



Generation Z – sie zu finden und zu binden

Prof. Dr. Antje-Britta Mörstedt
Private Hochschule Göttingen

Agenda

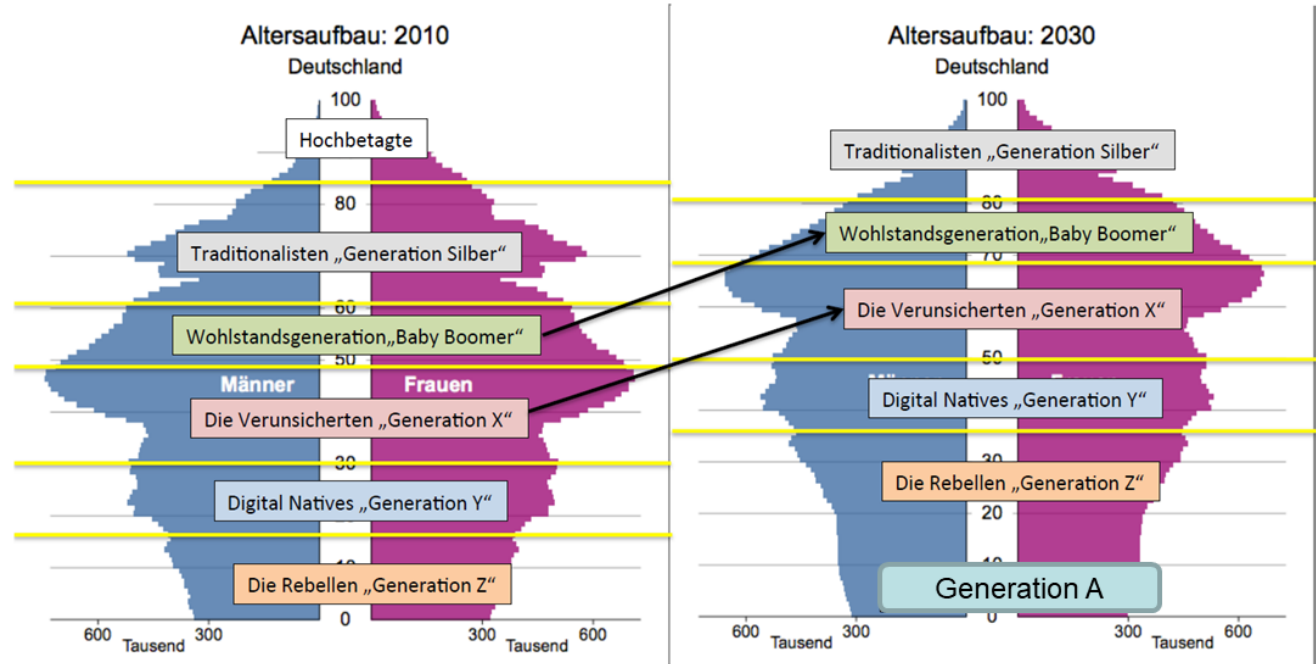
- **Bedeutung organisationaler Demographie**
- **Überblick Generationen**
- **Generation Z und deren wesentlichen Merkmal**
- **Ausblick Generation A**
- **Rekrutierung**
- **Aspekte der Generationen-Führung**



<https://www.perwiss.de/generationsspezifische-personalarbeit-gestalten.html>

BEDEUTUNG ORGANISATIONALER DEMOGRAFIE

In den nächsten 15 Jahren gehen 12,9 Mio. Erwerbstätige in Rente
2030 Höhepunkt der BB-Verrentung mit 1,5 Mio. Personen, ersetzt durch noch 700.000 bis 800.000 Personen umfassen

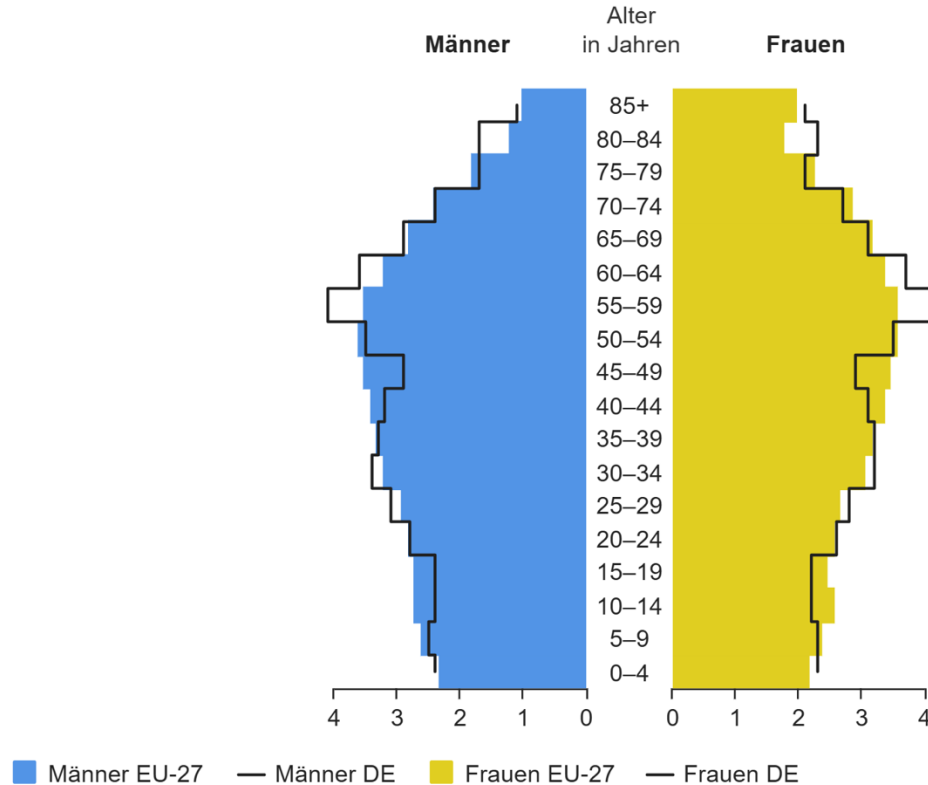


Quelle: Wigger-Spintig, S.; Demografischer Wandel – Revolution im Kaufverhalten? – Hochschule München

Künftiges Arbeitskräfteangebot: weniger, weiblicher, älter und bunter

Altersaufbau der Bevölkerung 2023

Anteil der Altersgruppen in %



Zum Teil vorläufige Werte oder Schätzung. Quelle: [Eurostat](#)

Anteil 80jährige:

