

GENERATION Z

VERSTEHEN UND BEGEISTERN

Yannick Blättler, Gründer und Geschäftsführer NEOVISO AG

Bern | Top 100 Gebäudehülle Network | 09. Mai 2025

KERNFRAGE

**SEID IHR RELEVANT
FÜR DIE GENERATION Z?**

WAS WIR OFT HÖREN...

«ICH WILL **KEINE WOHLFÜHL-OASE** BEI MIR»

«FÜHL MICH **UNSICHER** ALS FÜHRUNGSKRAFT,
WAS DIE **NÄCHSTEN SCHRITTE** SEIN SOLLTEN»

«EIGENTLICH BRÄUCHTEN WIR **HIGH-PERFORMER** BEI UNS»

«DAS **GEN Z** THEMA HABE ICH LANGSAM DA OBEN»

«SIND EIGENTLICH AKTUELL ALLE **MENTAL** ANGSCHLAGEN?»

«**KI HIER, KI DORT.** ES IST ALLES EIN HYPE.»

ARBEITSWELT 5.0

Wenn unser **Arbeitsmarkt** auf neue **Generationen** und **Technologien** trifft.



Auswirkungen auf den Arbeitsplatz



YANNICK BLÄTTLER



Wirtschaftswissenschaften UZH
2013 - 2016



Gründung NEO Network
2015 - Studierendenverein



Gründung NEOVISO AG
2016



Master in Business Innovation HSG
2017 - 2019



Verwaltungsrat
Seit 2020



Verwaltungsrat
Seit 2024



UNSERE VISION

**WIR WOLLEN DER BESTE PARTNER SEIN,
UM UNTERNEHMEN RELEVANT ZU HALTEN.**

STRATEGY

DEPARTMENT

STUDIO

DEPARTMENT

STRATEGY

DEPARTMENT

Marktforschung | Strategieberatung | Employer
Branding | Marketing | Positionierung | Social Media
Management | Gen Z Strategien

STUDIO

DEPARTMENT

Videoproduktion | Fotografie | Kampagnen | Social
Content | Kreative Konzepte | Podcasts |
Look Books | KI Anwendungen

STRATEGY

DEPARTMENT

STUDIO

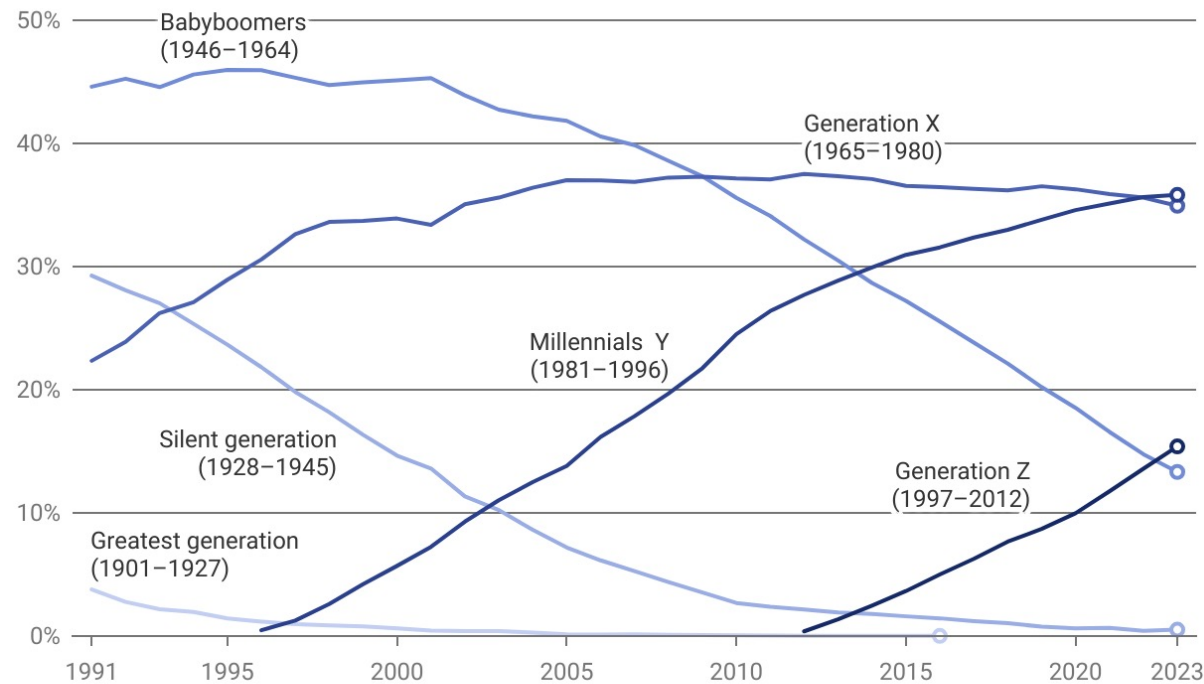
DEPARTMENT

EDUCATION

ANGEBOTE

ERWERBSBEVÖLKERUNG NACH GENERATION 1991 - 2023, IN %

Erwerbsbevölkerung nach Generation 1991–2023, in %



Datenstand: 05.07.2024

Quelle: BFS – Schweizerische Arbeitskräfteerhebung (SAKE)

