



LARA STOMMEL

UNTERNEHMEN DIE GENERATION Z ANSPRECHEN KÖNNEN

DIE KAUF- UND ARBEITSKRAFT VON MORGEN

Lara Stommel

**Die Kauf- und Arbeitskraft von
morgen**

**Wie Unternehmen die Generation Z
ansprechen können**

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Impressum:

Copyright © Studylab 2018

Ein Imprint der Open Publishing GmbH, München

Druck und Bindung: Books on Demand GmbH, Norderstedt, Germany

Coverbild: Open Publishing GmbH | Freepik.com | Flaticon.com | ei8htz

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis.....	V
Abbildungsverzeichnis.....	VI
1 Einleitung.....	1
1.1 Problemstellung und Zielsetzung der Arbeit.....	1
1.2 Aufbau der Arbeit.....	2
1.3 Begriffliche und thematische Abgrenzungen.....	2
2 Charakteristika der Generation Z	6
2.1 Grundlegende Eigenschaften der Generation Z	6
2.2 Das Konsumentenverhalten der Generation Z	10
2.3 Die Generation Z als potenzieller Arbeitnehmer.....	11
2.4 Abgrenzung zu anderen Generationen	14
3 Customer Touchpoints	18
3.1 Customer Touchpoint Management.....	18
3.2 Neue Wege der Kommunikation.....	22
3.3 Potenzielle Touchpoints zur Generation Z	24
4 Strategische Handlungsempfehlungen für Kommunikationsstrategien.....	31
4.1 Die Beeinflusser	31
4.2 Inhalte	32
4.3 Kanäle.....	34
5 Strategische Handlungsempfehlungen für Rekrutierungsstrategien	45
5.1 Die Spannungsfelder.....	47
5.2 Drei Phasen des Kommunizierens.....	48
5.3 Kanäle und Inhalte.....	49

6 Fazit.....	57
Literaturverzeichnis.....	59
Anhang.....	64
Anhang 1: Interview mit A.	64
Anhang 2: Interview B.	65
Anhang 3: Interview mit C.	66
Anhang 4: Interview mit D.	68
Anhang 5: Weitere soziale Netzwerke im Überblick.....	69
Anhang 6: Übersicht der für die Gen Z relevantesten Social-Media-Kanäle.....	71

Abkürzungsverzeichnis

App	Applikation
CTM	Customer Touchpoint Management
Gen X	Generation X
Gen Y	Generation Y
Gen Z	Generation Z
Pin	Pinnwand bei Pinterest
SEO	Search Engine Optimization

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Matrix des Darwiportunismus	15
Abbildung 2: Darstellung des Managements aller Berührungspunkte mit dem Kunden. 18	
Abbildung 3: Customer Touchpoint Management-Prozess.....	20
Abbildung 4: Informationsbeschaffung von Berufen und ausgeschriebenen Stellen.....	29
Abbildung 5: Die Kommunikationsstrategie zur Adressierung der Generation Z.....	44
Abbildung 6: Grobstreuplan der Rekrutierungsstrategie	56