

# Die Generation Z als neue Workforce

Wie Zoomer leben, arbeiten, lernen  
und geführt werden wollen



## Business-Bereich

Management

Personal

**Führung**

Erfolg & Karriere

Kommunikation

Marketing & Vertrieb

Finanzen

IT & Office

## Sofort-Nutzen

Sie erfahren:

- wie die Generation Z «tickt»,
- weshalb sie für die Zukunft so wichtig ist,
- welchen Wandel sie im Unternehmen bewirkt,
- auf welcher Basis GenZler arbeiten wollen,
- wie sie eigeninitiativ lernen.

Sie können:

- erkennen, welches Umfeld Zoomer brauchen,
- nachempfinden, wie die GenZ Leben und Arbeiten miteinander verknüpft,
- verstehen, wie Zoomer geführt werden wollen,
- Karrierewege für die Generation Z entwickeln,
- verstehen, was Nachhaltigkeit für sie bedeutet.

## Autorin

---



**Anne M. Schüller** ist Managementdenker, Keynote-Speaker, mehrfach preisgekrönte Bestsellerautorin und Businesscoach. Die Diplom-Betriebswirtin gilt als führende Expertin für das Touchpoint Management und eine zukunftsorientierte Unternehmensführung. Sie zählt zu den gefragtesten Rednern im deutschsprachigen Raum. 2015 wurde sie für ihr Lebenswerk in die Hall of Fame der German Speakers Association aufgenommen. Vom Business-Netzwerk LinkedIn wurde sie zur Top-Voice 2017 und 2018 sowie vom Business-Netzwerk Xing zum Spitzenwriter 2018 und zum Top Mind 2020 gekürt. 2024 wurde sie als «Unternehmerin der Zukunft» ausgezeichnet

(DIIND). Sie hatte Lehraufträge an der Universität St. Gallen (HSG) und der Hochschule für Wirtschaft in Zürich (HWZ). Zu ihrem Kundenkreis zählt die Elite der deutschen, schweizerischen und österreichischen Wirtschaft. Ihre neuesten Bücher heissen «Die Orbit-Organisation» (Finalist beim International Book Award 2019), «Bahn frei für Übermorgengestalter» (2022) und «Zukunft meistern» (2024).

Anne M. Schüller  
Management Consulting  
Office 0049 89 6423208  
Mobil 0049 172 8319612  
[info@anneschueller.de](mailto:info@anneschueller.de)  
[www.anneschueller.de](http://www.anneschueller.de)  
<http://blog.anneschueller.de>

## Impressum

---

WEKA Business Dossier

### Die Generation Z als neue Workforce

Projektleitung: Annika Küderli  
Satz: Tobias Ammann  
Korrektorat: Margit Bachfischer M.A., Bobingen

WEKA Business Media AG  
Hermetschloostrasse 77  
8048 Zürich  
Tel. 044 434 88 34  
Fax 044 434 89 99  
[info@weka.ch](mailto:info@weka.ch)  
[www.weka.ch](http://www.weka.ch)  
[www.weka-library.ch](http://www.weka-library.ch)

VLB – Titelaufnahme im Verzeichnis Lieferbarer Bücher:  
ISBN 978-3-297-02306-8

Art.-Nr. 02306-1000

1. Auflage 2025

© WEKA Business Media AG, Zürich

Alle Rechte, insbesondere das Recht auf Vervielfältigung und der Verbreitung sowie der Übersetzung, sind vorbehalten. Kein Teil des Werks darf in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme gespeichert, verarbeitet oder verbreitet werden. Wenn möglich verwenden wir immer geschlechtsneutrale Bezeichnungen. Aus Platzgründen oder aufgrund einer besseren Lesbarkeit verwenden wir bei Texten nur eine Schreibweise.

