

Eine quantitative Studie: Generation Y und Generation Baby Boomer im Vertrieb - Welche Faktoren motivieren sie zur Arbeit?

jobs Personalberatung GmbH

Gonzagagasse 8/8b
A-1010 Wien

Tel: +43 1 3 190 190/0

Fax: +43 1 3 190 190/99

E-Mail: office@jobs-personalberatung.com

Homepage: www.jobs-personalberatung.com

Über jobs Personalberatung

jobs Personalberatung hat sich auf die Besetzung von Positionen in den Bereichen **Sales und Executive, IT und Telekommunikation** spezialisiert.

Zu unseren Erfolgsprinzipien zählt neben den modernsten **Search-Technologien** (Research, E-Cruiting, Oracle-Bewerberdatenbank) und langjähriger Erfahrung, vor allem die **langfristige Karrierebegleitung** durch persönliche Bewerberbetreuung (wie Beratung, Potentialanalyse, Coaching und Gehaltscheck, um nur ein paar Punkte zu nennen).

Im März 2000 von Mag. Samantha Scherzer, B.Sc. und Mag. Peter Marsch gegründet, besetzen wir von jobs Personalberatung ca. **120 Stellen pro Jahr**.

Gerne informieren wir Sie darüber, wie wir Ihnen beim nächsten Karriereschritt bzw. bei Ihrer Personalsuche behilflich sein können.

Mag. Peter Marsch
Geschäftsführer

Tel: +43 1 3 190 190 / 11

Fax: +43 1 3 190 190 / 99

E-Mail: marsch@jobs-personalberatung.com

Homepage: www.jobs-personalberatung.com

jobs Personalberatung GmbH
Gonzagagasse 8/8b
A-1010 Wien

Einleitung

Der in den kommenden Jahren bevorstehende Generationenwechsel hat zur Folge, dass Berufstätige der Generation Baby Boomer, geboren zwischen 1946 und 1964, in den Ruhestand treten und ihre Positionen von den jüngeren Generationen übernommen werden. Um sich auf die Bedürfnisse und Anforderungen der jüngeren Generation Y, geboren zwischen 1980 und 2000, vorbereiten zu können, ist es Voraussetzung, diese zu kennen und von jenen der anderen Generationen zu differenzieren.

In einem ersten Schritt wurden die Unterschiede zwischen der Generation Baby Boomer und der Generation Y im arbeitsmotivationsbezogenen Kontext mittels Literaturrecherche festgestellt. Dazu wurden verschiedene Studien herangezogen. Die Ergebnisse zeigen, dass die primären Arbeitsmotivationsfaktoren der Generation Baby Boomer „Flexibilität bei der Arbeitszeit“ und „Work-Life-Balance“ sind. Der primäre Arbeitsmotivationsfaktor der Generation Y ist die „Herausfordernde Arbeit, die Spaß macht und sinnvoll ist“. Weitere hoch motivierende Faktoren für die Angehörigen der Generation Y sind zum Beispiel die „Vergütung“, das „kollegiale Arbeitsumfeld bzw. die sozialen Beziehungen“ und die „Weiterbildungs- und Entwicklungsmöglichkeiten“. Dem gegenüber wirken die Faktoren „Karrieremöglichkeiten“, „mehr Arbeitsentgelt“ sowie „ein gutes Verhältnis zu ArbeitskollegInnen“ für die Berufstätigen der Generation Baby Boomer nicht primär motivierend.

In einem nächsten Schritt wurden die Ergebnisse der Literaturrecherche mittels Durchführung einer empirischen Untersuchung überprüft. Die Untersuchung fokussierte dabei Berufstätige der Generation Y und der Generation Baby Boomer im Vertriebsbereich in Österreich.

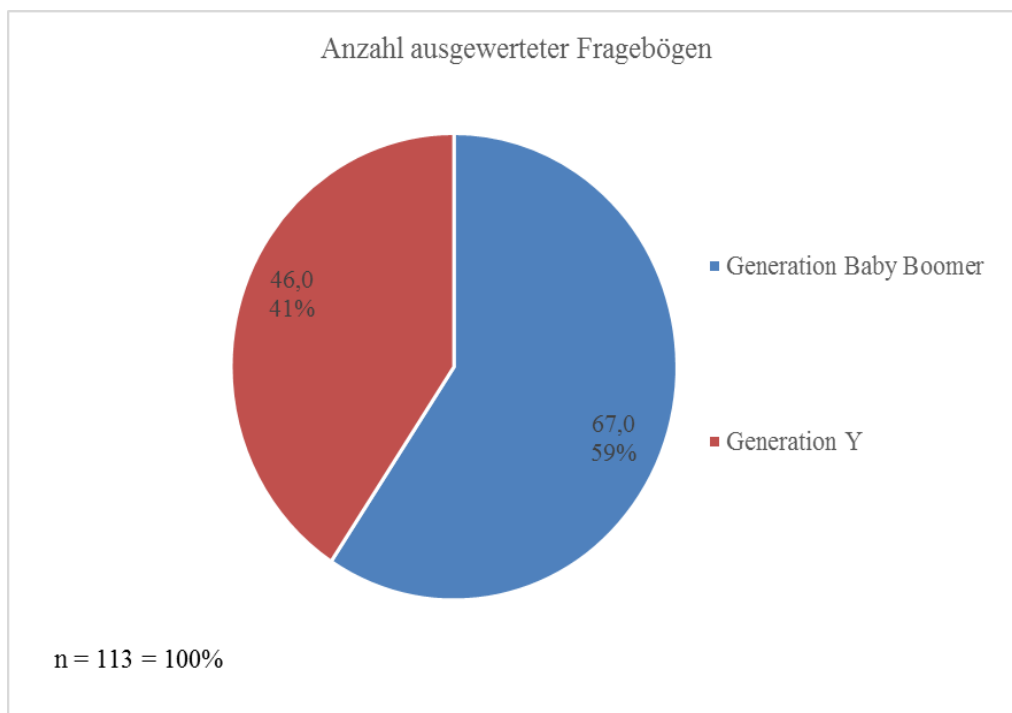
Die Ergebnisse dieser Studie können das Verständnis für die Bedürfnisse und Anforderungen des Vertriebspersonals, von Führungskräften, insbesondere von Vertriebsleitern, sowie von der Personalabteilung verbessern. Neue Wege der MitarbeiterInnenmotivation können eingeschlagen werden, wenn die Erkenntnis gegeben ist, welche Generation durch welche Faktoren am besten motiviert werden kann. Dies kann auch in Folge zu einer besseren Zusammenarbeit und höherer Mitarbeiterbindung führen.

Demografische Daten

Die Studie wurde mittels Online-Fragebogens durchgeführt und an 10.849 BewerberInnen der Bewerberdatenbank von jobs Personalberatung im Berufsfeld „Sales“ versendet. Der Befragungszeitraum war von 17.12.2015 bis 07.01.2016 angesetzt und betrug somit 3 Wochen.

Von den 10.849 versendeten Fragebögen wurden 414 begonnen und 327 beendet. Diese 327 beendeten Fragebögen ergaben eine Beendigungsquote von 78,99%. Viele dieser Fragebögen konnten für die Auswertung jedoch nicht herangezogen werden, da die Beendigung des Fragebogens nur auf die Beendigung aufgrund einer Filterfrage (z.B. Frage zum Alter) zurückzuführen war, sodass der Teilnehmer/die Teilnehmerin von der weiteren Teilnahme ausschied. Letztendlich konnten 113 Fragebögen ausgewertet werden.