2021 bis 2100 von 6,0 auf 14,6%

Anteil der 65-jährigen:

von 20,8 auf 31,3%

Anteil der jungen Menschen verringert sich leicht und könnte sich bei 16% einpendeln, das könnte Auswirkungen auf die Arbeitsmärkte und sozialen Systeme haben

NEETS = 630.000 junge Menschen sind not in employment, education or training

Wichtige Handlungsfelder im Hinblick auf organisationaler Demografie

Rekrutierung

Führung

Lern-
präferenzen

Bindung



ÜBERBLICK GENERATIONEN

Sie alle sind unterschiedlich erzogen worden und wurden in
ihrer
formativen Phase unterschiedlich geprägt

<https://www.perwiss.de/generationsspezifische-personalarbeit-gestalten.html>

Menschen sind nicht unbedingt eindeutig zu zuordnen

- Generationen sind nicht strikt in Geburtsjahrgänge einzuordnen: Es gibt eine beachtliche Streuung innerhalb einer Generation (**Integrationsvarianz**).
- Trotzdem kommt es zu klaren Unterschieden zwischen den Mittelwerten der verschiedenen Generationen (**Intergenerationsdifferenz**).
- Die Einteilung der Menschen in Generationen erfolgt nach soziologischen, wissenschaftlichen Gesichtspunkten, die nicht unbedingt auf die Realität eines Einzelnen treffen müssen

Unsere Generationen von 1950 bis heute

Baby Boomer

Ca. 1950 - 1964

Bekannte Vertreter der Baby Boomer



www.shutterstock.com · 493094959

Unsere Generationen von 1950 bis heute



Baby Boomer Ca. 1950 - 1964

Grundlegendes zur Generation Baby Boomer

Familie und Beruf	Beruf
Werte	• Gesundheit • Idealismus • Kreativität
Merkmale	• Teamorientiert • Karriereorientiert - schnell in Führungspositionen aufsteigen • Arbeit hat den höchsten Stellenwert • Werte, Tradition, Hierarchie
Kommunikationsmedium	Telefon

Unsere Generationen von 1950 bis heute

Baby Boomer

Ca. 1950 - 1964

GenX

1965 - 1979

Grundlegendes zur GenX

Familie und Beruf	Privat (trotz Beruf)
Werte	• Unabhängigkeit • Individualismus • Sinnsuche
Merkmale	• Pragmatisch • Selbstständig • Streben nach einer hohen Lebensqualität • Zeit ist wertvoller als Geld
Kommunikations- medium	E-Mail, Mobiltelefon



Einflussfaktoren auf die GenY/Z

Globalisierung

Beeinflussung
durch Peers

Alterung und
Schrumpfung der
Bevölkerung

Technische
Entwicklung

Entwicklung
Wissens- und
Innovations-
gesellschaft

Individualisierung
und zunehmende
Vielfalt der
Lebensstile

Gesellschaftliche
Veränderungen

Wandel der
Erziehungsstile
und -werte

Unsere Generationen von 1950 bis heute

Baby Boomer
Ca. 1950 - 1964

GenX
1965 - 1979

GenY
1980 - 1993

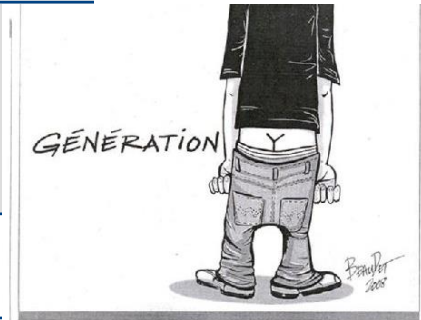
Grundlegendes zur GenY

Familie und Beruf	Vereinbarkeit von Berufs- und Privatleben
Werte	• Vernetzung / Teamwork • Optimismus
Merkmale	• Leben im Hier und Jetzt • Mit neuen Technologien aufgewachsen • „24 Stunden online“
Kommunikations-medium	Web 2.0

Quelle: https://www.google.com/search?client=firefox-b&tbm=isch&sa=1&ei=EA34WVrjB17UkwXps4XwDA&q=Karikatur+Generation+Y&oeq=Karikatur+Generation+Y&gs_l=img.3..0Bi30k1.63450.68178.0.68704.22.19.0.3.3.0.172.1772.11j7.18.0...0...1c.1.64.img..1.21.1806...0j35i39k1j0i67k1j0i30k1j0i24k1.0.2A0Jk6kS_v0#imgcr=8lewFUGRISMhIM:



guillaumepaumier.
com, CC-BY



Unsere Generationen von 1950 bis heute

Baby Boomer

Ca. 1950 - 1964

GenX

1965 - 1979

GenY

1980 - 1993

Grundlegendes zur GenY

- 11. September 2001 verbunden mit Terrorängsten, Reaktorunglück Fukushima, weltweites Kriegsgeschehen
- Behütete Kindheit
- Medienrevolution, Informationszeitalter, Virtuelles Leben, Smartphones, Blogs
- Verringerung der Interaktionserfahrung mit Gleichaltrigen
- Leben mit dem Netz
- Zunahme an Wahlmöglichkeiten in Bezug auf Lebensführung, Freizeitgestaltung, schulische und berufliche Ausbildung

Unsere Generationen von 1950 bis heute

Baby Boomer

Ca. 1950 - 1964

GenX

1965 - 1979

GenY

1980 - 1993

GenZ

1994 - 2010

Bekannte Vertreter der GenZ



DieLochis: Youtube: 2,6
Mio. Abonnenten

Department Musik 2016



Olivia Rodrigo: die neue Identifikationsfigur
Deutschlandfunk Kultur, 18,1 Mio. auf
TikTok

https://www.google.com/search?q=bilder+Olivia+Rodrigo&tbm=isch&source=iu&ictx=1&fr=X8ekIZFo6t-BUM%252CwuV5JezX1MgnM%252C_&vet=1&usg=AI4_-kQsRWM-RWrt3MKcz3kvMeTJJw0H3g&sa=X&ved=2ahUKEwiz84Ph3IXxAhXp_7slHQ4XAgQ9QF6BAGSEAE&biw=1680&bih=939#imgc=x8KixYfwQki6M

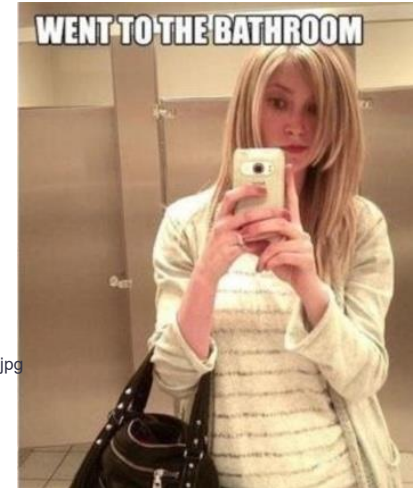
Fomo – Nomophobia POPC geplagte Net Generation