gr-d-03.02.00.08.01-je

© BFS 2024

Jahrgang 1958: 91'000 Geburten

Jahrgang 2008: 76'000 Geburten

EINE GENERATION MIT EINEM STARKEN WUNSCH NACH...
SELBSTVERWIRKLICHUNG,
MENTALER GESUNDHEIT,
KLARHEIT IM LEBEN.

DREI WICHTIGE, AKTUELLE TRENDS

1 **ARBEITSMARKT** HAT GEDREHT UND BLEIBT FÜR DEN MOMENT.

2 **„WOHLSTAND“** IST FÜR GEN Z „NORMAL“.

3 **TECHNOLOGIE** VERÄNDERT ALLES.

MIT WAS WÜRD EICH MICH ALS FIRMENINHABER, VERWALTUNGSRAT, GESCHÄFTSFÜHRER, FÜHRUNGSPERSON AUSEINANDERSETZEN?

Three overlapping circles in shades of orange and yellow, arranged horizontally. Each circle contains text.

**KÜNSTLICHE INTELLIGENZ &
COMPUTER SCIENCE**

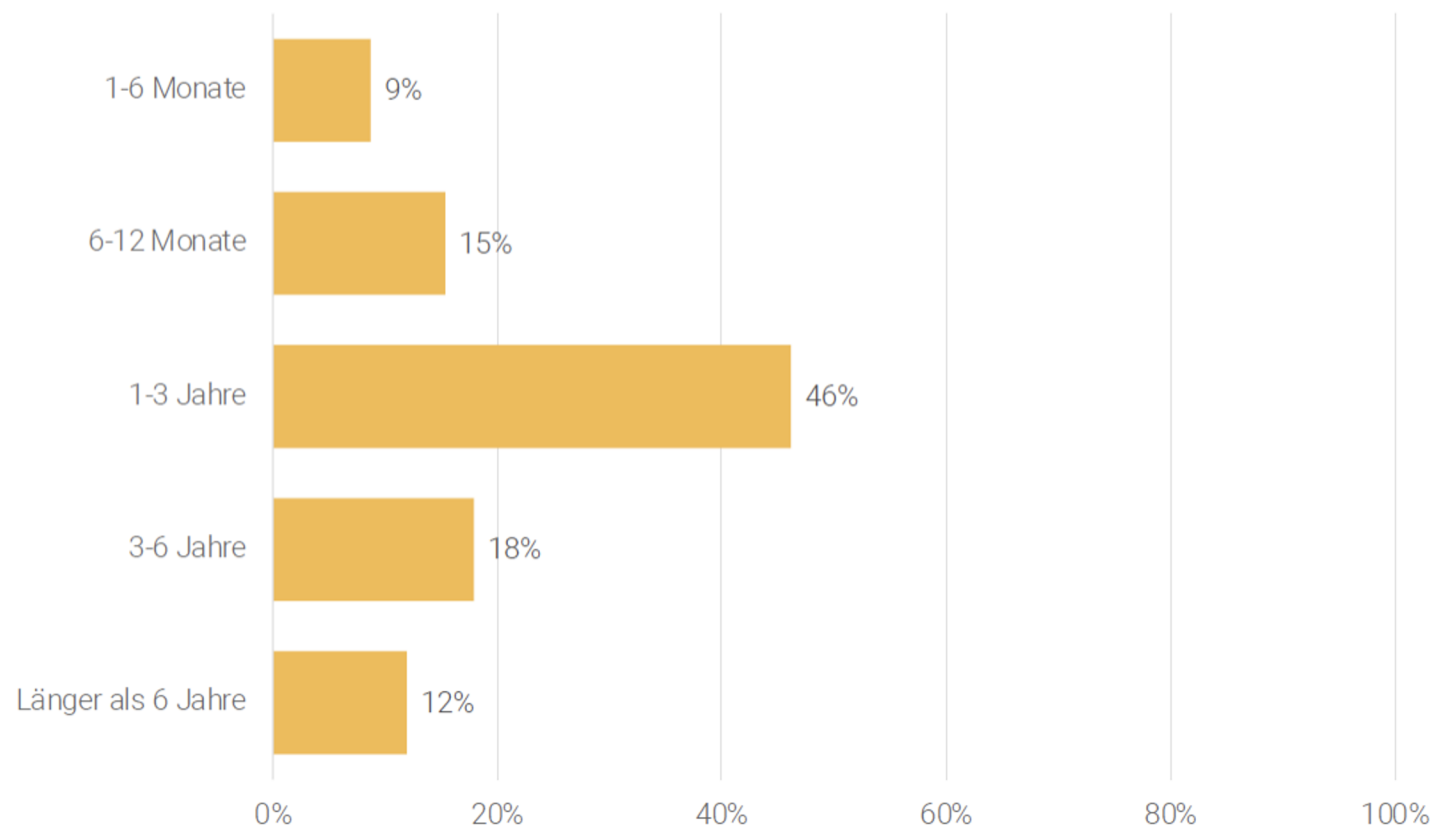
**EMPLOYER BRANDING &
FÜHRUNGSKULTUR**

**BUSINESS MODEL
INNOVATION**

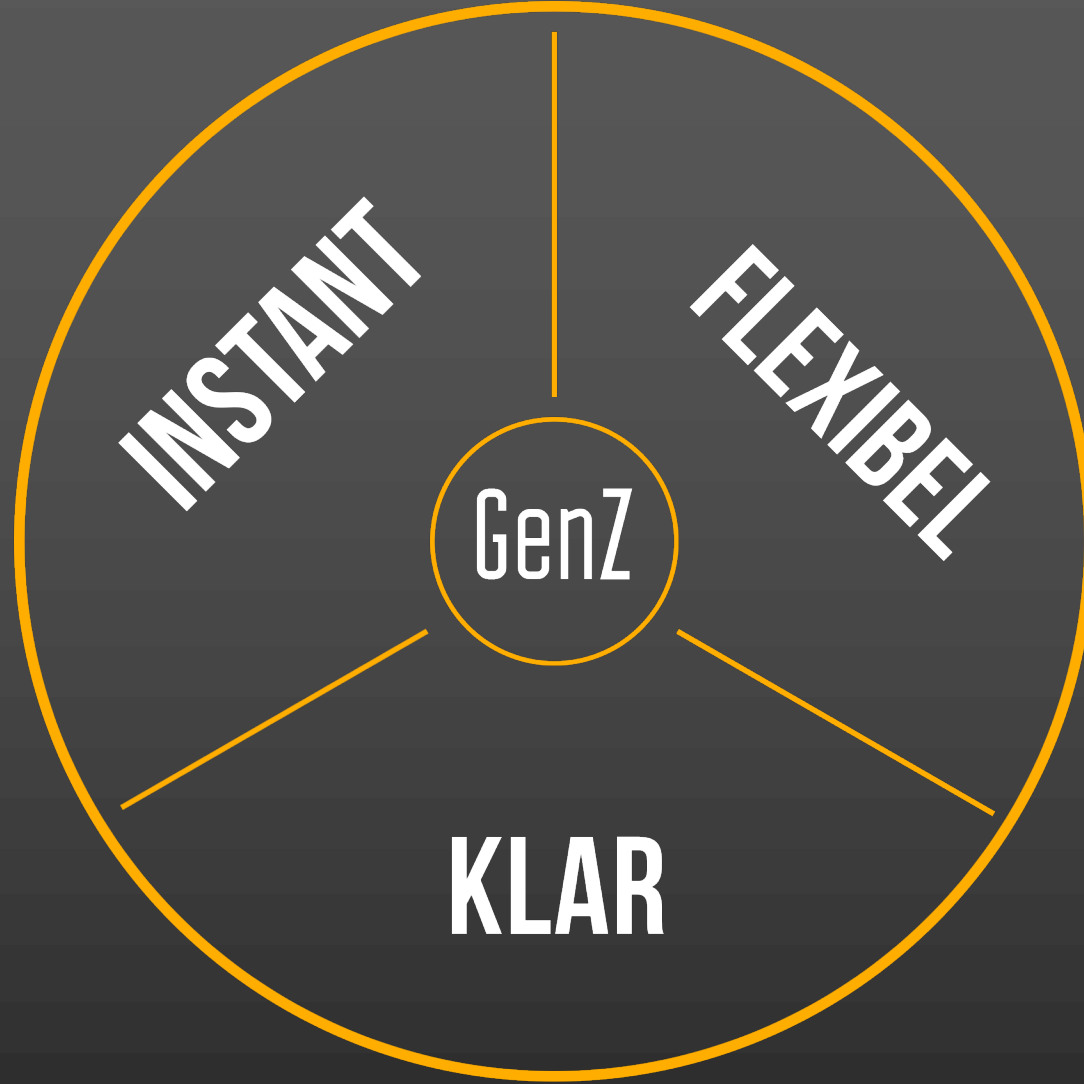
ARBEITGEBER*IN

Wie lange möchtest du bei deiner*m ersten Arbeitgeber*in bleiben?

