



Hans J. Schmid

Der Königsweg im Generationendschungel

LABORALLTAG Besonders in der Zahnmedizin beginnt der Wandel der Generationen. Nach den Traditionalisten, die heute genügend Kaufkraft besitzen, folgen Babyboomer sowie die Generationen X,Y,Z und bald Generation VR (Virtual Reality). Eines haben jedoch alle Generationen ab Babyboomer gemeinsam: Sie sind regierender König ihres Lebens!

Ein König duldet keine Vorschläge! Ein König will keine Lösungen, keine Angebote, sondern Lösungswege mit mehreren Abzweigungen zur Auswahl, damit er den Weg selbst bestimmen kann. Er will nur Empfehlungen, Rat, Ideen, Fürsprache! Je attraktiver die Ideen sind, umso einfacher kann ein König seine Entscheidung kundtun. Er adaptiert die Fürsprache als seine Lösung. Wenn das passiert, sind Sie ein König!

Anbei eine kleine kurze Anleitung, wie Sie ihre Kommunikation und das Marketing ausrichten können, damit der Wurm dem Fisch schmeckt. Die Kunden, die langsam aussterben, sind die Nachkriegsgeneration oder auch Traditionalisten genannt. Ihr Geburtsjahr geht

bis 1955, also heute in einem Alter kurz vor der Rente. Sie kennen noch harte Arbeit und Entbehrungen. Der Beruf war noch zum Zweck des Lebensunterhalts und nicht zur Selbstverwirklichung. Ihre Werte sind Konformität sowie Gehorsam und Respekt vor Regeln und Autoritäten. Ihr Bezug zur Technik beschränkt sich auf Nutzung des Fax, wobei nach dem Senden häufig ein Anruf als Rückfrage des Eingangs getätigt wird. Sie lieben die direkte Kommunikation live vor Ort und die klassischen Medien.

Danach sind die Babyboomer im Zeitraum von 1956 bis 1965 angesiedelt. Sie erlebten live das Wirtschaftswunder, aber eben auch den Umbruch der 68er-Bewegung und die Frauenbewegung. Diese Generation liegt nun in den letzten Zügen, bevor der Ruhestand sie für sich gewinnt und sie als potenzielle Kunden für Sie ausscheiden. Diese Generation hält Arbeit für lebenswichtig. Der Begriff „Workaholic“ wurde von ihnen geprägt. Es ist ein Markenzeichen von ihnen, das sie darstellen. „Geht nicht,

gibts nicht!“ umschreibt das gut. Die Technikaffinität beschränkt sich häufig auf den Bereich Geschäft. Hierbei ist das Telefon noch die Wahl der Dinge. Auch die Tageszeitung ist ein festgeschriebenes Gesetz der Informationsbeschaffung. Einen Tag ohne, und der Babyboomer fühlt sich gleich leer und uninformatiert. Das geht so weit, dass die Zeitung im Urlaub umbestellt wird, sodass man am Strand nicht das Gefühl bekommt, ausgeschlossen zu sein. E-Mail, Zeitschriften, Radio sind bei ihm eingebrannt. Das tägliche Entspannen wird vor dem Fernseher betrieben. Als wissbegieriger Bürger hat er sich neuerdings auch an Facebook gewöhnt. Wenn auch die aktive Nutzung im Bereich des Sporadischen angesiedelt ist. Spannend ist die Generation X. Also die Spanne von 1966 bis 1980. Das sind die Kunden, die zurzeit voll im Saft stehen und damit wahrlich als Eckpfeiler die Stütze jedes Unternehmens darstellen. Diese auch Generation Golf genannte Spezies ist dem Fernsehzeitalter zuzuschreiben. Sie kennen noch



den Mauerfall und damit eingehend das Ende des Kalten Kriegs. Hier zeigt sich erst mal, dass berufliche Ziele und eine ausgewogene Work-Life-Balance denselben Stellenwert einnehmen. Es ändern sich also erstmalig entscheidend die Lebenseinstellungen. Dinge sind auf der Agenda, für die ein Unternehmer früher belächelt wurde. Individualismus ist hier nur der leichte Einstieg. Da sind Themen wichtig wie Freiheitsliebe, Unabhängigkeit und ganz wichtig Sinnsuche. Diese Geburtskohorte bekommt häufig den Beinamen Ego-Gesellschaft. Sie haben den technologischen Wandel von analog zu digital miterlebt und können ihn zielgerichtet einsetzen. Ihre Technikaffinität zeichnet sich anhand der Übertragungsmittel aus. Die Nutzung von SMS, E-Mail und Messenger kann man als versiert bezeichnen. Durch Benutzung von Mobile Devices sind ihre Lieblingsübertragungswege E-Mail und Facebook. Informationssammlung wird via TV als auch immer mehr mit Onlinenachrichten befriedigt.