„Generation Z ist social
X(ehm. Twitter),
Instagram, TikTok und der
Griff zum Smartphone
sind so normal, wie für
andere die Tasse Kaffee
am Morgen.“

Prof. Dr. Antje-Britta Mörstedt



Quelle: <https://www.extratipp.com/bilder/2017/01/07/7193088/1260797758-telefonieren-smartphone-ohr-mund-telefon-trend-gespraech-selfie-pYSeicBHP3la1yu ea7.jpg>

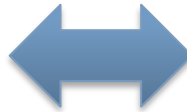


Quelle: <https://i.pinimg.com/originals/6b/6a/55/6b6a5539f2e1d5cf3b03bab5906f0af0.jpg>

GenZ: Zwischen Allmacht und Ohnmacht

Multioptionalität/“Ausgesprochen hohes Entwicklungsversprechen

- Vielfältige Lebenskonzepte
- Im Internet werden Vorbilder/Stars auf Augenhöhe getroffen
- Smartphone als ständiger Begleiter: the world at your fingertips



Orientierungslosigkeit, Überforderung

- Angst Entscheidungen zu treffen, die irreversibel sind
- Ungewisse Zukunft, leben in der VUCA-Welt (Corona Pandemie: Erschütterung des Grundvertrauens, erschwerter Einstieg ins „Leben“)
- Fehlende Orientierung und Ankerpunkte

Karopka, rheingold institut,
Befragung 2021

Unsere Generationen von 1950 bis heute

Baby Boomer

Ca. 1950 - 1964

GenX

1965 - 1979

GenY

1980 - 1993

GenZ

1994 - 2010

Grundlegendes zur GenZ

Familie und Beruf	Privat (Arbeit muss zum Privatleben passen)
Werte	Vernetzung, realistisch, ehrgeizig, schätzen Freundschaften
Merkmale	Kollegiale Arbeitsatmosphäre, aber auch Einzelkämpfer, relaxed, multimedia-affin, in Teilen Umweltbewusst
Kommunikations-medium	Soziale Medien (snap-chat, tiktok, insb. Video-Content)

Digitalisierung und Binge Watching

Unsere Generationen von 1950 bis heute

Baby Boomer

Ca. 1950 - 1964

GenX

1965 - 1979

GenY

1980 - 1993

GenZ

1994 - 2010

Grundlegendes zur GenZ

- „Digital Natives“: durchgehende Präsenz in sozialen Netzwerken
- Technologieaffinität: in jeden Lebensbereich integriert, integraler Bestandteil für Problemlösung, hoher Anspruch an moderne Ausstattung am Arbeitsplatz
- Einzelkämpfer: ausgeprägtes Selbstbewusstsein,
- Sinnhaftigkeit und Spaß an der Arbeit sind wichtig
- Regelmäßiges Feedback gewünscht
- Leben im Netz, VLOGGER
- Bindungslos/Flatterhaft

Wo man junge Menschen am besten erreicht:
bei den Big Five:



PFH

PRIVATE UNIVERSITY
of Applied Sciences

YouTube, WhatsApp, Snapchat, Instagram, TikTok

#booktok



TOP Prioritäten der Generation Z

- Physische Gesundheit
- Mentale Gesundheit
- Finanzmanagement (Cash Stuffing)
- Zeit mit Familie und Freunden
- Hobbys

- Generation Z Konsumverhalten: So tickt Gen Z | Mintel

Lebensgefühl der Generation Z

Ziel der Selbstverwirklichung und
Verantwortungsübernahme bei
gleichzeitiger Überforderung

Karopka, rheingold institut,
Befragung 2021

Erwartungen GenZ

- Wunsch nach Work-Life-Separation
- Interesse an wirkungsvoller Arbeit
- Parallelität von Unternehmens- und persönlichen Werten
- Interesse an der Weiterentwicklung eigener Fähigkeiten
- Interesse an raschem Erfolg und Feedback
- Wunsch nach Flexibilität
- Wunsch nach sicherem Arbeitsplatz



<https://www.per.wiss.de/generationsspezifische-personalarbeit-gestalten.html>



© CanStockPhoto.com

[Utopisch Clipart und Stock Illustrationen. 128 Utopisch Vektor EPS Illustrationen und Zeichnungen von tausenden Designern Lizenzfreier Clip-Art-Grafiken zur Auswahl verfügbar. canstockphoto.at](#)

GENERATION ALPHA

Generation Alpha wächst in der BANI-Welt auf

Brittle: plötzliche und unvorhergesehene Erschütterung bis hin zur Zerstörung eines vermeintlich stabilen Systems

Anxious: Welt wird brüchiger als bisher. Das kann zu Ohnmacht und Hilflosigkeit (Angststarre) führen. Fake News und Desinformation verstärken den Effekt

Nonlinear: es gibt kein Gesetz von Ursache und Wirkung mehr – beides ist voneinander entkoppelt und disproportional, eine Kleinigkeit kann ungeahnte komplexe Konsequenzen nach sich ziehen

Incomprehensible (unverständlich): Der menschliche Verstand kann Informationen und Geschehnisse nicht mehr vollständig erfassen. Alles beeinflusst alles auf unterschiedlichen Ebenen

Modell geht auf Jamias Cascio zurück, Essay: Facing the age of chaos

Finanz- und Wirtschaftskrisen

Europäische Staatsschuldenkrise (2010er Jahre)

Türkische Währungskrise (2018)

Politische Krisen und Konflikte

Arabischer Frühling (2010-2012)

Ukrainische Krise und Krieg in der Ostukraine
(beginnend mit 2014 Annexion der Krim und
seit 24. Februar Überfall Russland auf die
Ukraine) Syrischer Bürgerkrieg (seit 2011)

Humanitäre Krisen

Flüchtlingskrise (2015/2016)

Jemen-Krise (seit 2015)

Naturkatastrophen und Umweltkrisen

Erdbeben in Haiti (2010)

Tōhoku-Erdbeben und Tsunami in Japan (2011)

Waldbrände in Australien (2019-2020)

Gesundheitskrisen

Ebola-Epidemie in Westafrika (2014-2016)

COVID-19-Pandemie (2019-2023)

