

KAPITEL 3



Die Generation X

Die Generation X umfasst die Geburtsjahrgänge 1965 – 1981. Die Namensgebung geht zurück auf den Titel eines Romans von Douglas Coupland («Generation X: Tales for an Accelerated Culture»). Der kanadische Autor wollte mit der Variablen «X» eigentlich darlegen, dass sich diese Generation erfolgreich der Benennungswut der Werbe- und Journalismus-Industrie entzogen hat – und gab ihr paradoxerweise gleichzeitig diesen Namen. Coupland beschreibt mit dem Begriff jene Kohorte, die einerseits ein relativ hohes Bildungsniveau und ein ausgeprägtes Konsumverhalten prägt, die aber andererseits eine gewisse Interessenlosigkeit (v.a. an Politik), Oberflächlichkeit und Egoismus an den Tag legt.

Die Mitglieder der Generation X wurden als ewige «Twentysomethings» beschrieben, die ziellos und pessimistisch ihr Leben leben. Häufig werden sie auch als «Slackers» (z.Dt. Bummelanten) bezeichnet. Sie arbeiten in Bereichen, die sie langweilen, und verfolgen häufig keine berufliche Erfüllung. Sie sind zudem die ersten, die einen Grossteil ihrer Freizeit mit Fernsehen sowie Video- und Computerspielen verbringen. Das Leben in einer Überflussgesellschaft ruft bei den Vertretern dieser Generation eine gewisse Entscheidungsschwäche hervor. Ihnen wird nachgesagt, dass sie aus der resultierenden Überforderung wiederum Dinge kaufen, die sie nicht brauchen und die sie nicht glücklich machen – oder sie entscheiden sich aufgrund der unbegrenzten Auswahl für gar nichts.

(Quelle: www.businessinsider.de/gruenderszene/lexikon/begriffe/generation-x/)

Gesamthaft wurden 562 Personen der Generation X befragt. Die Mitglieder dieser Generation nutzen in der Schweiz zu 94 % (A: 93 %, D: lediglich 84 %) das E-Banking und zu 68 % (A: 77 %, D: 61 %) das Mobile Banking. Im Vergleich zur Generation der Babyboomers ist die Nutzung digitaler Touchpoints nur wenig höher, die digitalen Touchpoints überwiegen aber auch hier. Interessanterweise gibt die Generation X von allen betrachteten Generationen am seltensten an, hauptsächlich digitale Touchpoints zu nutzen.



Die Generation Y oder auch Millennials

Die Generation Y oder auch Millennials umfasst die Geburtsjahrgänge der Jahre 1982 – 1996. Mitglieder der Generation Y haben grösstenteils einen akademischen Hintergrund. Sie können von ihren potenziellen Arbeitgebern mehr fordern, da sie bedingt durch den demografischen Wandel und der damit einhergehenden Abnahme junger Altersgruppen weniger Mitbewerber haben. Sie haben bestimmte Vorstellungen von Arbeitsbedingungen, die zunehmend den Arbeitsalltag beeinflussen. Dabei geht es vor allem