

Nachlese zum 18. Naschmarkt-Frühstück am 02. Juni 2023



Zum Thema „**Generationenkonflikt**“ mit **Alexandra Mossakowski**

„Endlich ein anderer Zugang zu den leidigen Generationenklischees, tolle Location mit gutem Frühstück und eine sympathische Begleitung!“ fasst die Teilnehmerin Susanne Miller (wohnfonds_wien) ihren Besuch beim Naschmarkt Frühstück im neuen *magdas* HOTEL Vienna City zusammen.

Und tatsächlich verließ bestimmt niemand das Naschmarkt-Frühstück genauso wie er oder sie gekommen ist, denn wer einmal die **Brille der Sinus-Milieus** aufgesetzt hat, wird sie nicht mehr abnehmen können, so verheißt es auch die **Impulsgeberin Alexandra Mossakowski** von *INTEGRAL Markt- und Meinungsforschung*.

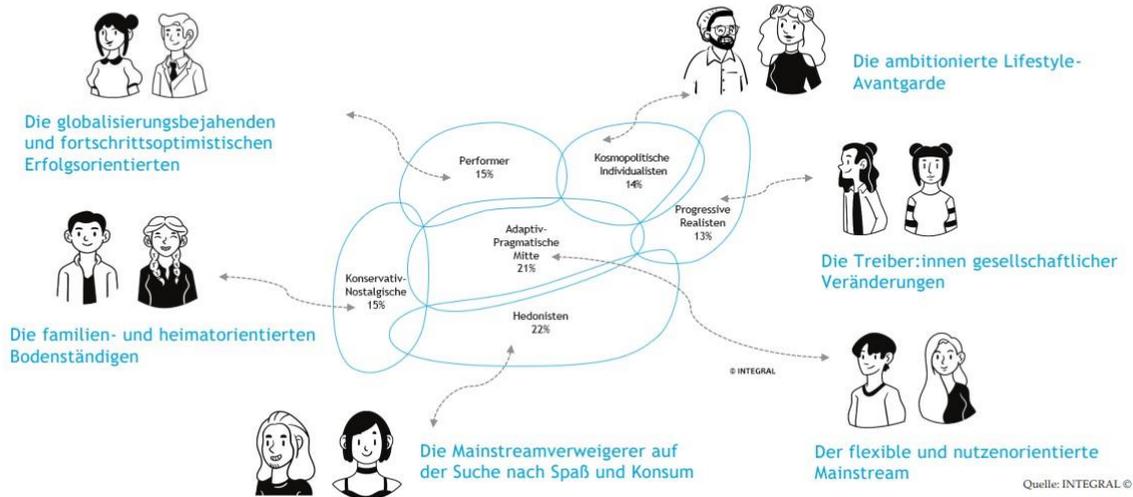
Mit dem Gesellschafts- und Zielgruppen-Modell der Sinus-Milieus wird nicht nur die Gesellschaft bunter und differenzierter, sondern es eröffnet auch neue Perspektiven als Arbeitgeber*in. Gerade im Recruiting stellt es sich als zentral heraus nicht von „der Generation Y oder Z“ zu sprechen, sondern vielmehr darauf zu achten, welche Zielgruppe letztlich zum eigenen Unternehmen passt.



„Sinus-Milieus® fassen Menschen zusammen,
die sich in **Lebensauffassung und Lebensweise** ähneln.“

Aus der klischeehaften Work-Life-Balance der Generation Y werden so die „adaptiv-pragmatische Mitte“, die „Hedonisten“, die „progressiven Realisten“, die „Performer“ und die „Konservativ-Nostalgischen“. Allein die Anzahl von 6 unterschiedlichen Milieus macht deutlich, dass sich die Generation der derzeit 14 bis 29-jährigen genauso wenig über einen Kamm scheren lässt wie diejenigen davor oder danach.

Die Welt der 14-29jährigen ist heterogener:



Daher ist auch beim Recruiting niemand gut damit beraten, alle gleichermaßen ansprechen zu wollen, vielmehr geht es darum sich selbst als Arbeitgeber*in genau vor Augen zu führen, welche Zielgruppe zum Unternehmen passt und was genau sie umtreibt. Sind die Treiber eher „Harmonie und Sicherheit“ oder „Spaß und Genuss“? Geht es darum den Job zur Verwirklichung und Versorgung der eigenen Familie zu suchen oder geht es darum mittels der Position möglichst viel Nutzen für die Gesellschaft zu stiften? Erst wenn diese Beweggründe zur Arbeit analysiert sind, können Goodies des Unternehmens und Motive der Bewerber*innen aufeinander abgestimmt werden.

Mit dieser Denkweise lassen sich zwar noch keine internen Generationenkonflikte lösen, aber sie machen deutlich, dass es sich dabei in aller Regel um Wertekonflikte handelt! Denn „Die Chef*innen von heute“ sind mehrheitlich Konservativ-Etablierte, Performer oder Postmaterielle, die Leistung und Status hochhalten.

Nicht selten können sie daher mit der Wertewelt ihrer jungen Mitarbeiter*innen oder Bewerber*innen wenig anfangen. Der Perspektivenwechsel fällt schwer. Das differenzierte Hinschauen, indem sie etwa die Brille der Sinus-Milieus aufsetzen, kann hier insofern Abhilfe schaffen, als es zur Differenzierung beiträgt: **homogene Altersgruppe – heterogene Wertewelt** lautet die Devise!

