



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

<b>Abkürzungsverzeichnis .....</b>	<b>V</b>
<b>Abbildungsverzeichnis .....</b>	<b>VI</b>
<b>1 Einleitung.....</b>	<b>1</b>
1.1 Problemstellung und Zielsetzung der Arbeit.....	1
1.2 Aufbau der Arbeit.....	2
1.3 Begriffliche und thematische Abgrenzungen.....	2
<b>2 Charakteristika der Generation Z .....</b>	<b>6</b>
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
<b>3 Customer Touchpoints .....</b>	<b>18</b>
3.1 Customer Touchpoint Management.....	18
3.2 Neue Wege der Kommunikation.....	22
3.3 Potenzielle Touchpoints zur Generation Z .....	24
<b>4 Strategische Handlungsempfehlungen für Kommunikationsstrategien.....</b>	<b>31</b>
4.1 Die Beeinflusser .....	31
4.2 Inhalte .....	32
4.3 Kanäle.....	34
<b>5 Strategische Handlungsempfehlungen für Rekrutierungsstrategien .....</b>	<b>45</b>
5.1 Die Spannungsfelder.....	47
5.2 Drei Phasen des Kommunizierens.....	48
5.3 Kanäle und Inhalte.....	49

<b>6 Fazit.....</b>	<b>57</b>
<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>59</b>
<b>Anhang.....</b>	<b>64</b>
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