# Inhaltsverzeichnis

<b>Einführung: Die Generation Z, ihre Vorläufer und ihre Folgegenerationen</b>	4
<b>1. Generation Z: Fundament für die Zukunftsfähigkeit des Unternehmens</b>	7
1.1 Was die Generation Z für etablierte Unternehmen so wertvoll macht	8
1.2 Die GenZ sorgt für die Transformation in einen fluideren Zustand	9
1.3 GenZ vor! Denn Herrschende betreiben keine Palastrevolution	10
1.4 Angst muss verschwinden. Sie ist der grösste Fortschrittskiller	11
1.5 Für Zoomer ist klar: Fehler machen muss erlaubt sein	13
1.6 Die GenZ als Gamechanger, Pionier und Übermorgengestalter	15
<b>2. Wie Sie Ihr Unternehmen fit für die Welt der Zoomer machen</b>	16
2.1 Vom Ich zum Wir: Vernetzung und Kollaboration	17
2.2 Zukunftstrend Sharing Economy: Teilen ist das neue Haben	18
2.3 Wie die Generation Z Leben und Arbeiten miteinander verknüpft	20
2.4 Karrieremodelle der Zukunft: Kletterwand oder Leiter?	21
2.5 Die Generation Z nutzt die «Weisheit der vielen»	22
2.6 Klimaschutz und Nachhaltigkeit: GenZ-Megathema	23
<b>Literaturverzeichnis</b>	25
<b>Quellenangaben</b>	26

---

## **Einführung: Die Generation Z, ihre Vorläufer und ihre Folgegenerationen**

---

Sie leben anders, sie arbeiten anders, sie lernen anders, sie konsumieren auch anders. Ihnen gehört die Welt von morgen und übermorgen. Einerseits freuen sie sich auf die Zukunft, andererseits haben sie Angst vor den unsicheren Zeiten, die vor ihnen liegen. Ihr halbes Leben war von Krisen gezeichnet. Die Soziologie nennt sie Generation Z, im Internetzeitalter sozialisierte Digital Natives. Sie sind das Fundament für die Zukunftsfähigkeit unserer Wirtschaft. Unternehmen müssen fit und attraktiv für sie sein.

Sie können es kaum abwarten, jede technologische Neuerung auszuprobieren. Der KI vertrauen sie nahezu blind. Aus den Erfahrungen solcher Early Adopter erwachsen dann neue Anforderungen an alle Player im Markt. So verändern sie die Spielregeln in jeder Branche und machen das Neue zu einem unverzichtbaren Teil unseres Lebens. Schon allein deshalb sollte eine kluge Geschäftsleitung die hellsten jungen Köpfe zu ihren engsten Beratern machen. Sie beugen der Betriebsblindheit vor. Sie sorgen für Blutauffrischung und eine Frischzellenkur. Es sind vor allem ihre Ideen, die den Unternehmen helfen, fortan am Markt zu bestehen.

Digitale Transformation? Da reibt sich die Generation Z verwundert die Augen. Was sollen sie da transformieren? In einem digital transformierten Kosmos leben sie längst. Ihr Zweitwohnsitz ist das Internet. Das Smartphone ist ihre Standleitung dorthin, und die ist ständig in Betrieb. GenZler bewegen sich in Schwärmen, die im Web ihre Hauptheimat haben. Dort bilden sie sich ihre Meinung über Gleichaltrige, die Peers. All das zu verstehen, zu nutzen und sich von jungen Gedanken inspirieren zu lassen, macht den Unterschied zwischen den zukünftigen Überfliegern der Wirtschaft und dem übrigen Rest.

Im Deloitte Gen Z und Millennial Survey 2025 geht es um die zentralen Anliegen und Sorgen beider Generationen. «Sie streben nach einer Balance aus sinnvoller Arbeit, finanzieller Sicherheit und persönlichem Wohlbefinden. In dieser Hinsicht erwarten sie mehr Unterstützung von ihren Arbeitgebern und setzen vermehrt auf Technologien wie generative KI. Dabei hinterfragen die Generationen traditionelle Karrierewege, legen aber gleichzeitig grossen Wert auf Lernen und persönliche Weiterentwicklung.» Sie bevorzugen horizontale Kommunikation, flache Hierarchien und kollaborative Strukturen. Sie fordern Mitgestaltung statt Ansagen, Feedback statt Kontrolle, Individualisierung statt Konformität. Für sie ist Arbeit mehr als Erwerbstätigkeit. Sie ist vielmehr Ausdruck von Sinn, Selbstverwirklichung und gesellschaftlichem Beitrag. Nur sehr wenige haben ein verstärktes Interesse an Führungsaufgaben, so die Studie weiter.<sup>1</sup> Weltweit wurden 23 482 Personen befragt.

Doch verschaffen wir uns zum allgemeinen Verständnis zunächst einen Überblick über die Generationenfolge, wie sie sich als soziologisches Modell etabliert hat: