

Generation	Desillusion / Illusion	Limbic Personality Chart	Status	Fairness	Autonomie	Verbundenheit	Erregung	Sicherheit & Kontrolle	Merkmale
Baby Boomers 1946-1964 55-73 Jahre alt 30% aller Berufstätigen CEO Hohes Kader Experte	Desillusion Boomers: Ich bekam teilweise wenig Aufmerksamkeit von meinen Eltern & teilte sehr vieles mit Geschwistern. Ich muss hervorstechen, um gesehen zu werden. Dieser Ansatz wird mir die Rente sichern & auch meine Nachkommen erfolgreich machen. Illusion Boomers: Als einer von vielen muss ich mich in der Firma gut positionieren, fleissig arbeiten und dort Karriere machen. Das wird mir Job & Rente sichern. Fleiss in Schule & Beruf wird auch meine Kinder erfolgreich machen. Wir sind Macher.		Porsche Berufsprestige Autoritäre Denker	Ich bin auch noch da 68er Revolution	Eigenheim Auto Rente mit Qualität	Enge Familie Nachbarn Verein Events	TV Audio Kasette Rundfunk Ferien international Informal Learning by Data Experimentiell Individualistisch Selbstverwirklichung I-Shaped Karriere	Überzeugt von: Methoden Beweise Experten Autoritäten Langfristige Ziele Schulden sind ok Liquidität Geld sichert ab Definiert Werte neu Mag Struktur Marken-loyal 1 Leben, 1 Firma	Pioniere in: Organisation, Entrepreneurship, Humane & materielle Skalierbarkeit Spricht an auf: Massenmedien Offizielle Werbung Telefon Meeting Zunehmend online
Gen X 1965-1979 40-54 Jahre alt 31% aller Berufstätigen Hohes Kader Mittleres Kader Kader Experte	Desillusion Gen X: Meine Eltern arbeiteten viel. Wir mussten für uns selbst schauen & wurden in der Jugend rebellisch. Technologie & Wirtschaft bieten neue Möglichkeiten. Die Welt dreht sich schneller. Ich will mithalten. Illusion Gen X: Ich will ein emanzipiertes, ausgeglichenes Leben führen & mir die neuen Technologien leisten. Ich sichere meinen Beruf & Platz im Arbeitsmarkt mit einem breitem Skill-Portfolio ab. Ich bin ein topausgebildeter Macher. Sobald die Boomer pensioniert sind, kann ich aufsteigen.		Porsche Expertentum Koordinierend. Macher	Emanzipation	Ev. Eigenheim Auto Rente mit Qualität Gleitzeitmodell Jugend-Rebellen Anti Establishment Unabhängigkeit Weiterbildung	Haushalt & Eltern Events	TV Walkman Mobile Phone IBM PC & Internet Ferien international Learning by Doing Wechselt Marken 1 Leben, 8 Stellen T-Shaped Karriere #-Shaped Karriere	Überzeugt von: Case Study Experten Pragmatik Mittelfristige Ziele Mittelfristiger Kredit Kredit mit Köpfchen Geld sichert ab Skepsis Risikoaversion Jobsicherheit Umweltbewusst 9-to-5-Mindset Work-Life-Balance 1 Leben, 1 Portfolio	Pioniere in: Internet E-Mail Skype Age of IT Specialist- Entrepreneurs Spricht an auf: Direkte Werbung Unkonventionelle Werbung E-Mail Meeting online Meeting persönlich wenn Zeit da ist
Millenials (Gen Y) 1980-1997 22-39 Jahre alt 31% aller Berufstätigen Mittleres Kader Unteres Kader Kader Experte Einsteiger Studierende	Desillusion Millenials Ich bin bin in Wohlstand, Freiheit & in der digitalen Revolution aufgewachsen. Ich bin fortschrittlich ausgebildet. Und jetzt soll ich in engmaschigen Arbeitsmodelle arbeiten? Ich will keine Möglichkeit zur persönlichen Weiterentwicklung verpassen. Karriere & Statussymbole sind nett – jedoch nicht um jeden Preis. Weiterbildung, Privates & Familie müssen Platz haben. Illusion Millenials Ein Gehalt, von dem man gut leben kann, sollte selbstverständlich sein. Ich wünsche mir einen Job, der Spass macht, zu mir passt, meine Wünsche ernst nimmt, zeitgemässe Freiheiten & Entwicklungsmöglichkeiten bietet. Privates sollte Platz haben. Sind diese Aspekte erfüllt, bringe ich Top-Leistung. Ich setze kleine digitale Projekte mit Leichtigkeit um.		Sinnvolle Arbeit Verantwortung Mitbestimmung Moderne Unternehmer Befähigender Chef	Augenhöhe Equality	Alles immer überall Autonome Arbeitszeit Freiheit Individuelle Freiheiten Weiterbildung Viel Freiraum Wenig Struktur Wenig Kontrolle Unabhängigkeit Geld macht frei	Haushalt & Eltern Events Partizipativ Zugängliche Chefs Kollegiale Atmosphäre Soziales Bewusstsein Gruppenorientiert	Pay TV & Internet Social Media E-Mail Smartphone Spielkonsole Experimental Personalisiert Life-Style Schulden Nicht Marken-loyal Ferien international Unternehmerisch 1 Leben, 16 Stellen T-Shaped #-Shaped	Überzeugt von: Social Proof Life Proof Berufs-Perspektiven Kurzfristige Ziele Life-Style Schulden Nicht Marken-loyal Ferien international Unternehmerisch 1 Leben, 16 Stellen T-Shaped #-Shaped	Pioniere in: Soziale Medien Apps Digitale Marketing Digitale Skalierung Online- Entrepreneurship Age of Information Spricht an auf: Digitale Werbung Viral Freunde Soziale Medien Meeting online
Gen Z 1998-2012 7-21 Jahre alt 6% aller Berufstätigen Einsteiger Lernende Studierende	Desillusion Gen Z: Bereits als Kind haben mir die täglichen live-Videos von Terrorismus, Flüchtlingskrise & Hungersnot Angst gemacht. Auf der anderen Seite waren Markenkleider & iPhones ab der 4. Klasse standard. Sicherheit, Verbundenheit, Status & Spass sind mir wichtig. Illusion Gen Z: Ich will das Leben geniessen. Alles wofür frühere Generationen gekämpft haben, erwarte ich als Selbstverständlichkeit. Warum reden die Alten immer davon? Ein normales Leben sollte nicht so schwierig sein. Wir müssen den Planeten retten. Ich will ein modernes, vielseitiges, jedoch ruhiges & sicheres Leben führen. Alles muss möglichst benutzerfreundlich, einfach, pragmatisch & online sein.		Sinnvolle Arbeit Materialistisch Marken Evangelisten Trends Chef sozial & fördernd Geld erhöht Status	Flüchtlinge retten Equality Integriert im System	Alles sofort überall Sehr unverbündlich Maybe-Generation Lernt alleine E-Learning E-Stores	Sozial (Medien) Atmosphäre Harmoniebedürfnis Teilt Wissen Gruppenorientiert Community minded	Smartphone Social Media Google YouTube Ferien international Politik-Interesse Moderate Ansichten Sinnvolle Arbeit Personalisiert Priorisiert das Privatleben Kauft impulsiv 1 Leben, 16 Stellen Line-Shaped T-Shaped	Überzeugt von: Social Proof Online Forum Empfehlung Beständigkeit Wohlbefinden Jobsicherheit Umweltbewusst Konservativ	Pioniere in: Follower gewinnen, Instagram, Live Hacks, Unkompliziertheit Spricht an auf: Interaktive Kampagnen Brand Assoziation Online Crowd Sourcing Meeting persönlich

Legende: I-Shaped = Spezialist / Line-Shaped = Generalist / T-Shaped = Generalist mit Spezialisierung / #-Shaped = Generalist & Spezialist in mind. 2 Branchen/Feldern