Einflussfaktoren Generation α

Corona-Lockdown, Schulschließungen, Homeschooling

Termine, Termine, Termine auch in der Freizeit

Digitale Bespielung ab dem Kleinkindalter

Eltern haben ein höheres Alter als früher = Bulldozer- bzw. Curlingeltern

Geboren in einer Welt voller Technologien

Vielzahl an Optionen und Übersättigung (Mehr entwertet), Geburtstage als kleine Hochzeiten, Ostern als kleines Weihnachten, Einschulungspartys

Merkmale Generation Alpha

Stark visuell und interaktiv orientiert

Frühzeitige Nutzung von Smartphones und Tablets

Noch verkürztere Aufmerksamkeitsspanne als bei Generation Z

Geringere Frustrationstoleranz als bei Generation Z

Hohes Bedürfnis nach Strukturen, ausgeprägter als bei Generation Z

Können eher nicht mehr vertiefend spielen

Rekrutierung



Schaffung einer Employer Brand



Diese 10 KI Tools schenken dir Abitur 🤖

Macht JEDE Aufgabe

ChatGPT

Präsentationen

tome.app

KI mit Quellenangaben

Chatsonic

Deutsch Analysen

OpenAI Playground

Programmieren

Replit

Mathe-Hausaufgaben

WolframAlpha

Musik

Splash

Bilder/Grafiken

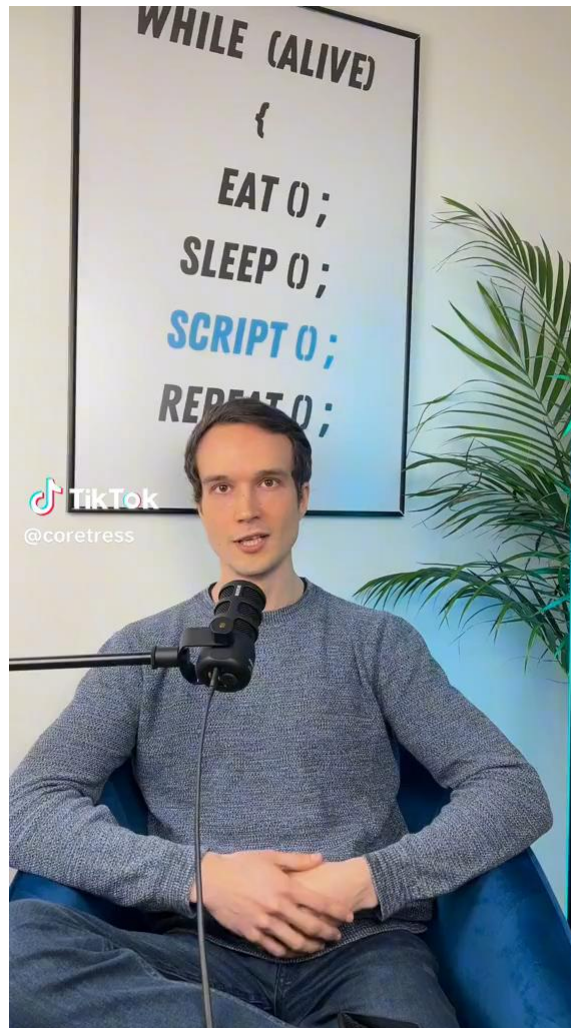
Midjourney

Dokumentation

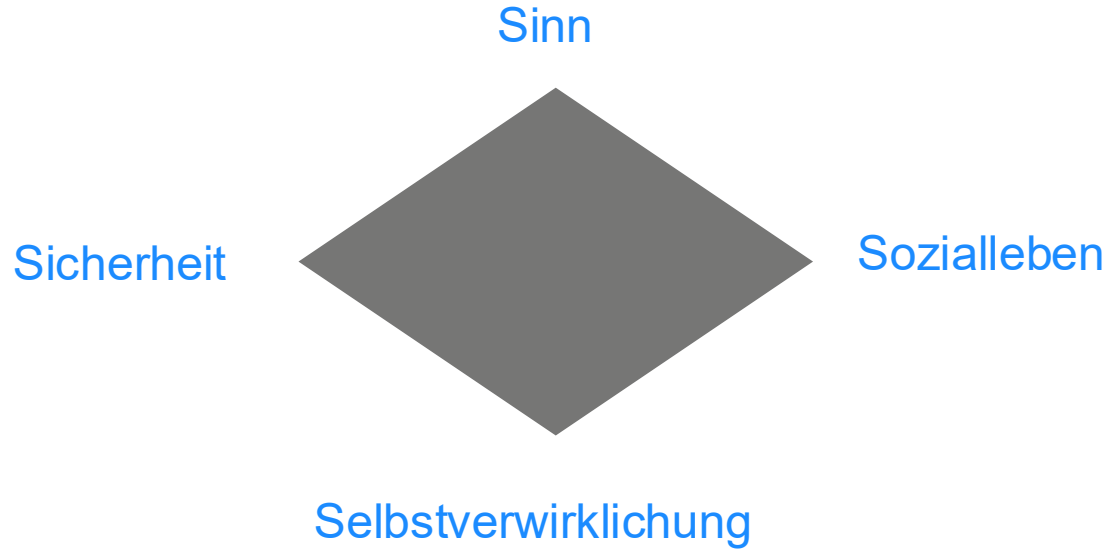
Mintlify

Videos

Pictory



Arbeit ist heute



Menschen wollen sinnstiftend an flexiblen Arbeitsorten zu flexiblen Arbeitszeiten arbeiten