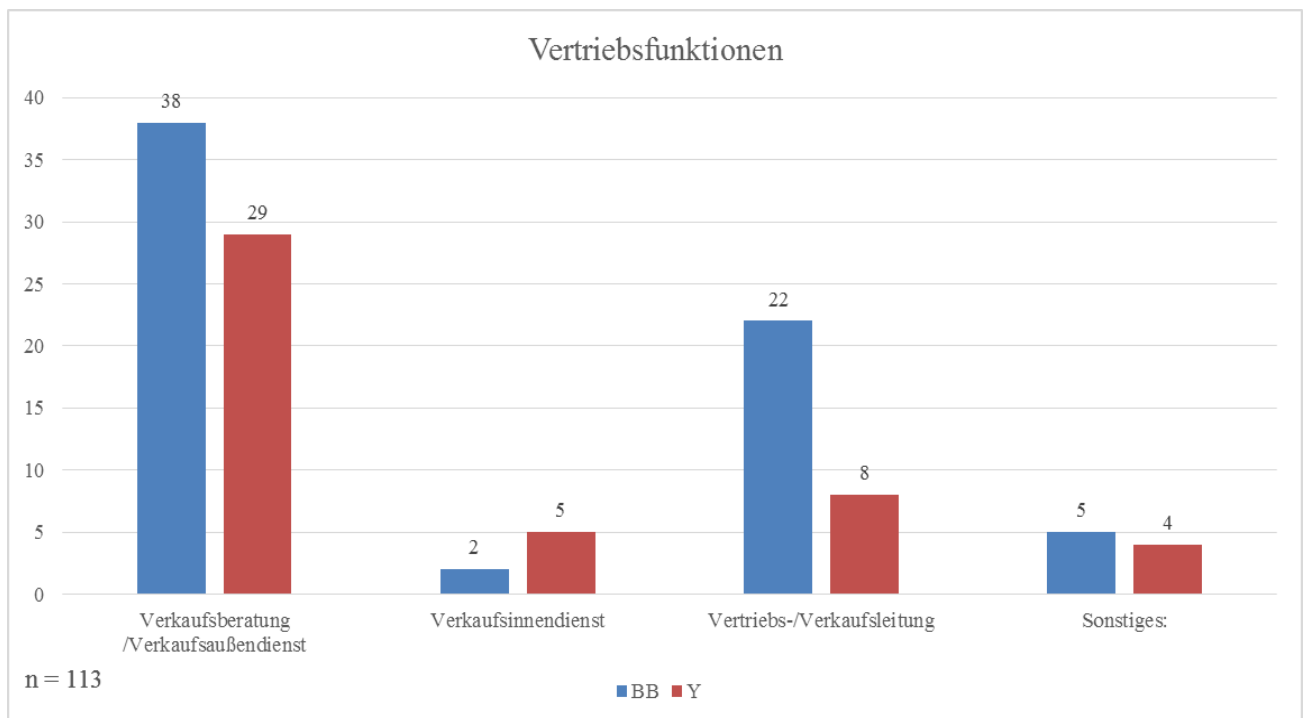
Generationenzugehörigkeit



Wie aus dieser Grafik ersichtlich ist, haben 67 Angehörige der Generation Baby Boomer, das sind 59% aller Befragten, und 46 Angehörige der Generation Y, das sind 41% aller Befragten, an der Untersuchung teilgenommen.

Funktionsbereiche der TeilnehmerInnen

Die nachfolgende Abbildung zeigt, in welchen Funktionen die TeilnehmerInnen der Generation Baby Boomer (BB) und die TeilnehmerInnen der Generation Y (Y) tätig sind. Falls keine der im Fragebogen vorgegebenen Funktionen zugetroffen haben, gab es noch die Kategorie „Sonstiges“ auszuwählen.



Von den 113 TeilnehmerInnen an der Studie ist der Großteil, nämlich 67 Befragte, im Bereich Verkaufsberatung/Verkaufsaußendienst tätig. Davon sind 38 TeilnehmerInnen der Generation Baby Boomer und 29 TeilnehmerInnen der Generation Y angehörig. Eine Verkaufsinendienstposition haben zwei Angehörige der Generation Baby Boomer und fünf Angehörige der Generation Y inne. 22 Befragte aus der Generation Baby Boomer und acht Befragte aus der Generation Y sind als Vertriebs-/Verkaufsleitung tätig. In sonstigen Funktionsbereichen sind fünf TeilnehmerInnen der Generation Baby Boomer und vier TeilnehmerInnen der Generation Y tätig. Im Feld „Sonstiges“ wurde von den Befragten beispielsweise Bezirksleitung, Regionalmanager, Geschäftsführer, EPU Handelsagent und Key Account Manager angeführt.

