



Generationen & Social-Media-Nutzung

Wie Sie Ihre Zielgruppe erreichen!

von schnelleStelle.de

Wie kann man Personen unterschiedlicher Generationen erreichen?

Bei der Suche nach neuen Mitarbeitern sollten Arbeitgeber vor der Suche ein detailliertes Suchprofil anlegen und die zu besetzende Stelle unter geeigneten Aspekten betrachten. Zu diesen Aspekten zählt auch die Generation des potenziellen Mitarbeiters. Derzeit sollten sich Arbeitgeber vor allem auf die Generationen Babyboomer, Generation X, Generation Y und Generation Z konzentrieren. Doch über welche Kommunikationskanäle kann man die Mitglieder dieser Generationen ansprechen? Es ist wichtig die Touchpoints, also die Berührungspunkte der Generationen zu kennen, um diese besser zu erreichen und geeignete Mitarbeiter zu finden.

Mehr Informationen zu den Generationen?

Unseren vollständigen Blogbeitrag zum Thema finden sie [HIER!](#)

Sie möchten sich gern individuell beraten lassen? Kontaktieren Sie uns.

Ihr Ansprechpartner:

Michael Volosinovszki
Teamleiter Vertrieb

T +49(0) 341-25 66 98 21

F +49(0) 341-25 66 98 30

michael.volosinovszki@schnellestelle.de



Die Touchpoints der Generationen

Generation Babyboomer

(Jahrgänge von 1946 bis 1964)

Die Generation Babyboomer ist gut über klassische Werbeformen zu erreichen. Dazu zählen:

- Printmedien (z. B. Zeitungen und Zeitschriften)
- Außenwerbung (z. B. Plakate und Poster)
- Radiospots

Das präferierte Kommunikationsmedium der Generation Babyboomer ist das Telefon.

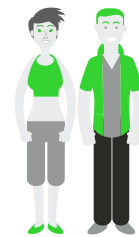
Generation X

(Jahrgänge von 1965 bis 1979)

Um die Generation X anzusprechen ist ein Mix aus klassischen und digitalen Werbeformen zu empfehlen. Dazu zählen:

- Printmedien (z. B. Zeitungen und Zeitschriften)
- Digitale Medien (z. B. Websites, ePaper, Online-Jobbörsen)
- Apps

Das primäre Kommunikationsmedium ist die E-Mail und das Mobiltelefon.



1940

1950

1960

1970

1980

1990

2000

2010

Generation Y („Millenials“)

(Jahrgänge von 1980 bis 1995)

Diese Generation ist überwiegend über digitale Werbeformen anzusprechen. Dazu zählen:

- Digitale Medien (z. B. Websites, ePaper, Online-Jobportale)
- Apps
- Soziale Medien (z. B. Instagram, Snapchat und TikTok)

Das präferierte Kommunikationsmedium der Generation Y ist das Internet.

Generation Z

(Jahrgänge von 1996 bis 2009)

Die Touchpoints der Generation Z befinden sich überwiegend bei den digitalen Werbeformen. Dazu zählen:

- Soziale Medien (z. B. Instagram, Snapchat und TikTok)
- Entertainment-Plattformen (z. B. YouTube und Twitch)
- Influencer
- Mediatheken mit On-Demand-Inhalten (z. B. TV-Mediatheken und Netflix)

Ein direkter Einbezug des Users wird erwartet. Dies kann erreicht werden durch:

- Kommentarfunktionen
- andere digitale Partizipationsformen (z. B. Online-Umfragen und Online-Abstimmungen)

Das präferierte Kommunikationsmedium der Generation Z ist das Internet.