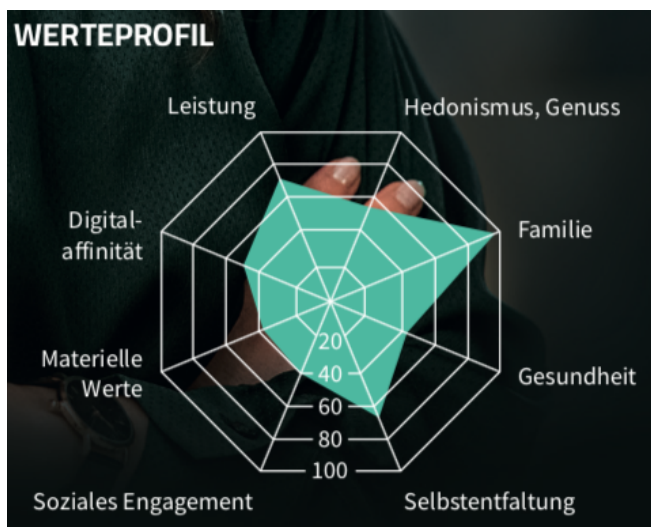


Management Alliance

Leadership Competence

Personas mit Zukunftsperspektive (6) - DIE FAMILIENGLÜCKLICHE



Werteprofil Future Persona DIE FAMILIENGLÜCKLICHE
Quelle: www.zukunftsinstitut.de

Zukunft gestaltet sich aus der Vielfalt menschlicher Bedürfnisse. Die sind so unterschiedlich wie unsere Gesellschaft und finden sich in verschiedensten Ausprägungen auch bei den Future Personas: von der klassischen Leistungsorientierung, über geregelte Stabilität, gamifizierte Digitalisierung bis zu hedonistischer Nachhaltigkeit. In unserem abschließenden Beitrag dieser Reihe richten wir den Fokus der Zukunftsgestaltung nun auf die kleinste Einheit unserer Gesellschaft: die Familie.

Die fünfte Persona des Zukunftsinstituts findet Motivation und Erfüllung ihres Tuns in ihrem eigenen „kleinen“ Familienkosmos. **„Ich tue alles dafür, Freiheiten zu haben, um das Glück in der Familie zu erleben“** lautet deshalb die wichtigste Zukunftsmaxime für Hannah Sorte - DIE FAMILIENGLÜCKLICHE.

Hannah steht kurz vor ihren Vierzigern und ist fest in einem glücklichen Familienleben verankert. Die Familie ist ihr Lebensmittelpunkt und ihr sicherer Hafen in einer schnelllebigen Welt. Genau aus diesem Modell schöpft sie die Kraft und Energie, die sie für eine neue und selbstbestimmte Zukunft motiviert. Dazu passend fällt das Thema Familie auch in ihrem Werteprofil als stärkste Kategorie sofort ins Auge. Und das in einer Klarheit (100%), wie wir sie in ähnlich deutlicher Ausprägung nur noch beim WIRTSCHAFTSMACHER finden.

Gleichzeitig entwickelt Hannah aus der sicheren Geborgenheit ihrer emotionalen Homebase eine pragmatische Neugier auf die Gestaltungsräume einer vernetzten Zukunft. Die Innovationsaffinität im Trendprofil bedeutet allerdings nicht, dass sie digitale Lösungen und neue Technologien bewusst treibt. Aber sie schätzt die Freiheiten, die sich in ihrer Wertewelt für sie und ihre Familie daraus generieren lassen. Als Familienmensch weiß Hannah um die Vorteile eines belastbaren Netzwerkes. Das macht sie auch im beruflichen Kontext zu einer guten Netzwerkerin. Mit Empathie und emotionaler Intelligenz unterstützt sie so die Ideen des Work-Life-Blending und sorgt intuitiv für einen offenen und vertrauensvollen Zugang zum New Work-Ansatz.

Ein abschließender Blick auf die Vielfalt unserer Persona zeigt anschaulich, wie unterschiedlich die Motivationen sind, Kraft und Energie in die Zukunft zu investieren. Ein fast perfektes Match bilden die FAMILIENGLÜCKLICHE und der WIRTSCHAFTSMACHER, die sich in ihren Werteprofilen Leistung und Selbstentfaltung gegenseitig ergänzen. Gemeinsam schaffen sie eine Balance zwischen Geben und Nehmen, zwischen Leistung und Genuss, zwischen Erfolg und persönlichem Gewinn. Die geschlechtsspezifische Aufteilung der Rollen kann und muss dabei immer wieder neu verhandelt werden.