Ergebnisse

1. Reihung der Faktoren nach Wichtigkeit

Beide Generationen haben die Arbeitsmotivationsfaktoren „Herausfordernde Tätigkeit, die Spaß macht“, „Arbeitsentgelt“, „Flexible Arbeitszeiten“, „Work-Life-Balance“, „Kollegiales Arbeitsumfeld und soziale Beziehungen“, „Weiterbildungs- und Karrieremöglichkeiten“ wie folgt, nach Wichtigkeit (1=am wichtigsten, 6=am wenigsten wichtig), statistisch im Mittel **gleich gereiht**:

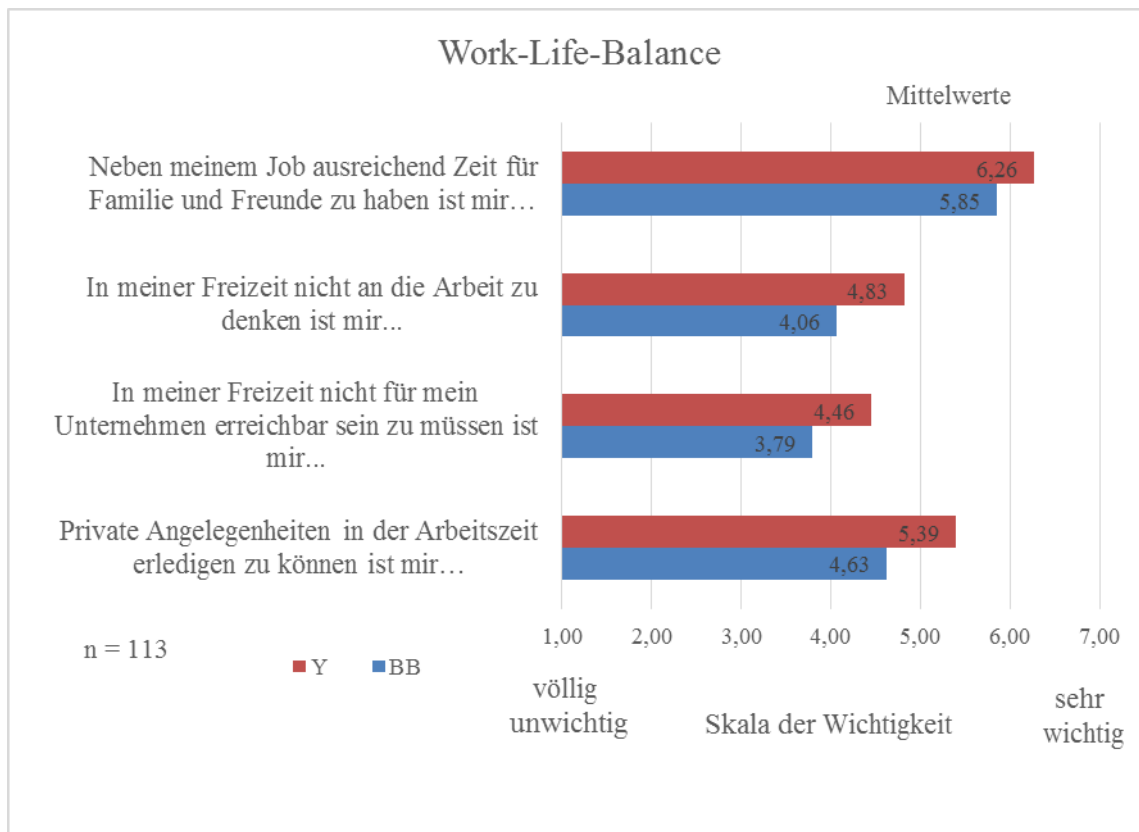
1. Herausfordernde Tätigkeit, die Spaß macht
2. Arbeitsentgelt
3. Flexible Arbeitszeiten
4. Work-Life-Balance
5. Kollegiales Arbeitsumfeld und soziale Beziehungen
6. Weiterbildungs- und Karrieremöglichkeiten

