täglich 178 Meter mit ihrem Daumen.

FOMO (fear of missing out)

Das gute Gefühl, das man hat, wenn man sich auf Social-Media Kanälen rund um die Uhr austauschen kann, kann sich sehr schnell zur (pathologischen) Angst entwickeln. Die Angst, etwas zu verpassen oder gar nicht mehr Teil des Mainstreams zu sein, ist vor allem bei der Generation Z groß.

Während es beispielsweise bei der Generation X noch zahlreiche Subgruppen gab, streben die Angehörigen der Generation Z dem Kollektiv zu.

Verringerung der Aufmerksamkeitsspanne und der Konzentration

Durch das einseitige Training in der digitalen Welt (sechs Stunden täglich) verringert sich die Aufmerksamkeitsspanne in der analogen Welt signifikant, vor allem weil es oft parallel stattfindet: z.B. Streamen und Chatten bzw. Social Media (sogenanntes Multi-Screening).

Die Zeiten in der digitalen Welt werden sich in Zukunft noch weiter verlängern. Wissenschaftler:innen gehen davon aus, dass die Angehörigen der Generation Alpha durchschnittlich über sechs Stunden täglich im Netz sein werden.

Verringerung der Entscheidungsfindung in der analogen Welt

Durch das enorme digitale Training, aber auch durch die Unterstützung von Bewertungsportalen können in der Online-Welt schnell und einfach Entscheidungen getroffen werden. In der Offline-Welt hingegen fällt es der Generation Z zunehmend schwerer, Entscheidungen allein zu treffen.

Grund hierfür ist die enorme Optionsvielfalt im Netz. Nahezu alles kann per Klick ausgewählt werden und steht sofort zur Verfügung. Optionsvielfalt macht aber nicht zwangsläufig glücklicher. Wissenschaftler:innen gehen davon aus, dass sich mit der Optionsvielfalt auch eine Optionsdepression etablieren könnte, das Gefühl niemals die beste Wahl getroffen zu haben und daher unglücklich zu sein.

Die Kommunikation der Generationen

Die Art und Weise, wie ich denke, dass ein Mensch sein könnte, führt dazu, dass ich diesem in meiner Kommunikation in einer bestimmten Weise begegne.

Lateinisch „comunicare“ bedeutet „teilen“, „mitteilen“, „gemeinsam machen“, „vereinigen“. Bereits 1977 hatte der Kommunikationswissenschaftler Klaus Merten 177 verschiedene Bedeutungen des Begriffes Kommunikation ausgemacht. Das, was Kommunikation ausmacht, ist abhängig von der Zeit, der Gesellschaft und der Zugehörigkeit zu einer Generation.

Das kann dazu führen, dass die Kommunikation von Personen verschiedener Generationen „aneinander vorbeiläuft“ (auch „Inkommensurabilität“ genannt). Mit Begriffen werden unterschiedliche Bedeutungen verbunden. Jede Generation verwendet bei bestimmten Begriffen unterschiedliche Bedeutungen. Verständigungsschwierigkeiten oder gar Generationenkonflikte sind so vorprogrammiert.

Früher, sagt meine Schwester (...), hat man noch in diesen Telefonzellen telefoniert. Überleg mal, wie krass krank das sein muss, dass man Münzen in diesen Automat reinsteckt. Ich weiß nicht, ich kann mir das nicht vorstellen. Ich kann's mir einfach nicht vorstellen, dass man kein Telefon in der Tasche hat. Stell dir vor (...) mir ist langweilig auf der Straße.

Was mache ich?!

Weiblich, 16 Jahre, Adaptiv-Pragmatische
(Sinus-Milieu Studie)

Die Angehörigen der Generation Z

- tauschen sich im Privatleben kaum noch schriftlich aus (Bilder, Symbole, Sprachnachrichten etc. dominieren)
- haben oft Schwierigkeiten bei den Formulierungen im E-Mail-Kontakt
- tun sich häufig mit Telefonanrufen schwer
- können relevante Inhalte im Netz schnell filtern

Neo-Konventionalismus

Jedes Medium (z. B. Social Media, Zeitung, Radio, etc.) jede Zielgruppe (Bewerber:in, Leser:in etc.), jede Generation und jede Zeit hat eine eigene Sprache mit eigenen Bedeutungen. Sprache muss immer für die betreffende Gruppe übersetzt werden! Jugendliche der Generation Z grenzen sich immer weniger gegenüber den Erwachsenen ab. Von ihnen wird keine Gegenkultur angestrebt. Ganz im Gegenteil, die Wertestruktur ähnelt sehr stark der der Elterngeneration. In der Koexistenz von verschiedenen Interessen und Lebensstilen in unserer Gesellschaft orientieren sich Jugendliche der Generation Z an dem Lebensstil der Eltern. Abgrenzungstendenzen zum Mainstream sind gering.

To Do's in der Kommunikation mit der Generation Z

- Regelmäßiges und schnelles Feedback erforderlich
- Wahrnehmungswissen nutzen: Z'ler in die Kommunikation mit Z'ler einbeziehen
- 5 Sekunden dauert es in der digitalen Welt, um sich für einen Inhalt zu entscheiden



Das Institut für Generationenforschung

Wir forschen mit Wissenschaftler:innen aus Psychologie, Soziologie, Philosophie und Wirtschaftswissenschaft auf wissenschaftlicher Grundlage zu verschiedenen Alterskohorten und Generationen.



Gründer des Instituts für Generationenforschung

Dr. Rüdiger Maas

Dipl.-Psych., M.Sc.; M.A.

Generationenforscher und Berater

Institut für Generationenforschung

Theaterstraße 8 | 86152 Augsburg

T: 08214557630

E: ruediger.maas@generation-thinking.de

I: www.generation-thinking.de

Aktuelle Veröffentlichungen



Aktuelle Workshops

- **Generation Thinking®**
- **Recuriting der Generation Z und Alpha**
- **Quo Vails? – Die Generation Alpha und Beta**
- **Leadership next Level: Wie die GenZ und Alpha geführt werden müssen**
- **Generationen-Marketing**