

Verschmelzung von New & Old School als Erfolgsmodell



Bedingt durch die wirtschaftlichen Notwendigkeiten (längere Lebensarbeitszeit + Fachkräftemangel) wird die Altersspreizung der Mitarbeiter im Einzelhandel weiter zunehmen. Schon heute arbeiten teilweise 4 Generationen an Mitarbeitern in einem Team zusammen.

Die Altersspreizung bringt unterschiedliche Arbeits- und Werthaltungen zusammen, die für Spannungen und Reibungen sorgen können. Die verschiedenen Generationen müssen lernen, ihre unterschiedlichen Arbeitsauffassungen zu akzeptieren. Um diese Klippe zu umschiffen ist ein hohes, offenes Kommunikationsaufkommen notwendig. Der Unternehmer wird zum Moderator.

Andererseits bietet die Vielschichtigkeit eine Menge an Chancen im Unternehmensalltag. Eine vorbehaltlose Nutzung aller Potentiale eines Teams über alle Altersgruppen und Backgrounds hinweg schafft einen dauerhaften Mehrwert für Ihr Unternehmen. Dies setzt jedoch voraus, dass Sie als Unternehmer Ihre Mitarbeiter, deren Stärken und brachliegenden Potentiale zumindest kennen und im Idealfall auch erfolgsgerichtet einsetzen.

Das nachfolgende 10 Punkte-Programm konkreter Nutzungsvarianten ist nur ein kleiner Ausschnitt der vielfältigen Möglichkeiten!

1. Die Älteren (Baby Boomer) können durch ihre gewohnte Face-to-Face-Kommunikation schnell Vertrauen zu Kunden vor Ort aufbauen und erfolgreich all jene Kunden bedienen, die gerne durch Läden stöbern, Wert auf gute Beratung legen und sich von einem attraktiven Ambiente inspirieren lassen.
2. Durch langjährigen Kundenkontakt sind ältere Mitarbeiter meist in der Lage, Mitmenschen stimmungsmäßig richtig einzuschätzen und deeskalierend in schwierigen Szenarien tätig zu sein, wie z.B. bei Umtausch oder Reklamation.
3. Die mittlere Generation (X) wird eher als mitgestaltend beschrieben und ist an Verantwortungsübernahme und herausfordernden Aufgaben interessiert. Diese Generation hat gute Filialleiter und Mitarbeiter in Führungspositionen hervorgebracht.
4. Die Generation X wird zudem als technisch versiert und pragmatisch wahrgenommen. Der Einsatz in verwaltenden, organisatorischen oder warenwirtschaftlichen Aufgabenbereichen ist sinnvoll.
5. Die Mitglieder der Generation Y (Digital Natives) bevorzugen unabhängige und selbständige Arbeitsweisen. Sie sind bedingt durch gute Ausbildungen lernbereit und



lieben Projektarbeit. Durch ihre hohe Affinität zur virtuellen Welt sind sie für alle Aufgaben, die sich mit dem Online- Geschäft befassen, prädestiniert. Es ist sinnvoll, sie in einem kleinen Team arbeiten zu lassen.

6. Da die Generation Y eher Fachkarrieren und weniger Führungskarrieren anstrebt, können hier ebenso exzellente Fachleute im IT-Bereich gesehen werden.
7. Die Generation Y ist zudem sehr flexibel bezüglich ihrer Arbeitszeiten. Es macht daher durchaus Sinn, auch bestimmte Tätigkeiten ins Homeoffice zu verlegen.
8. Die Generation Z kann ohne Internet und Smartphone nicht mehr leben. Hier ist es sinnvoll, deren Vernetzung für Social Media und Online Marketing zu nutzen.
9. Insgesamt ist über alle Altersgruppen/Generationen das Thema Teamarbeit mehr oder minder ausgeprägt, so dass der Unternehmensfokus (bedingt durch den hohen Diversity-Grad) auf eine teamorientierte Arbeitsweise gelegt werden sollte.
10. Ein regelmäßiger Austausch über aktuelle Unternehmensthemen und Erarbeiten von Lösungsvorschlägen über alle Generationen hinweg und alle Unternehmensbereiche kann sehr befruchtend sein, denn der Wissensvorsprung vergangener Generationen ist heute nicht mehr gegeben!

Die Generationen, ihr Umfeld und ihre Vorlieben

	Maturists (geboren vor 1945)	Baby Boomers (1945 – 1960)	Generation X (1961 – 1980)	Generation Y (1981 – 1995)	Generation Z (nach 1995 geboren)
Prägende Erfahrungen	Zweiter Weltkrieg Rationierungen Starr definierte Geschlechterrollen Rock'n'Roll Kernfamilie Festgelegtes Frauenbild	Kalter Krieg Wirtschaftswunder Swinging Sixties Mondlandung Jugendkultur Woodstock Familiensorientierung Zeitalter der Teenager	Ende des Kalten Kriegs Mauerfall Reagan – Gorbatschow Thatcherismus Live Aid Der erste PC Anfänge mobile Technologie Schlüsselkinder Zunahme von Scheidungen	Terroranschläge 9/11 Playstation Social Media Invasion im Irak Reality TV Google Earth	Wirtschaftlicher Abschwung Erderwärmung Globalisierung Mobile Devices Energiekrise Arabischer Frühling Eigene Medienkanäle Cloud Computing Wikileaks
Anteil an arbeitender Bevölkerung in % (in UK)	3 %	33 %	35 %	29 %	Teilweise in befristeten Arbeitsverhältnissen oder in Ausbildung
Ziel	Eigenheim	Jobsicherheit	Work-Life-Balance	Freiheit und Flexibilität	Sicherheit und Stabilität
Haltung zu Technologie	Weitgehend uninteressiert	Erste IT-Erfahrungen	Digital Immigrants	Digital Natives	„Technoholics“ abhängig von der IT, nur begrenzte Alternativen
Haltung zu Karriere	Lebenslange Jobgarantie	Karriere im Unternehmen, wird von den Angestellten mitgestaltet	Karriere bezieht sich auf den Beruf, nicht mehr auf den Arbeitgeber	Digitale Unternehmer Arbeit „mit“ Organisationen, nicht „für“ Organisationen	Multitasking-Karriere Übergangsloser Wechsel zwischen Unternehmen und „Pop-up“-Business
Typisches Produkt	Auto	Fernseher	PC	Tablet / Smartphone	Google Glass Nanocomputer 3-D-Drucker Fahrerlose Autos
Medien Kommunikation	Brief	Telefon	E-Mail und SMS	Text oder Social Media	Mobile oder in die Kleidung integrierte Kommunikationsmedien
Bevorzugte Kommunikation	Face-to-Face Meetings	Face-to-Face, zudem Telefon und E-Mail	Text Messaging oder E-Mail	Online und Mobile (SMS)	Facetime

INTERNET WORLD Business 22/14 Quelle: Futurebiz

Quelle: Internetworld Business 22/14

Sigrid Wies
Spezialistin Unternehmens- und Unternehmercoaching