Am wichtigsten ist beiden Generationen die „Herausfordernde Tätigkeit, die Spaß macht“ und am wenigsten wichtig sind ihnen die „Weiterbildungs- und Karrieremöglichkeiten“. Innerhalb diesem, prinzipiell gleichen, Reihungsergebnis kann folgender, wenn auch sehr kleiner, Unterschied zwischen den Generationen festgestellt werden:

Die „Herausfordernde Tätigkeit, die Spaß macht“ wurde von der Generation Baby Boomer öfter auf Platz 1 gereiht als von den Befragten der Generation Y. Es kann also festgestellt werden, dass die **„Herausfordernde Tätigkeit, die Spaß macht“ den Befragten der Generation Baby Boomer wichtiger ist** als den Befragten der Generation Y. Eine Erklärung für dieses Ergebnis könnte sein, dass die Angehörigen der Generation Baby Boomer aufgrund ihrer langjährigen, oft vielleicht auch gleichbleibenden Tätigkeit neue Herausforderungen bei der Arbeit suchen und deswegen diesen Motivationsfaktor als wichtiger empfinden. Die Angehörigen der Generation Y stehen vor der Herausforderung der aktuellen unsicheren Arbeitsmarktsituation, überhaupt einen Arbeitsplatz zu finden, der ihren Qualifikationen entspricht und legen deswegen vielleicht nicht alle gleich viel Wert auf eine Tätigkeit, die herausfordernd ist und Spaß macht.

2. Weitere Unterschiede zwischen den beiden Generationen

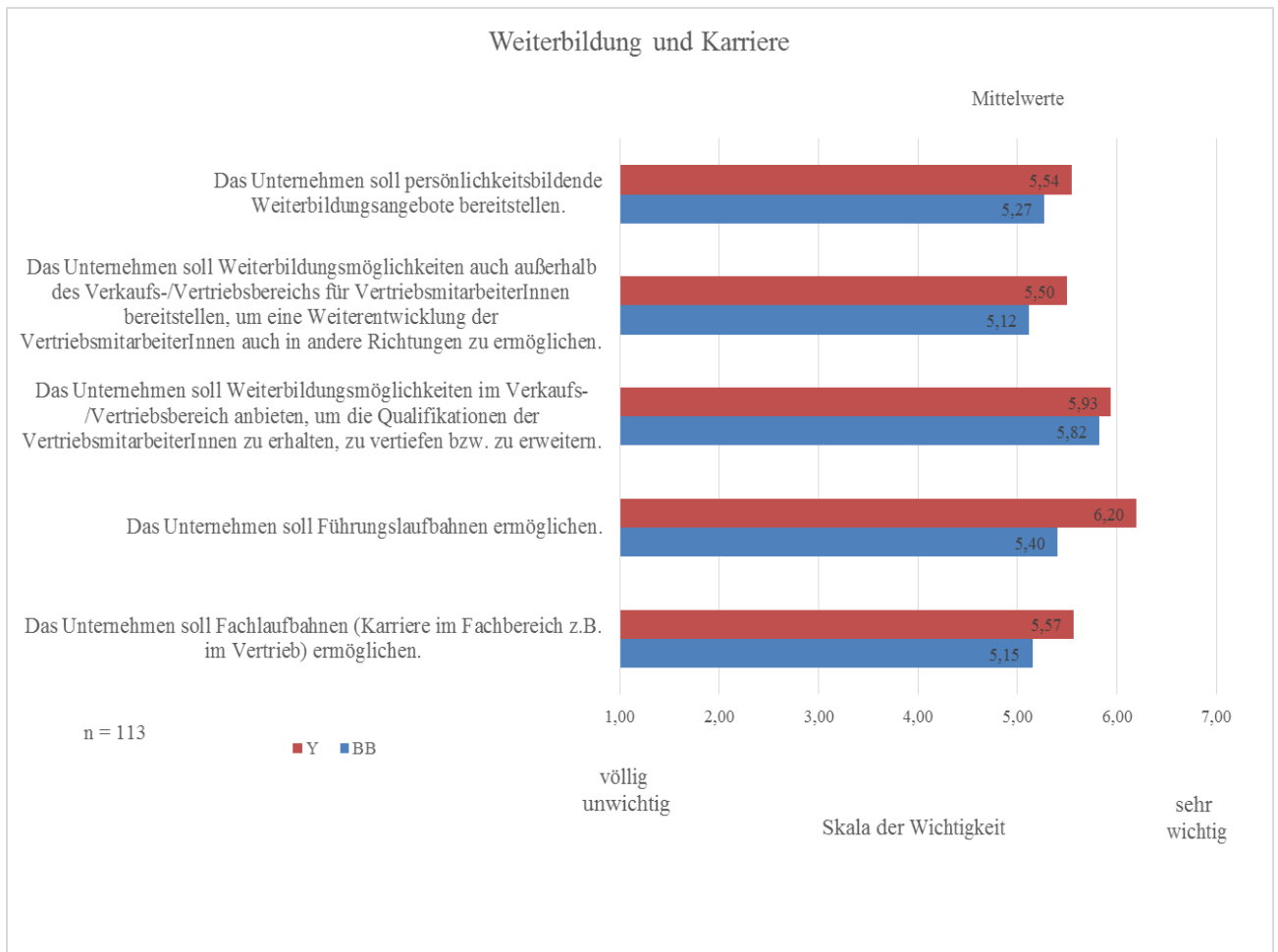
Wie die nachfolgende Grafik zeigt, ist den Berufstätigen der **Generation Y die „Work-Life-Balance“ wichtiger** als den Berufstätigen der Generation Baby Boomer.