Arbeitsorganisation

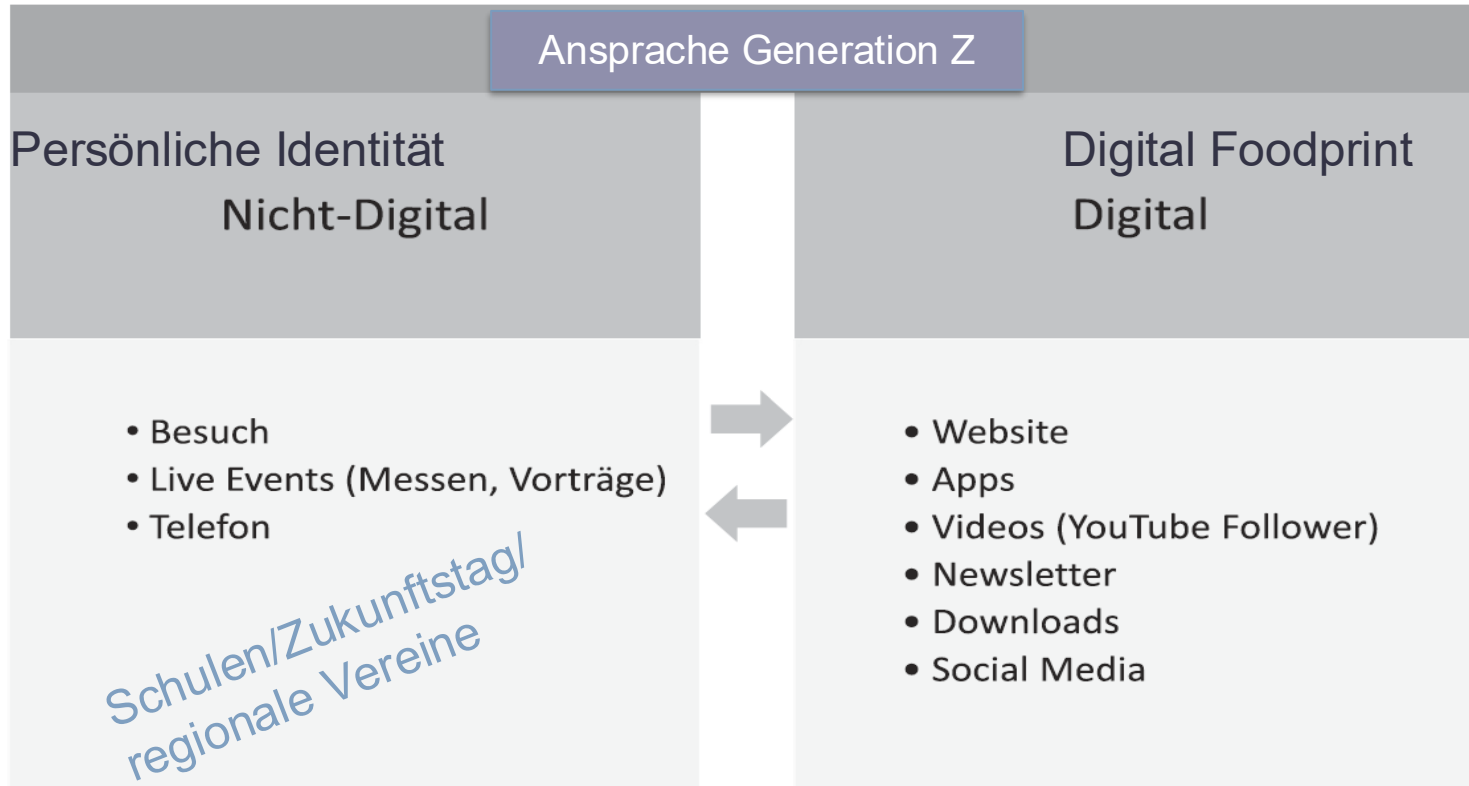
- Eigenverantwortung
- Zielvereinbarungen
- Team- und Projektarbeit
- Vertrauensbasiertes Arbeiten/ Transparenz
- Agiles Arbeiten
- Demokratische Führungskultur auf Augenhöhe mit den Mitarbeitenden
- Wohlfühlkultur

Arbeitsort

- Remote
- Homeoffice
- Im Büro
- Hybrides Arbeiten
- Worcation
- Digital Nomads
- **Tech-Gigant SAP plant neue Regeln: Das (Beinahe-)Ende des Homeoffice 07/2024**

Bürokonzepte

- Offene Bürokonzepte wie Großraumbüros (open-space), Kombibüros, Einzelbüros
- Non-territoriales Büro, wie Desk-Sharing, Room-Sharing, Co-Working-Space



Quelle: Rösel, J., Leitfaden Vertrieb und Marketing

Komm-Gründe formulieren mit dem Ziel das Gedächtnis der potenziellen Mitarbeiter zu erobern



- Verankerung des Images als Arbeitgebermarke in den Köpfen und Herzen bestehender und potenzieller Mitarbeiter
- Nutzenargumentation formulieren (Zielgruppenrelevante Botschaften)
- Touchpoint-Marketing (Kontaktpunkte mit den jeweiligen Zielgruppen analysieren und deren Kommunikationsbedürfnisse feststellen)
- Glaubwürdige Positionierung auf dem Arbeitsmarkt



Beispiel für eine
witzige Ansprache
der Generation Z
aus dem Bereich
Rekrutierung



Kasper P & P – Persönlich und Post

Kasper Communications

Am Lohmühlbach 14

85356 Freising

Tel. [08161-5193622](tel:08161-5193622)

mail@kaspercom.de

www.kaspercom.de



Finde ähnliche Inhalte



Meine Auffassung von
Gleitzeit...



@vbmittelhessen

Melden



vbmittelhessen ✓

VB Mittelhessen · 2020-6-19

Folgen

In der Hauptrolle: 🌟 Dr. P. Hanker [#vorstand](#)
[#volksbankmittelhessen#vbmh#tiktokcomedy...](#)

mehr

🎵 Originalton - VB Mittelhessen



78.1K



387



3124



</>

7

WhatsApp

f

Twitter

➦

<https://www.tiktok.com/@vbmittelhessen/video/6...>

Link kopieren

Kommentare (387)

Creator*innen-Videos



Unternehmer

Es ist schön zu sehen, wenn sich auch die klassischen Unternehmen an die neuen Medien anpassen. (:



1664

2020-6... Antworten

5 Antworten anzeigen ▾



steuerfabi ✓

Da hat der Vorstand zeitgemäßes Marketing verstanden 👍



1550

2020-6... Antworten



VB Mittelhessen ✓ · Creator*in



2020-6... Antworten



238

Verbergen ^



Kommentar hinzufügen ...



Veröffentlichen



vbmittelhessen ✓

VB Mittelhessen · 42.6K Follower

◆ ◆ Volksbank Mittelhessen ◆ ◆ Tolle Dinge & Impressum:

Videos



2022-8-15

Unsere neuen Azubis! ❤️❤️
#volksbankmittelhessen...

vbmittelhes... ✓ ▷ 95.5K



2020-6-19

In der Hauptrolle: ★ Dr. P.
Hanker #vorstand...

vbmittelhes... ✓ ▷ 1.7M



2021-3-19

Was passiert mit meinem
Geld? 💰💰👁️...

vbmittelhes... ✓ ▷ 2M

Active Sourcing, z.B.