Dem Alphabet folgend ist der nächste Buchstabe Y (Generation Y). Wobei das Y für das englische „Why“ steht, womit die meisten Gedanken und Sorgen dieser Generation schon beschrieben sind. Diese Millennials haben die digitale Revolution sprichwörtlich im Blut. Auch der weltweite Terror hat sie entscheidend geprägt. Ihre Lebensausrichtung ist ganz anders geprägt. Das Streben nach Selbstverwirklichung, Freiheit und

ANZEIGE

Für alle LED/UV Drucker mit LICHTSPEKTRUM 378-388 NM



3D Kunststoffe

FREEPRINT®

FÜR DIE DIGITALE ZAHNTECHNIK 4.0



NEU

FREEPRINT® model

- Meister- und Arbeitsmodelle
- ▶ Maximale Oberflächenhärte
 - ▶ Hohe Baugeschwindigkeit
 - ▶ Hochauflösend, MMA-frei
 - ▶ Farben: grey, ivory, sand, caramel



NEU

FREEPRINT® gingiva

- Flexible Zahnfleischmasken
- ▶ sehr elastisch und reißfest
 - ▶ keine störenden oder unangenehmen Gerüche
 - ▶ natürliche Farbgebung



NEU

FREEPRINT® cast 2.0

- Gussobjekte
- ▶ Rückstandslos verbrennbar
 - ▶ Niedrigviskose Einstellung
 - ▶ Präzise Detailwiedergabe

JETZT ERHÄLTlich



das aktive Bewusstsein, im Hier und Jetzt zu leben, zeichnen sich auch im Arbeitsleben ab. Der Beruf muss Spaß machen. Das früher allzeit beliebte Thema Karriere ist nicht mehr vorhanden. Interessanterweise ist hier die strikte Trennung von Beruf und Freizeit beziehungsweise Privatleben nicht mehr auf der Wunschliste. Auf der anderen Seite sind sie, die Digital Natives (digitaler Eingeborener), es gewohnt, 24 Stunden online zu sein. Sie ist die erste Generation, die nicht ohne Digitalisierung aufgewachsen ist. Sie kommunizieren via Social Media und jede Art von Messenger. Informationsbeschaffung läuft hier über Twitter, Instagram und Facebook. Wenn Fernsehen noch benutzt wird, dann gleichzeitig mit zweitem Bildschirm. Die folgende Geburtskohorte, die man als Kunden bekommt, ist die Generation Z. Besser bekannt als Generation YouTube. Ihre prägenden Erfahrungen und Einflüsse sind die Themen Erdwärmung, Globalisierungen und Enthüllungsplattformen wie Wikileaks und andere. Sie besitzen klare Strukturen und haben feste Abgrenzungen. Ihnen ist eines besonders wichtig: Die strikte Trennung von Arbeit und Privatleben. Sie streben nach Selbstverwirklichung im sozialen Umfeld. Auch im Privaten ist die Sinnsuche ein fester Bestandteil. Sie haben ein stark ausgeprägtes Wertesystem mit den Hauptfeilern Ehrlichkeit und Authentizität. Im Bereich von Technologie wird der Begriff „Technoholics“ von ihnen geprägt. Sie leben in