Am wichtigsten ist der Generation Y dabei, dass sie neben dem Job auch ausreichend Zeit für Familie und Freunde haben. Auffällig ist, dass der Generation Y (sowie auch der Generation BB) nicht besonders wichtig erscheint, in der Freizeit nicht beruflich erreichbar sein zu müssen oder nicht an die Arbeit denken zu müssen.

Der Unterschied zwischen den Generationen könnte darauf zurückzuführen sein, dass sich die Angehörigen der Generation Y sich momentan, altersbedingt, in der Phase der Familiengründung befinden, und somit einen größeren Wert auf ein ausgewogenes Verhältnis zwischen Berufs- und Privatleben legen als die Angehörigen der Generation Baby Boomer, die sich nicht mehr in dieser Phase befinden und deren Kinder womöglich bereits ausgezogen sind.

Ein weiterer interessanter Unterschied kann bei den „**Karrieremöglichkeiten**“ (zwei letzten Fragestellungen in der folgenden Grafik) festgestellt werden. Das Ergebnis zeigt, dass dieser Motivationsfaktor auch **der Generation Y wichtiger** ist. Ihnen ist nahezu sehr wichtig, dass das Unternehmen Führungslaufbahnen ermöglicht. Dies ist möglicherweise darauf zurückzuführen, dass Aufstiegschancen jüngerer MitarbeiterInnen wichtiger sind, weil sie erst am Beginn ihrer beruflichen Karriere stehen.

