

Kendetegn ved de mest markante generationer

Det er vigtigt for dig som er leder, men også som er kollega til flere forskellige generationer, at forstå dem og derved høste de fordele der ligger i at kunne samarbejde på tværs af generationskløfter.

De mest markante generationer er Baby Boomers (født 1945-60), generation X (født 1960-1975), generation Y (født 1975-90) og generation Z (født 1990-2005). I korte træk har hver generation deres egenskaber, styrker og særheder. Har du den fornødne viden om dem, har du unikke muligheder for at drage fordele af deres forskelligheder, øge samarbejdet og mindske frustrationerne. For at give et kort indblik er generationerne, her stærkt fortegnet:

Baby Boomers (BB): Denne generation så op til USA og fik hurtigt en følelse af at alt kan lade sig gøre. Man kalder dem også for 68'erne. Flere af disse børn blev faktisk ret forkælede af deres forældre. De er det man kalder for efterkrigstidsgenerationen og de skulle ikke mangle noget. De er selvbevidste og krævende, som studerende var de krævende og krævede reformer og ændringer. De ville have en revolution. De forlangte vi blev *dus* med hinanden og slappede lidt af med alt det stive. I deres familieliv var de kreative og søgte fællesskabet i form af nye og anderledes bo- og familieformer. Flere af dem flyttede i kollektiv. De blev gerne skilt og gift igen. Åbenhed og frihed var nøgleord. Og for jer der stadig er på arbejdsmarkedet – så hedder det selvsagt "er". De var meget optaget af selvrealisering.

De elskede komfort og nogen ville mene de var egoistiske. Mange fik flere kuld børn og er i dag derfor forældre til børn som befinder sig som generation X, Y og Z. Deres børn bliver taget med ud i verden og til festivaler og fester. Man lader sig ikke begrænse af at have fået børn. BB kan ikke altid så godt med generation X som de finder lidt for sippede, seriøse og stive i det. Til gengæld kan de have meget gavn af Y'erne som de har stærke fællesnævner med. De elsker begge at rejse, opleve, frihed og lyster forandringer – de deler livsglæden.

Generation X: De er stik modsat BB. De yder, arbejder hårdt, tror på ægteskabet, kernefamilien, og det hårde arbejde og slid. De er drevet af tryghed, specielt økonomisk tryghed. De tænder på autoritet og mandsmod. De er blevet forældre i en sen alder og plejer derfor deres børn med en hidtil uset passion. De er de første forældre som faktisk ligger og leger med deres børn i timevis på gulvet. Børn inddrages og lyttes til. Det bliver prestige at vise, at man kan have både 3 og 4 børn. Det er lidt sejt at få tvillinger. Deres børn får lange snørklede eller unikke navne.

Flere af deres forældre teede sig som børn, så de måtte se at blive tidligt voksne. De deler glæder med BB på emner som at rejse, opleve verden og yderligere at skabe sig en karriere.

X'erne er lidt frustrerede, de sidder og venter i kulissen. De venter på at BB'erne snart træder af på pension så de endeligt kan komme til. X'erne pukler og tror på hårdt arbejde. Livet er ikke et tivoli, mener de. De har fået indført flextid og work/life balance – det bliver nok det største de opnår. Y'erne smiler lidt skævt og tænker " hva skal vi da med flextid... vi vil da have frihed" X'erne er ret optaget af de såkaldte "sikre" karriereveje og har stor respekt for fag som læger, advokater, og revisorer. Mange af dem har virkelig attraktive job og tjener faktisk godt. Y'erne mener det er noget fis; de tænker ikke så meget på hvilket job de kan få, de tænker: "hvilket job kan jeg skabe".

X'erne ELSKER målbar succes. De elsker konkurrencer hvor der er en vinder (og en taber). I børnehaven og i skolen var det ok at spille så nogen tabte (hvilket jo slet ikke er pædagogikken i dag hvor ingen taber og vi er alle et hold – gad vide hvordan det kommer til at præge de kommende generationer?)

Deres konkurrencegen kommer også af at de er vokset op med 13 tals skalaen i deres skole. De går derfor meget op i karakterer.

X'erne har en tendens til at gemme sig bag det professionelle ydre – men i sandheden kigger de misundeligt på Y'erne, som har en karriere som den de er, og ikke den de foregiver sig for at være.

Generation X kan lide luksus, flot design og *bling bling* (de er faktisk allergiske overfor dårligt design – også dårligt grafisk håndarbejde i ex. magasiner osv).

De er familiemennesker og kan godt lide at tale om deres grill, deres øko mad, glutenfri kost, hjemmelavede middage, vine, det nye (dyre) køkken, den forrige ferie, mode, livsstil og sladder. De kan være småborgerlige og dømmende andre som lever på en anden. Det betyder noget for dem at bo i områder med mennesker som minder om dem selv.

Generation Y: er nok en generation som har flest kælenavne. Alle kan de blive enige om at her er der virkelig en krævende forkælet generation som vil sætte sit helt eget unikke aftryk her i verden. De elsker drama og selviscenesættelse. De blogger og tager billeder af deres liv, som de uden bekymring deler med alle andre – også virtuelt.

De er åbne, forandringsparate, levende, nysgerrige og de vil ændre på noget.

De er drevet af lyst og passion og kræver det i deres job. De ønsker personlige projekter og skal kunne se en mening med galskaben. De lytter meget til deres venner, som ofte betyder mere for dem end deres familie.

De skaber og de skaber sig!

De er online og er vant til en fjernbetjening og de har det med at zappe i livet, ganske som på et tv (som de i øvrigt føler er håbløst umoderne).

De evner at tilpasse sig nye omgivelser i en fart.

De stiller krav til deres leverandører om de kan få lov til at have indflydelse på de ting de køber. De vil være Co-designere på sko, tasker, smartphone covers osv.

De elsker personlig udvikling og tror på de selv kan skabe deres fremtid. De jagter det perfekte liv, som er et liv hvor de oplever passion i arbejdet, dejlig partner, familie, frihed og fritid og godt med penge og mening på et dybere plan.

De er vant til at dele, at "like" og skrive updates om hvad de laver lige nu, så sørg for at jobbet indeholder disse aspekter og er værdige for dem at dele med andre. I skal være cool.

Generation Z: vil gerne i bladene og være kendte – men de vil også meget gerne ville kunne noget. De er vokset op med reality men også med barks kritik på landsdækkende tv af skrappe dommere. De er selvsikre og ved at de er noget værd (både som medarbejdere og som kunder). Selv karakterskalaen har de fået ændret.

De er oplyste, kritiske, har adgang til verden og har netværk. De tør blande sig og de blogger, deler deres holdninger og påvirker allerede i dag de voksnes politik.

De er livlige og kræver noget af livet.

Vi venter spændt på at se dem der eksempelvis er født i 2002-2005 – og hvordan de bliver når de kommer ud på arbejdsmarkedet til os andre. Men der er ingen tvivl om at de er unge og de ved at de er eftertragtede både som medarbejdere men også som kunder.