Wie können Sie den Familienfokus und die pragmatische Lust der FAMILIENGLÜCKLICHEN auf die Arbeitswelt von morgen nutzen und fördern, um Ihr Unternehmen fit für New Work und damit fit für die Zukunft zu machen?

Mitarbeiter Im Kreise Ihrer Mitarbeiter positioniert sich die FAMILIENGLÜCKLICHE als Early Adaptor für die Arbeitswelt von morgen. Sie ist schnell bereit, neue Modelle zu nutzen und erkennt das Potenzial der New Work - Ideen, um ihre Arbeit zu optimieren. Ihr Spielfeld definiert sie dabei allerdings ganz pragmatisch und ohne Risiko. Alles was ihr hilft das Wohl ihrer Familie und Zufriedenheit im Beruf in Balance zu bringen, ist herzlich willkommen. Für die meisten Arbeitgeber ist New Work immer noch eine große Herausforderung: Wenn Hierarchien und Arbeitsorte an Bedeutung verlieren und Flexibilität auf allen Organisationsstufen gefordert wird, braucht es schon eine gute Portion Vertrauen in Loyalität und Eigeninitiative der Kollegen. Bei der FAMILIENGLÜCKLICHEN besteht diesbezüglich jedoch kein Grund zur Sorge. Selbstverantwortung und Entscheidungsfreiheit sind ihre intrinsisch motivierten Stärken in beiden Welten des Work-Life-Blending. Außerdem steht sie als Familienmensch immer zuerst für das Team und muss sich nicht als Einzelkämpferin profilieren.

Kunden Die Kaufkraft der FAMILIENGLÜCKLICHEN als Kundin lässt sich am besten über relevante Lösungen für Familienbedürfnisse aktivieren. Alles was Wohlfühlen, Geborgenheit und Gemeinschaft möglich macht,

steht bei der Konsumententscheidung in diesem Segment an erster Stelle. Ein großes Wachstumspotenzial hat dabei aktuell besonders das Thema Nachhaltigkeit, oder wie es im Familienkontext inzwischen heißt: die Enkelfähigkeit. Aus der gesamtgesellschaftlichen Perspektive sind auch jene Produkte und Dienstleistungen Konsumtreiber für die FAMILIENGLÜCKLICHE, die ihr die Vereinbarung von Familie und Beruf erleichtern. Effizienz und Sicherheit sind hier die entscheidenden Wahrnehmungsparameter, die Freiheit und Selbstentfaltung möglich machen.

Wenn Sie Hannah und die anderen Future Personas näher kennenlernen wollen, können Sie die Profile beim Zukunftsinstitut zum Download anfordern (www.zukunftsinstitut.de).

Bisher erschienen:

Personas mit Zukunftsperspektive (1) – Wandel braucht Identität

Personas mit Zukunftsperspektive (2) – DER GAMEWORKER

Personas mit Zukunftsperspektive (3) – DIE ÖKOHEDONISTIN

Personas mit Zukunftsperspektive (4) – DER WIRTSCHAFTSMACHER

Personas mit Zukunftsperspektive (5) – DIE SLOWTRANSFORMERIN

Quelle: Future Personas @Zukunftsinstitut

📅 23. Dezember 2024

© Management Alliance

FUTURE PERSONA

DIE FAMILIENGLÜCKLICHE

Hannah Sorte

Alter: 39 Jahre
Geschlecht: weiblich

Beruf: Freelancerin im Bereich Data- und Editorial Design. Macht eine Ausbildung zur Pferde-Logopädin.

Familienstand: verheiratet
Kinder: 2

“
Ich tue alles dafür, Freiheiten zu haben, um das Glück in der Familie zu erleben.
”

LEBEN

Was erfüllt die Persona?

Treiber – das Warum

Vereinbarkeit von Familie & Beruf

Ziel – das Wozu

Glückliche Familie

Überzeugung – das Was

Erfülltes Familienleben

TRENDS

Worauf setzt die Persona?

MEGATRENDS



New Work

Corporate Culture
Human Relations
Remote Work



Gender Shift

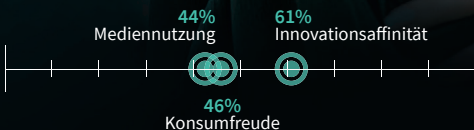
Gender Awareness
Gender Mainstreaming
Work-Life-Blending



Sicherheit

Flexicurity
Resilienz
Transparenz

TRENDPROFIL



BEDÜRFNISSE

Was braucht die Persona?

FAMILIE, BERUF, HEIM

Neues gesellschaftliches Wertekonstrukt
Individuelle Familienbedürfnisse befriedigen
Geborgenheit zu Hause

WERTEPROFIL