- Talent Pool aus ehemaligen Praktikanten, Bewerbern, die für eine Stelle nicht geeignet waren
- Soziale Netzwerke, Profile Mining: Filtern Sie Nutzer nach bestimmten Merkmalen
- CV Database Search: Lebensläufe z.B. auf LinkedIn durch schauen
- Referral Sourcing Kontakte der Mitarbeitenden durchschauen, Mitarbeiter werben Mitarbeiter, MiKis
- Messebesuche und Schulkontakte

Für 78 % der Schüler ist der Rat der Eltern bei der Berufswahl hilfreich. Noch vor Freunden, Lehrern und Berufsberatern sind sie damit der erste und wichtigste Ansprechpartner für Ihr Kind.

<https://www.azubi.de/beruf/tipps/fuer-eltern>

Präferenzen Generation Z in der Arbeitswelt

Interaktive und multimediale Lern-/Arbeitsmethoden

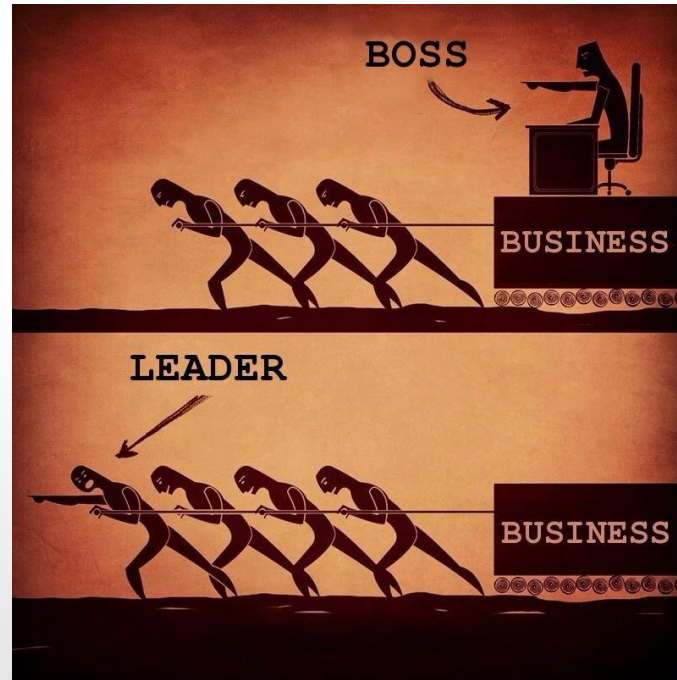
Nutzung von Videos, Apps und digitalen Plattformen

Soziales Arbeiten und Gruppenarbeit: soziale, kollaborative Arbeitsmethoden

Praxisorientiertes Lernen und projektbasiertes Arbeiten

Regelmäßiges Feedback und klare Lernziele

FÜHRUNG



<https://www.schmiegelt-coaching.de/gute-fuehrung-in-stuermischen-zeiten/>

Foto: „Management versus Leadership“, David Sanabria / flickr.com

Unmittelbare, absichtliche und
zielbezogene Einflussnahme des
Teamleiters auf Teammitglieder

Bedeutet Verhalten anderer durch
Kommunikation und
Beziehungsgestaltung zielorientiert
zu beeinflussen

Kommunikation, Motivation,
Entwicklung, Vertrauen und Feedback

Menschen motivieren/inspirieren

Ressourcen effizient nutzen

Vision
Empathie
Veränderungs-
bereitschaft
Kommunikation

Planung
Organisation
Kontrolle
Problem-
lösung



Führung

- Transaktionale Führung
- Leistung im Austausch von Gegenleistung
- Bestrafung unerwünschten Verhaltens
- Normen Einhalten und auf Disziplin achten
- Bei Planabweichungen eingreifen
- Transformationale Führung
- Führungskraft als Vorbild
- Aufbau von Vertrauen
- Sinn der Tätigkeiten vermitteln
- Herausforderungen aufzeigen
- Teamgeist und Kreativität stehen im Vordergrund
- Fehlerkultur wird gefördert
- Persönliches Wachstum der Mitarbeitenden fördern

Generation Baby Boomer

- Pflichtbewusstsein, starke Berufsorientierung, Suche nach Beständigkeit, Träger betrieblichen Erfahrungswissens, erfahrungsgeleitetes Arbeiten, Wissen um Prozesse und Schnittstellen, kristallines Wissen: Erfahrungswissen, Familienphase abgeschlossen

Generation X

- Vertiefende Kenntnisse im Betrieb, spezialisiertes theoretisches Wissen + Expertenwissen, kann Probleme durchdringen und selbstständig lösen, Handlungs- und Energiezentrum im Betrieb, aber! Die am meisten belastete Gruppe: sie hat den entgrenzten Anforderungen im Unternehmen der modernen Arbeitswelt zu genügen und muss lebensweltlichen Ansprüchen des Partners, Kinder, Eltern gerecht werden

Generation Y und Z

Leistungsorientiert, aber mit deutlicher Forderung nach Spaß, Perspektiven, Sinnhaftigkeit der beruflichen Tätigkeit

Forderung nach Teamorientierung, Kollegialität, Orientierung an gemeinsamen Zielen

Forderung nach Auszeiten, Tendenz zur Autonomie

Bringen Innovationspotential mit

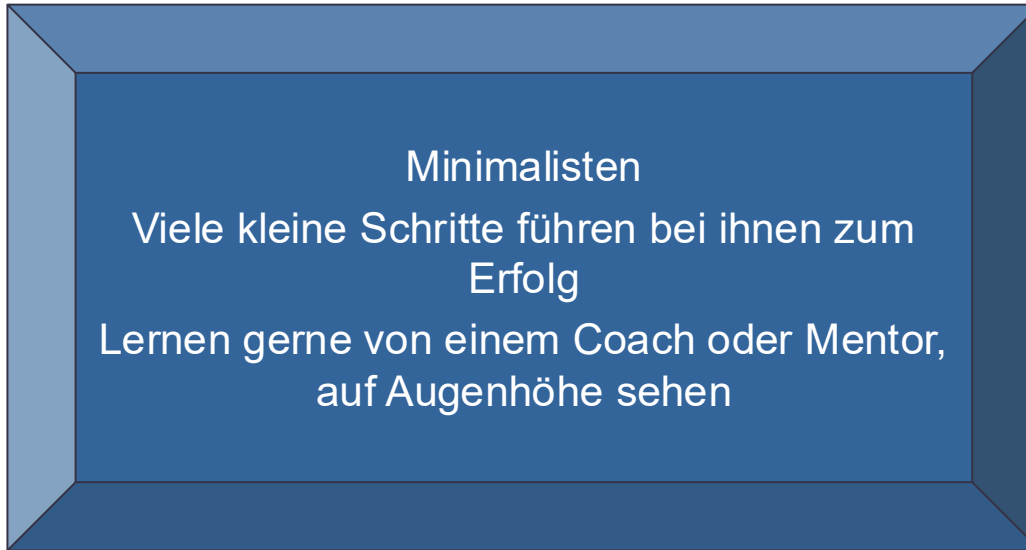
Müssen ihre Rolle im Unternehmen noch finden