Frage ging nur an Personen, welche (noch) nicht arbeiten.



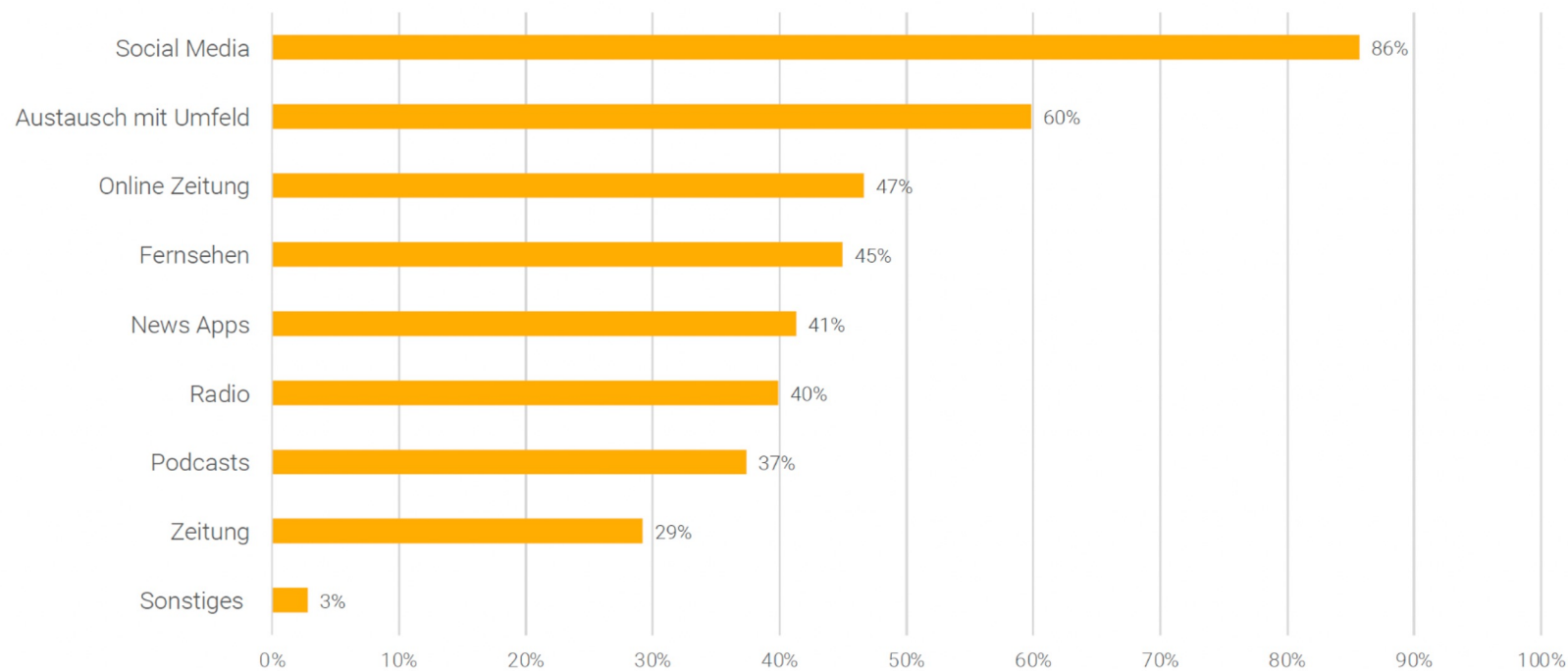
n = 587



NEWSKONSUM

NEWS

Wo informierst du dich?
Es waren mehrere Antworten möglich!
Nur Personen, welche News konsumieren.



Quelle: NEOVISO Trends & News März 2024, Gen Z, schweizweit, n = 404

09.05.25

SOCIAL MEDIA PLATTFORMEN DER GEN Z

DAS CREDO IST KLAR: VIDEO FIRST!

