

---

# HVILKEN GENERATION ER DU

---

I 2020 vil man for første gang nogensinde have fem forskellige generationer på arbejdsmarkedet samtidig. Fem generationer, som taler forskellige sprog på forskellige platforme med forskellige kompetencer, skal arbejde samme og udvikle virksomheder. Men hvordan får man sådan et arbejdsmarked til at fungere? Soulaima Gourani giver her et par gode råd om fremtidens ledelse.

---

AF NINNA CHRISTINA GANDRUP

---

**S**oulaima Gourani er anerkendt som en af Danmarks dygtigste erhvervskvinder og rådgiver til daglig en række af Danmarks mest innovative virksomheder. Hun holder foredrag og skriver artikler om arbejdsmarkedets generationer. Blandt andet rådgiver hun om, hvordan man som leder bedst udnytter de forskellige generationers evner.

- Tidligere gik der et helt liv mellem generationerne, og man kunne skelne mellem, hvad der var typisk for sin mors generation eller bedsteforældrenes generation. Som det ser ud nu, er der kun fem til ti år mellem generationerne. Vel at mærke generationer, der er så forskellige, at det giver mere mening at kalde dem racer, så man får et indtryk af den kompleksitet, der er tilknyttet, fortæller Soulaima Gourani.



Foto: Ukendt



---

Erhvervskvinden Soulaima Gourani er anerkendt som en af Danmarks dygtigste erhvervskvinder og rådgiver til daglig en række af Danmarks mest innovative virksomheder. Foto: Ukendt

---

Arbejdsmarkedet består lige nu af seks vidt forskellige generationer:

<b>Babyboomers:</b>	45-65 år
<b>Generation X:</b>	35-45 år
<b>Generation Y:</b>	25-35 år
<b>Generation Z:</b>	15-25 år
<b>Generation 2000:</b>	0-15 år

Alle generationer er påvirket forskelligt i deres opvækst og har forskellige værdier – både i hjemmet og ikke mindst på jobbet. Det giver sammenstød på arbejdsmarkedet blandt andet mellem elev og mester, som ofte er af hver deres generation.

- Babyboomers er hårdt arbejdende efterkrigsbørn med rekord i skilsmisse. Det er lønmodtagere, der anerkender arbejdsdisciplin og kompetencer, som er opnået gennem erfaring og rutine. Mange timers arbejde giver forfremmelse. Derfor bliver de også provokeret af en 16-årig, som kan have kompetencer uden at have erfaring og rutine, fortæller Soulaïma Gourani.

#### **For dem, der er 25 til 45 år**

Efter Babyboomers kommer Generation X eller afsætningsøkonomi-generationen, som elsker e-mails, møder og er tilhænger af en såkaldt professionel ledelse og chefer.

- De tror stadig, at alt kan sælges, og at det blot er et spørgsmål om at putte en femmer i marketingtombolaen. De går mere op i agendaer, referater, pausepindemadder og orden. Der er alt for lidt fleksibilitet, kreativ tilgang, og involvering og nytænkning, siger Soulaïma Gourani om Generation X.

Generation Y læser i modsætning til X'erne ikke så gerne mails og ser hellere en organisation med fælles ledelse end en egentlig chef. De er mindre regelstyrede og søger både ansvar, feedback og involvering i beslutninger.

#### **Den digitale generation**

I disse år ankommer imidlertid også den første digitale generation på arbejdsmarkedet. Denne generation er født med mobiltelefoner og computere, men hvordan passer de ind i nutidens arbejdsmarked?

Generation Z, som de kaldes, er på SMS og instant message. De er zap-

pere, hvilket også gør sig gældende for deres jobrotation. De er humlebier, der flyver fra job til job og skal bestride mindst ti jobs, før de bliver samme sted i fire år.

- Generation Z vil ikke få mange jubilæer, og det skal virksomhederne indrette sig efter. De skal være gearret til, at medarbejderne klikker ind og ud langt hurtigere, og så skal de være dygtige og hurtigere til at gøre det tydeligt, hvornår en medarbejder skaber succes i virksomheden, fortæller Soulaïma Gourani.

Endnu mere komplekst bliver det med Generation 2000, som er opvokset med forældre, der dagligt har stillet dem overfor valg: Vil du have cornflakes eller havregryn eller franskbrød eller noget helt tiende? Denne generation er dygtige kommunikatorer, de er samfundsengagerede og ansvarsfulde opvokset med antimobning og miljøaktivisme. De er gode til at forestille sig og til at visualisere.

- Jeg tror denne generation bliver meget politisk aktive demokrater. De er virkelig dygtige til at arbejde i relationer, sociale medier og film og kan til enhver tid blogge og tjene penge på nettet. Derfor er de heller ikke bange for livet ligesom babyboomers, der garderer sig med pensionsopsparinger og langvarige relationer på jobbet, fortæller Soulaïma Gourani, der også selv har erfaring med Generation 2000 fra sin egen virksomhed. Dog har hun en kritik af de sidst ankomne på arbejdsmarkedet:

- De er opvokset med forældrenes flexkultur og har derfor ikke lært,

hvordan man arbejder. De mangler arbejdsdisciplin og viljen til at fortsætte, også når det gør ondt. Det skal de lære.

#### **Virksomheder vil dø om ti år**

Soulaïma Gourani spår, at virksomheder, der ikke kan rumme de fem forskellige generationer, vil dø inden for de næste ti år. I stedet for at holde de unge for porten skal deres potentiale for at udvikle virksomheder udnyttes, så virksomheder kan bevæge sig ind i netværkssamfundet.

- Morgendagens vindere bliver dem, som har en strategi for at tilpasse organisationen til de unge, sådan at såvel struktur som adfærd passer til de unges holdning til arbejde, liv og karriere. Det stiller helt nye krav til virksomheder og til virksomhedens topledelse. Men det er afgørende for, at virksomheder i fremtiden kan overleve, siger Soulaïma Gourani og fortsætter:

- Der er lige nu meget hype om anerkendelse og coaching. Det næste store bliver generationsledelse. Det at lede og motivere de fem generationer på en gang, som findes på arbejdsmarkedet. Det bliver helt afgørende for, at virksomheder overlever i fremtiden. Det handler om at se hinandens fordele og udnytte dem til fordel for virksomheden. ■

---

*“ Der er lige nu meget hype om anerkendelse og coaching. Det næste store bliver generationsledelse. Det at lede og motivere de fem generationer på en gang, som findes på arbejdsmarkedet. Det bliver helt afgørende for, at virksomheder overlever i fremtiden. Det handler om at se hinandens fordele og udnytte dem til fordel for virksomheden.*

---