Fragen bereits im Vorstellungsgespräch nach den Werten des Unternehmens und sozialen Leistungen

Fordern flexible Arbeitsgestaltung

Faire gerechte Entlohnung

Führung von GenZ und Alpha



Ausbilder als Coach mit Entertainerqualitäten



Dialog zwischen den Generationen



Know-How-Transfer zwischen den Generationen



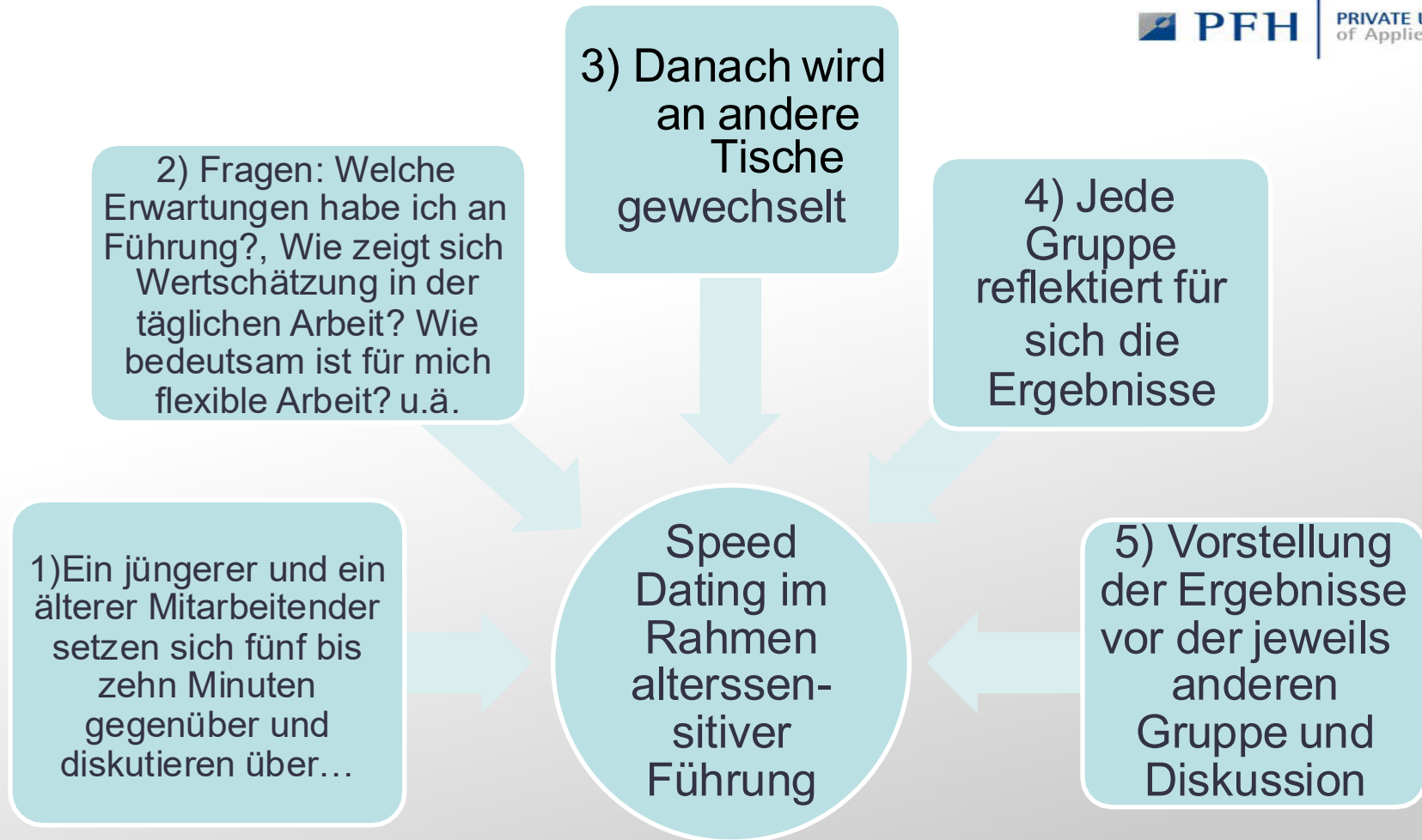
Führung von Altersvielfalt

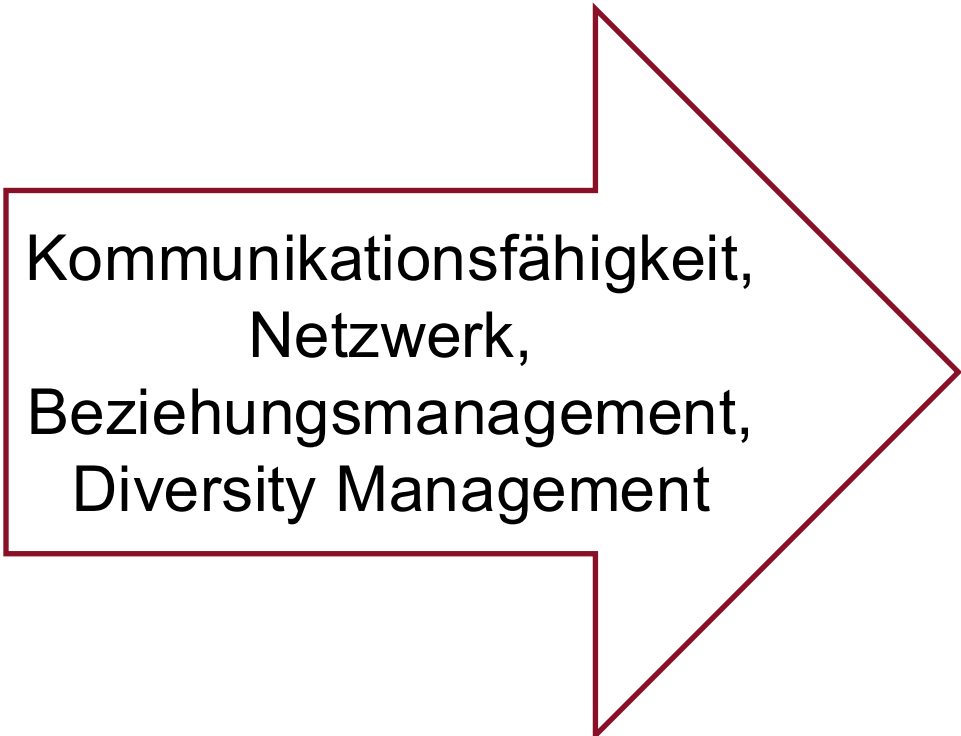


Aufbau einer generationen-gerechten Kultur mit alters-gemischten Teams



Ansätze für lebenslanges Lernen





Kommunikationsfähigkeit,
Netzwerk,
Beziehungsmanagement,
Diversity Management

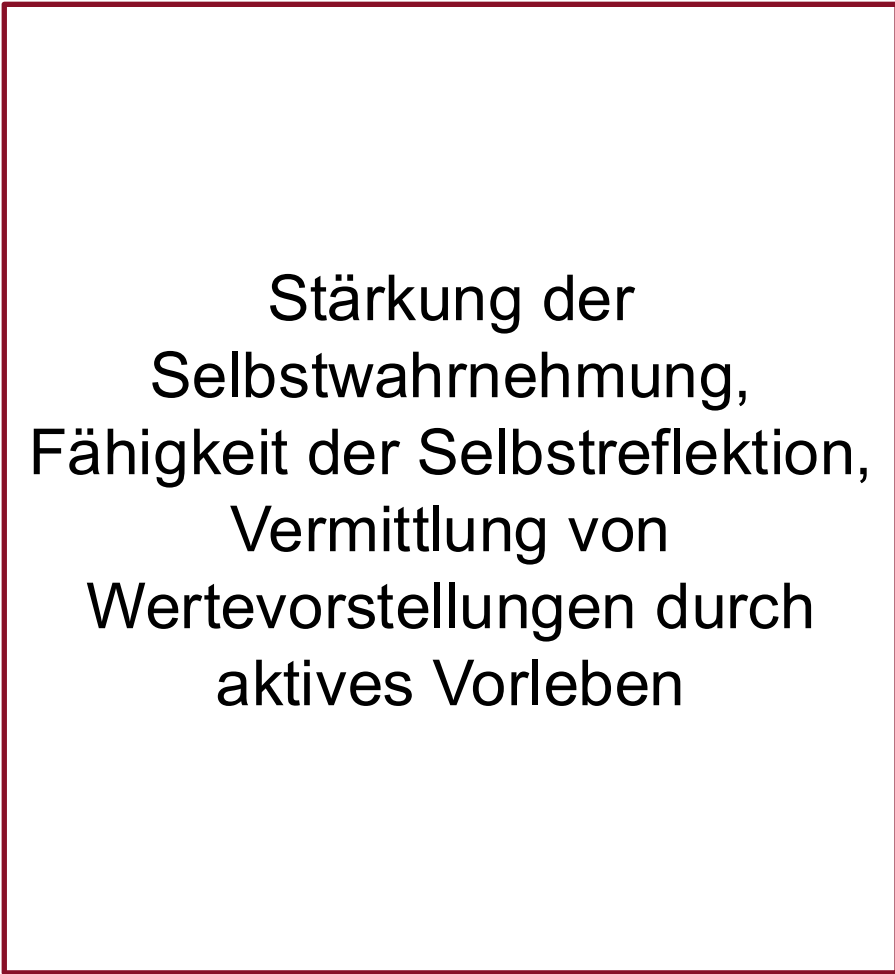
Eingehen auf Ängste,
Erwartungen von
Teilnehmenden gerade bei
Veränderungen, Management
von Besonderheiten bei
gemischten Teams
(Konfliktpotential), Förderung
von Wertschätzung in
gemischten Teams,
Förderung des
Wissenstransfers

Talent Management,
Retention Management,
Nachfolgeplanung,
Gestaltungsräume schaffen,
Verantwortung delegieren

Regelmäßige
Feedbackgespräche,
Eingehen auf
Anforderungen der
Mitarbeitenden durch
flexiblen
transformationalen
Führungsstil



Werteorientierung,
Rollenvorbild,
Authentizität



Stärkung der
Selbstwahrnehmung,
Fähigkeit der Selbstreflektion,
Vermittlung von
Wertevorstellungen durch
aktives Vorleben

Generation X * 1965-1980

- ▶ Diversity
- ▶ Globales Denken
- ▶ Work-Life-Balance
- ▶ Spaß
- ▶ Informelles Handeln
- ▶ Selbstvertrauen
- ▶ Pragmatismus

“Arbeiten, um zu leben”