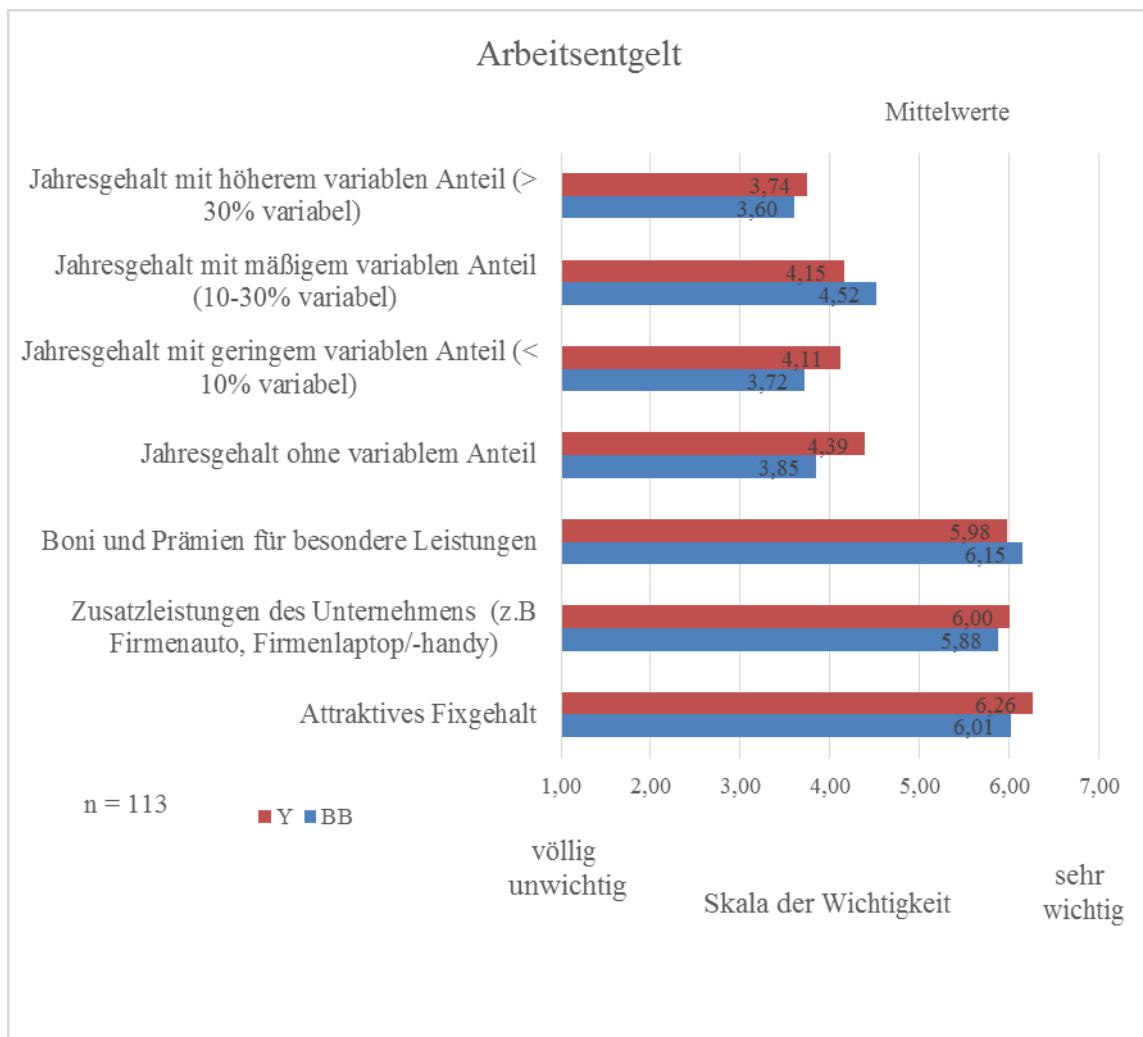


Bezüglich der „Weiterbildungsmöglichkeiten“ (drei ersten Fragestellungen in der oberen Grafik) zeigt das Ergebnis keinen signifikanten Unterschied zwischen den beiden Generationen. Dies ist insofern bemerkenswert, da die Angehörigen der Generation Y erst kürzlich ihre Ausbildung absolviert haben und somit weniger Weiterbildungsbedarf erwarten ließen, als die Angehörigen der Generation Baby Boomer, die bereits viele Jahre von ihrer Ausbildungszeit entfernt sind.

Auch bezüglich der anderen Arbeitsmotivationsfaktoren können keine signifikanten Unterschiede in dieser Studie festgestellt werden.