Source: Social Trends 2024, NEOVISO, n = 550, JAMES Studie



TWITCH

eSports & Influencer
Livestreaming
15-20% Nutzung



LINKED IN

Business Platform
25-35% Nutzung



TIKTOK

Vertical Video
Plattform
50-60% Nutzung



SNAPCHAT

Instant Video &
Photo Sharing
60-70% Nutzung



INSTAGRAM

Photo- &
Videoalbum
80-90% Nutzung



YOUTUBE

Das Lexikon
96% Nutzung

GEN Z CONTENT ATTRIBUTE



Kurz und prägnant



Mutig und laut



Social first



Relevant zu Gen Z Themen



Viel Video, viel Hochformat



Trend Sounds

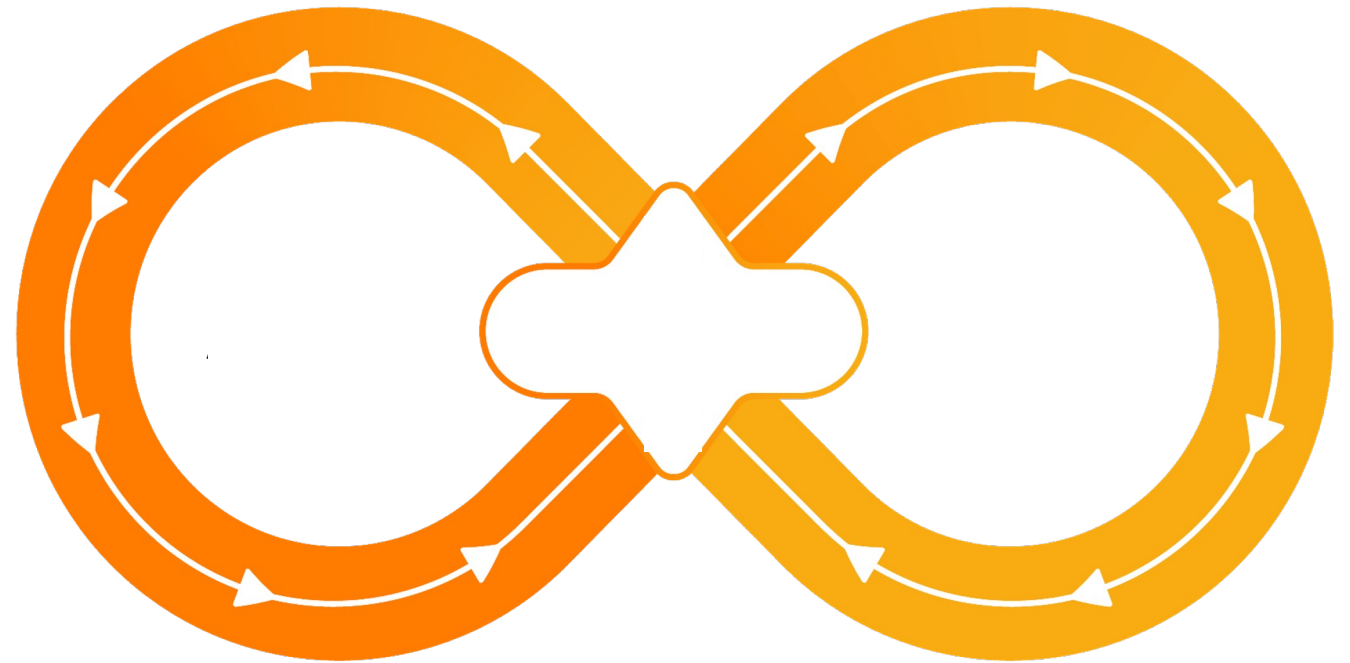


Junge, diverse Gesichter für eine junge Zielgruppe



KEIN LINEARER FUNNEL: INFINITE LOOP

INSPIRATION, EXPLORATION, COMMUNITY, LOYALTY



INTERAKTION MIT DER GEN Z

INSPIRATION

TikTok, Insta, YouTube, VLOGS, Podcasts, Austausch mit Freunden, Vertrag wegen Eltern

EXPLORATION

Social Search, ChatGPT, Google, Austausch mit Freunden, am Arbeitsplatz

COMMUNITY

Krankenkassen / Versicherungen auf Social folgen, Influencer folgen, Austausch mit Umfeld