Generation Z * 1995 ...

- ▶ Mit dem Internet groß geworden.
- ▶ Vernetzung in Social Media / Social Networks
- ▶ Individualisierung, Selbststeuerung, Flexibilität
- ▶ Globales Denken gewohnt
- ▶ Soziale Verantwortung wichtig
- ▶ Schwache Loyalität gegenüber Arbeitgebern
- ▶ Kreativität und laterales Denken
- ▶ Sehr informiert, gebildet, intellektuell anspruchsvoll

“Leben und Arbeiten als fließender Prozess;
beim Arbeiten leben und beim Leben arbeiten”



Baby Boomers * 1946-1964

- ▶ Wettbewerb
- ▶ Hart arbeiten
- ▶ Erfolg; persönliche Belohnung
- ▶ Teamorientierung
- ▶ Anti-autoritär

“Leben, um zu arbeiten”

Generation Y * 1981-1994

- ▶ Vertrauen, positive Verstärkung
- ▶ Positive Grundeinstellung; Optimismus
- ▶ Diversity
- ▶ Soziale Verantwortung
- ▶ Geld (Work-Life-Balance ist aber wichtiger als Geld)
- ▶ Familienzentriert; Teamwork
- ▶ Technologie

“Erst Leben, dann arbeiten”

Arbeitswelt 2025 | Marcus K. Reif

Intergeneratives Arbeiten/Lernen: Jüngere lernen von älteren Mitarbeitenden und umgekehrt

- Voneinander lernen: Weitergabe von Wissen einer Generation (Experten) an eine andere Generation
- Miteinander lernen: Mehrere Generationen treten als Lernende auf, die Expertise des Lerngegenstandes liegt außerhalb der beteiligten Lernenden
- Übereinander lernen: Gemeinsame Reflektion und der Austausch über generationsspezifische Erfahrungen und Perspektiven



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

PROF. DR. ANTJE-BRITTA MÖRSTEDT
MOERSTEDT@PFH.DE