ihrer Cloud und nutzen dabei Musik- und Videostream. Im Bereich von Kommunikation gewinnen FaceTime und jede Art von Messenger immens an Bedeutung. Telefonieren ist nicht mehr der beliebteste Weg. In puncto Werbekanäle und Lieblingskanäle teilen sich Snapchat, Spotify, Whisper, YouTube und Tumblr den Markt unter sich auf. Das öffentlich-rechtliche Fernsehen ist hier schon nicht mehr auf der Liste. Der Königsweg ist es also, den richtigen Kanal zu finden, um die entsprechenden Kunden auf sich aufmerksam zu machen. Auch ist er der Weg für neue Mitarbeiter. Sucht man in der örtlichen Zeitung, dann lesen das die Menschen im entsprechenden Alter. Einen jungen neuen Mitarbeiter findet man auf diesem Wege nicht. Eine Führungsperson im gesetzten Alter auf Tumblr zu suchen, führt lediglich dazu, dass viel Geld verbrannt, aber nicht die richtige Zielgruppe angesprochen wird. Genauso läuft das mit den neu zu gewinnenden Kunden. Hat man einmal die Wahl über den richtigen Kanal getroffen, steht einer glücklichen Partnerschaft nichts

mehr im Wege. Freuen Sie sich auf die richtigen Wege für neue Kontakte. Sie haben jetzt alle Chancen und die richtigen Wege in Ihrer Hand. Zielgerichtet angewandt sorgt das für mehr Arbeits Spaß.

INFORMATION

HANS J. SCHMID
Benzstraße 4
97209 Veitshöchheim
Tel.: 0170 6333888
service@arbeitsspass.com
www.arbeitsspass.com



Das beste hoch drei

Pearl Q³ Multi-Shade

NEU



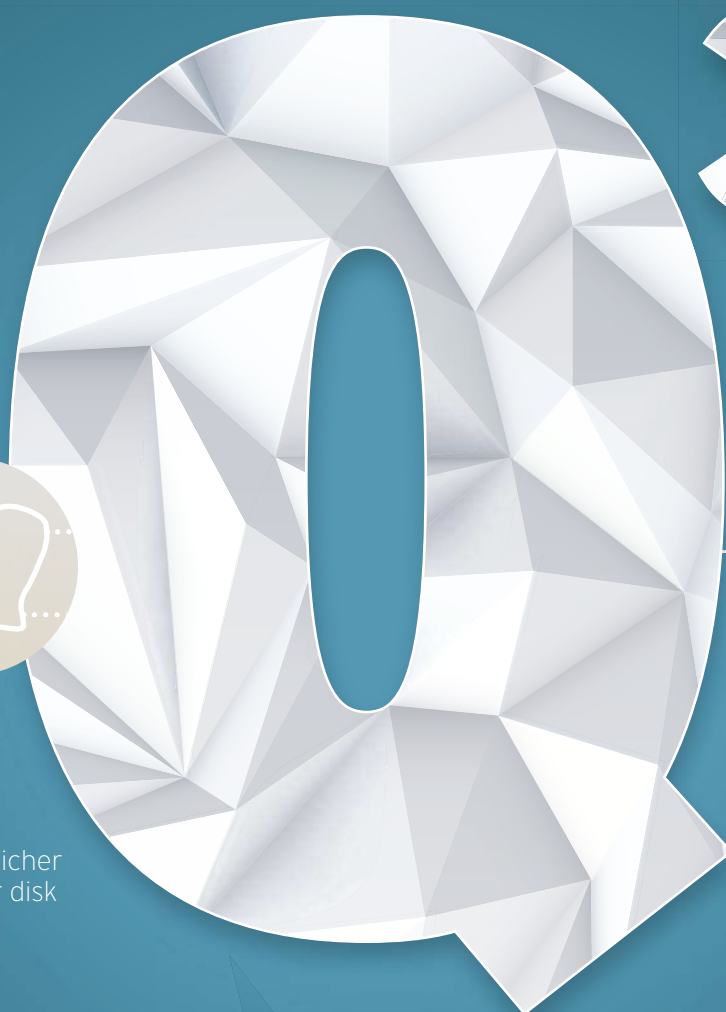
2 in 1
Nacera Pearl Q³
Multi-Shade



1 in 1
herkömmlicher
multilayer disk



Nacera® Zirconia



1 2 FARBEN IN 1 DISK

- Erhöhe deine Produktivität
- minimiere deinen Lagerbestand
- Maximiere deine Profitabilität

2 VERGLEICHBAR MIT LITHIUM DISILIKAT BLOCKS, ABER...

- 2x stärker
- ½ so kostspielig
- 600 MPa kubisches Zirkon

3 NATÜRLICHES AUSSEHEN

- Ultra-hoch transluzent (51 %)
- natürlich fließende Farbübergänge innerhalb der Restauration
- perfekte Farben analog der VITA*-Skala