LOYALTY

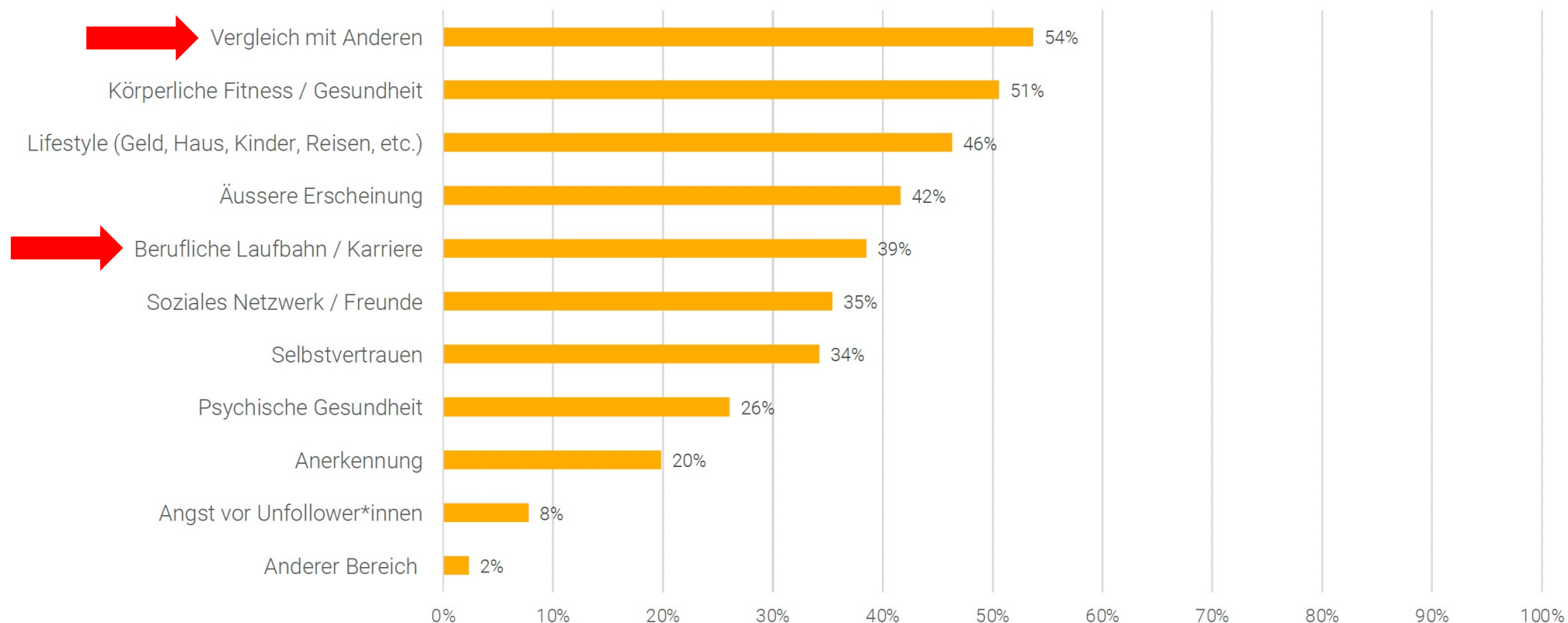
Regelmässig interessanten Content erhalten, Gamification, Begeisterung

SOCIAL MEDIA

In welchen Bereichen verspürst du den Druck / Angst durch Social Media?

Es waren mehrere Antworten möglich!

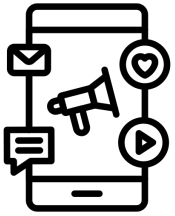
Nur Personen, welche Druck / Angst durch Social Media verspüren.



SPEED & KREATIVITÄT IM BEWERBUNGSPROZESS



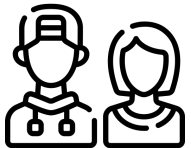
Seid im ganzen Bewerbungsprozess schnell. Speed ist wichtig.



Sagt den Jungen, sie dürfen sich bewerben, wie es ihnen am liebsten ist:
Text, Fotos, Videos etc.



Geht nicht davon aus, das alles klar ist. Macht es einfach, Fragen zu stellen.
(z.B. via WhatsApp)



Junge Personen wollen möglichst viele junge Personen sehen.

DIE ANSPRÜCHE DER GEN Z AN DIE ARBEIT



Bedürfnis nach Selbstverwirklichung



Schnelle Weiterentwicklung in den ersten 24 Monaten



Streben nach Sinn & Visionen



Work-Life-Integration



Flexibilität



Inspirierende Führung



Klare und kurz gesetzte Zielvereinbarung mit Instant-Feedback



Psychologische Sicherheit

BACHELORARBEIT YANNICK BLÄTTLER 2016, UNIVERSITÄT ZÜRICH

«GENERATION Z UND FAMILIENUNTERNEHMEN»