3. Arbeitsentgelt

Da im Vertriebsbereich insbesondere die Vergütung von großer Bedeutung ist und als großer Motivationsfaktor gilt, ist dieses Ergebnis sehr interessant, auch wenn kein signifikanter Unterschied zwischen den Generationen festgestellt werden konnte.



Die Grafik zeigt, dass ein attraktives Fixgehalt für die Generation Y nahezu sehr wichtig ist, dicht gefolgt von Zusatzleistungen des Unternehmens sowie von Boni und Prämien für besondere Leistungen. Ähnlich wichtig ist dies auch der Generation Baby Boomer.

Wichtige Erkenntnisse

Der wichtigste Motivationsfaktor für das Vertriebspersonal, ohne Unterschied auf die Generationen, ist die „Herausfordernde Tätigkeit, die Spaß macht“. Zweitwichtigster Motivationsfaktor ist das „Arbeitsentgelt“. Diese Erkenntnis ist entscheidend, da finanzielle Anreize, trotz ihrer allgemein bekannten Priorisierung im Vertriebsbereich, nicht Motivationsfaktor Nummer eins für die VertriebsmitarbeiterInnen sind.

Weiters ist interessant, dass ein attraktives Fixgehalt ebenso wichtig ist, wie Boni und Zusatzleistungen des Unternehmens. Die variablen Gehaltsbestandteile hingegen sind allesamt weniger wichtig für VertriebsmitarbeiterInnen. Führungskräfte im Vertriebsbereich sollten verstärkten Fokus darauf legen, dass die Arbeitstätigkeit herausfordernd, abwechslungsreich und sinnvoll ist sowie der Mitarbeiterin/dem Mitarbeiter Spaß macht.

Im Unterschied zwischen den Generationen lässt sich festhalten: Die „Karrieremöglichkeiten“ und die „Work-Life-Balance“ sind den Angehörigen der Generation Y, geboren zwischen 1980 und 2000, wichtiger als den Angehörigen der Generation Baby Boomer, geboren zwischen 1946 und 1964. Die „Herausfordernde Arbeitstätigkeit, die Spaß macht“, ist den Befragten der Generation Baby Boomer wichtiger als den Befragten der Generation Y. Diese Ergebnisse können von Führungskräften bzw. von der Personalabteilung im Rahmen von Führungs- oder Personalentwicklungsmaßnahmen berücksichtigt werden. Zum Beispiel können bei einem Mitarbeitergespräch mit einer Angehörigen/einem Angehörigen der Generation Y verstärkt Karrieremöglichkeiten besprochen werden. Bei einer Mitarbeiterin/einem Mitarbeiter der Generation Baby Boomer könnte besonders darauf geachtet werden, ob die „Arbeitstätigkeit“, für sie/ihn herausfordernd ist und ihr/ihm Spaß macht.

Wichtig ist, dass die Führungskräfte und die MitarbeiterInnen einer Personalabteilung eine Sensibilität, den verschiedenen Generationen gegenüber, insbesondere im Rahmen der MitarbeiterInnenmotivation, entwickeln bzw. ihre Sensibilität stärken und die Unterschiede zwischen den Generationen im Arbeitsalltag sowie bei Personal- und Führungsmaßnahmen berücksichtigen.

Nachwort

Danke!

... an alle, die sich die Zeit genommen haben, den Fragebogen auszufüllen. Sie haben damit wesentlich zu einem aussagekräftigen Ergebnis, in Form dieser Studie beigetragen.

Quelle:

Niedl, Judith (2015): Ein Vergleich der Arbeitsmotivationsfaktoren von Berufstätigen aus der „Generation Baby Boomer“ und Berufstätigen aus der „Generation Y“. Bachelorarbeit 1, FHWien der WKW, Wien

Niedl, Judith (2016): Ein Vergleich der primären Arbeitsmotivationsfaktoren von Berufstätigen des Vertriebsbereiches aus der „Generation Baby Boomer“ und Berufstätigen des Vertriebsbereiches aus der „Generation Y“ in Österreich: eine quantitative Studie. Bachelorarbeit 2, FHWien der WKW, Wien

©jobs Personalberatung GmbH, März 2016