

Viertes Seeon Summit: GenX, GenY, GenZ – Einstellungs-Unterschiede zwischen Generationen sind ein Mythos

- **Auf Einladung der Mandat Managementberatung diskutieren 20 Top-Entscheider, wie Unternehmen den Kampf um helle Köpfe gewinnen**
- **Keynote: Professor Dr. Martin Schröder (Universität Marburg) erklärt, warum es die GenY nicht gibt**

Dortmund, 16. April 2019

Es geht um die Zukunft von Unternehmen und ihre Wettbewerbsfähigkeit: Nachwuchskräfte und High Potentials bringen neue Ideen mit und haben meist eine größere Nähe zu aktuellen Technologien und Lösungen sowie neuen Geschäftsmodellen oder Innovationen. Ein Unternehmen lebt nicht nur von der Erfahrung und Routine der Senior Professionals, sondern braucht auch die frischen Impulse junger heller Köpfe. Doch die sind am Arbeitsmarkt heiß begehrt und hart umkämpft. Wie können Unternehmen sie gewinnen und so die Weichen in Richtung Wachstum stellen? Das war das Thema des vierten Seeon Summits, der am 10. und 11. April im Althoff Grandhotel Schloss Bensberg in Bergisch Gladbach stattfand. Zum Gipfeltreffen der Seeoner Gilde kamen 20 Top-Entscheider aus Unternehmen in Deutschland und Österreich zusammen, um Erfahrungen, Know-how und Tipps für den Umgang mit jungen Zielgruppen auszutauschen. Im Fokus der Gespräche mit Wachstumsexperte und Gastgeber Prof. Dr. Guido Quelle, geschäftsführender Gesellschafter der Mandat Managementberatung, und seinem Team stand die Frage, wie Unternehmen nachhaltig ihren Erfolg sichern.

Mit einem Vorurteil räumte Dr. Martin Schröder, Professor für Soziologie an der Universität Marburg, gleich zu Beginn seines Vortrags auf. Unter dem Titel „Warum es keine Generationen gibt – und sie trotzdem auf junge Leute achtgeben sollten“ erklärte der Wissenschaftler, dass Generationen-Effekte oft mit Perioden- oder Alterseffekten verwechselt würden:

- **Periodeneffekte:** Die gesamte Gesellschaft verändert durchschnittlich ihre Einstellung zu einem Thema.
- **Alterseffekte:** Menschen werden grundsätzlich mit dem Alter konservativer. 20-Jährige hatten schon immer andere Einstellungen als 50-Jährige

Es sind am Ende inhaltliche Themen und Erlebnisse in besonders prägenden Jahren, die dazu führen, dass Menschen Eigenschaften und Einstellungen ausbilden, die andere Menschen in dieser Form nicht haben und die sie zu einer Generation zusammenbinden, wie es beispielsweise bei der Nachkriegsgeneration tatsächlich der Fall ist.

Fazit: „Der vierte Seeon-Summit ergab einige wichtige Erkenntnisse. Einer der Kernaspekte war dabei sicherlich: Die Betrachtung der Generationen hilft mit Blick auf junge helle Köpfe nicht weiter, weil sich Generationen in ihren Sorgen, Prioritäten, Engagement und Zielen kaum unterscheiden – unabhängig von ihrem Alter. Anders gesagt: Unternehmen überzeugen Kandidatinnen und Kandidaten sowie die bereits bestehende Mannschaft mit einer starken Strategie sowie spannenden Themen und Zukunftsprojekten, aus denen sich interessante Aufgaben für die Mitarbeiter ableiten“, sagt **Professor Guido Quelle**, geschäftsführender Gesellschafter der Mandat Managementberatung und Gastgeber des Seeon Summit.

Weitere Informationen zum Seeon Summit erhalten Sie bei

Linda Vollberg Mandat Tel.: +49 231 9742-390 Mail: linda.vollberg@mandat.de
--

Abdruck/redaktionelle Verwendung frei. Fotos von Prof. Dr. Guido Quelle (geschäftsführender Gesellschafter, Mandat Managementberatung), Prof. Dr. Martin Schröder (Universität Marburg) und Linda Vollberg (Senior-Beraterin und Leiterin des Seeon Summits, Mandat Managementberatung) unter <https://www.mandat.de/de/menu/presse-raum/photos-und-downloads/fotos-internationales-marken-kolloquium/> (© Mandat Managementberatung)

Die Seeoner Gilde

Die Seeoner Gilde ist ein 2013 von Professor Dr. Guido Quelle ins Leben gerufenes Unternehmernetzwerk, das ausgewählte Unternehmer, Geschäftsführer und Vorstände zusammenbringt. Namensgeber ist das Kloster Seeon, der Veranstaltungsort des Internationalen Marken-Kolloquiums, welches seit Gründung der Gilde ein zentrales, verbindendes Element der Mitglieder der Seeoner Gilde ist. Seit 2004 hat sich das Internationale Marken-Kolloquium zu einer der herausragenden Veranstaltungen für „Marke“, „Strategie“ und „Wachstum“ im deutschsprachigen Raum entwickelt. Stets ist ein ausgewähltes Teilnehmerfeld von maximal 80 Unternehmern, Geschäftsführern und Vorständen vor Ort. Seit 2012 steht das Internationale Marken-Kolloquium unter der Leitung der Dortmunder Mandat Managementberatung und ihres Geschäftsführers Prof. Dr. Guido Quelle.

Weitere Informationen:

Im Web www.internationales-marken-kolloquium.de

Bei Twitter [#MKolloquium #IMK2019](https://twitter.com/MKolloquium)

Auf Facebook <https://www.facebook.com/pages/Internationales-Marken-Kolloquium/388279751213173?fref=ts>

Über Mandat Managementberatung

Die Mandat Managementberatung GmbH unterstützt Unternehmen dabei, gesund und profitabel zu wachsen. Sie begleitet ihre Klienten sowohl bei der Konzeption und Entwicklung, als auch in der Realisierung von Wachstumsinitiativen. Unter der Leitung des geschäftsführenden Gesellschafters Professor Dr. Guido Quelle verfügt das Team aus 11 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern über branchen- und länderübergreifendes Wachstums-Know-how in den Beratungsfeldern Strategie und Marke, Prozesse und Organisation sowie Vertrieb und Expansion. Mandat kann auf eine 30-jährige Beratungserfahrung aus über 500 Projekten für mehr als 250 Klienten in 17 Ländern zurückgreifen. Mandat hat seinen Standort in Dortmund und unterhält Büros in London und New York.

www.mandat.de