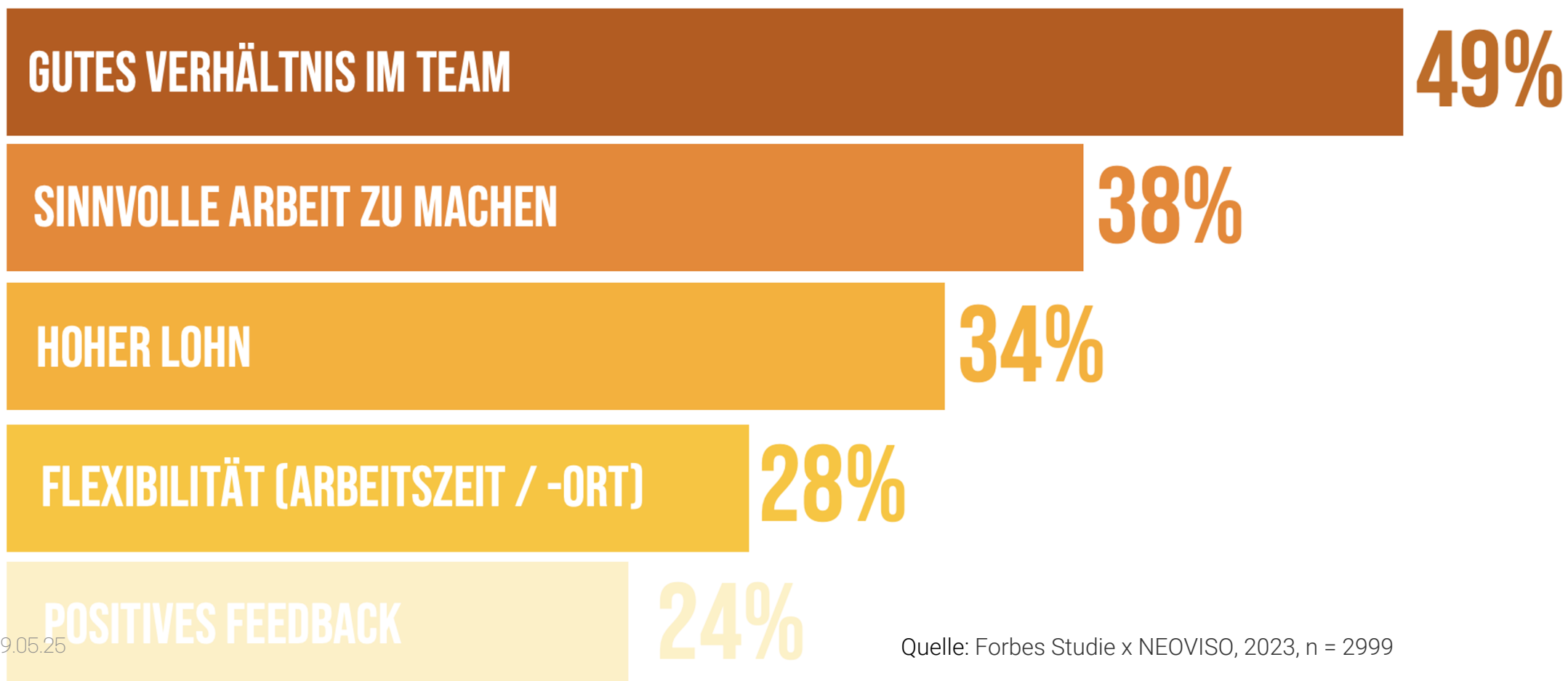
5.3.6 Fazit der Analyse und Überblick zur Analyse der Annahmen

Annahme	Zustimmung oder Ablehnung
(1) Familienunternehmen sind als Arbeitgeber in der Wahrnehmung der Generation Z mindestens so attraktiv wie Nicht-Familienunternehmen.	Reputation und Image ✓ → Zustimmung
(2) Die Charakteristika von Familienunternehmen stimmen mit den Arbeitgeber- und Arbeitsplatzbedürfnissen der Generation Z überein.	Menschen und Unternehmenskultur ✓ Job Charakteristika ✓ Gehalt und Karriereöglichkeiten ✓ → Zustimmung
(3) Die Generation Z unterscheidet bei der Arbeitgeberwahl aktiv zwischen Familienunternehmen und Nicht-Familienunternehmen.	Reputation und Image ✗ Glaubwürdigkeit und Authentizität ✗ → Ablehnung
(4) Die unterschiedlichen Charakteristika der Generation Z gegenüber vorhergehenden Generationen sind den HR-verantwortlichen Personen von Familienunternehmen bewusst.	Job Charakteristika ✓ Glaubwürdigkeit und Authentizität ✓ → Zustimmung
(5) Employer Branding mit dem Attribut <i>Familienunternehmen</i> zu betreiben wirkt sich attraktiv auf die Generation Z bezüglich der Wahrnehmung als Arbeitgeber aus.	Menschen und Unternehmenskultur ○ Reputation und Image ✗ → Ablehnung
(6) Die Unterscheidung zwischen attraktiven und unattraktiven Arbeitgebern ist für die Generation Z aufgrund neuer Informations- und Kommunikationskanäle schwierig geworden.	Glaubwürdigkeit und Authentizität ✓ → Zustimmung

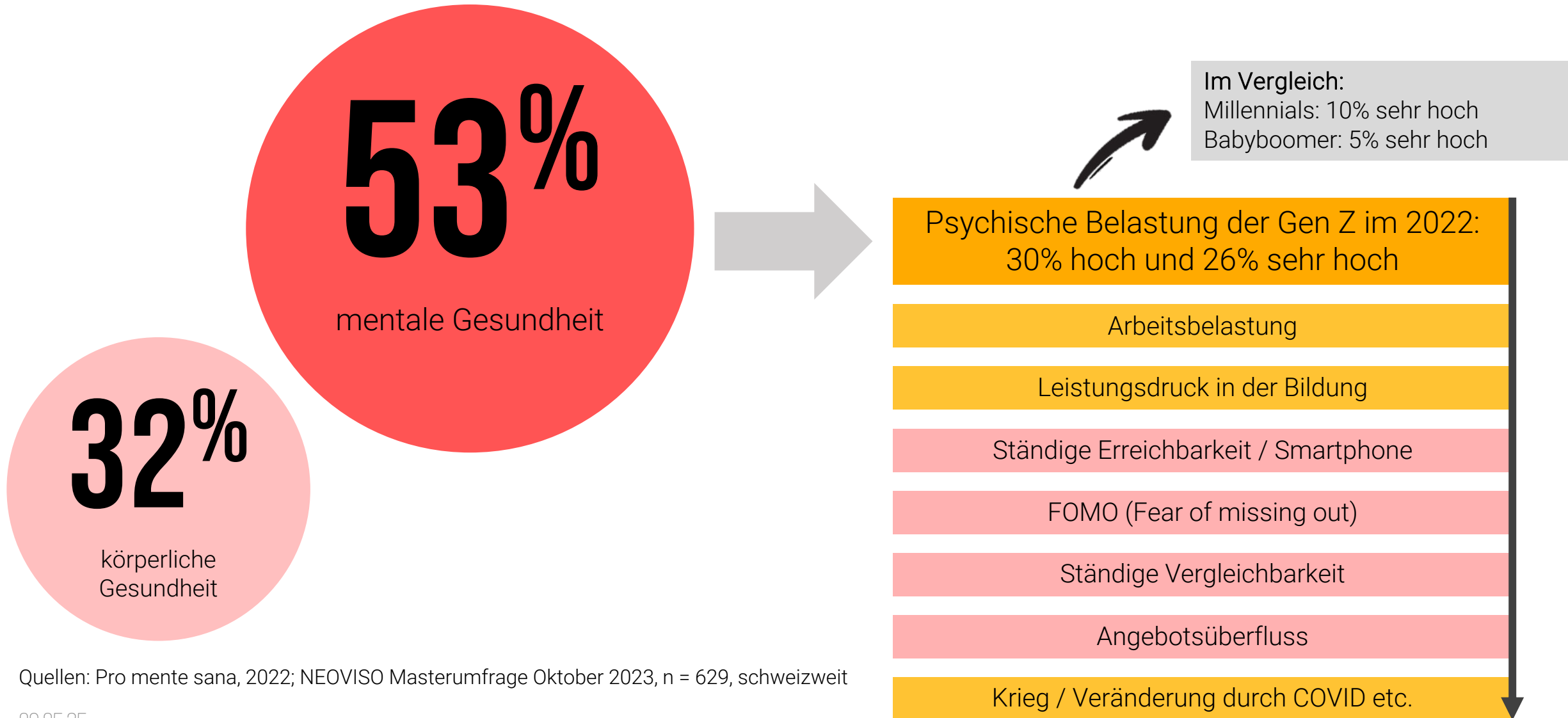
Tabelle 16 - Übersicht der Auswertung der Annahmen

Was motiviert dich am meisten bei deiner täglichen Arbeit?

Mehrere Antworten waren möglich



GESUNDHEITLICHE SORGEN DER GEN Z



DREI THESEN



ÜBERSTIMULIERT VON REIZEN.



ÜBERWÄLTIGT VON ANGEBOTEN.

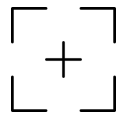


ÜBERFORDERT MIT SELBSTORGANISATION.

LEADERSHIP PRINCIPLES 2025



INSTANT FEEDBACKS GEBEN.



KURZ GESTECKTE ZIELVORGABEN.



INSPIRATION & VORBILD SEIN.



CHANGE CHAMPION SEIN.



PSYCHOLOGISCHE SICHERHEIT AUF AUGENHÖHE.

UNSERE MISSION

**KEEPING BRANDS RELEVANT BY
CLOSING THE GAP BETWEEN GENERATIONS.**

