

FUN FACTS Generation

NEXT LEVEL
ACADEMY

GENERATION X

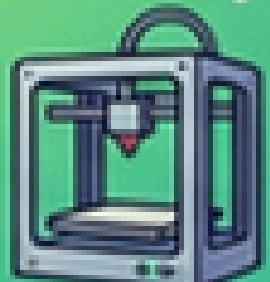
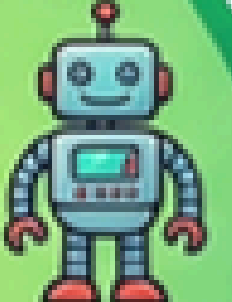
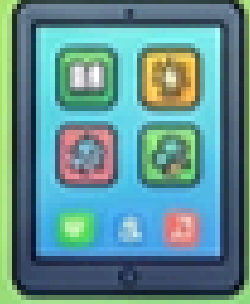
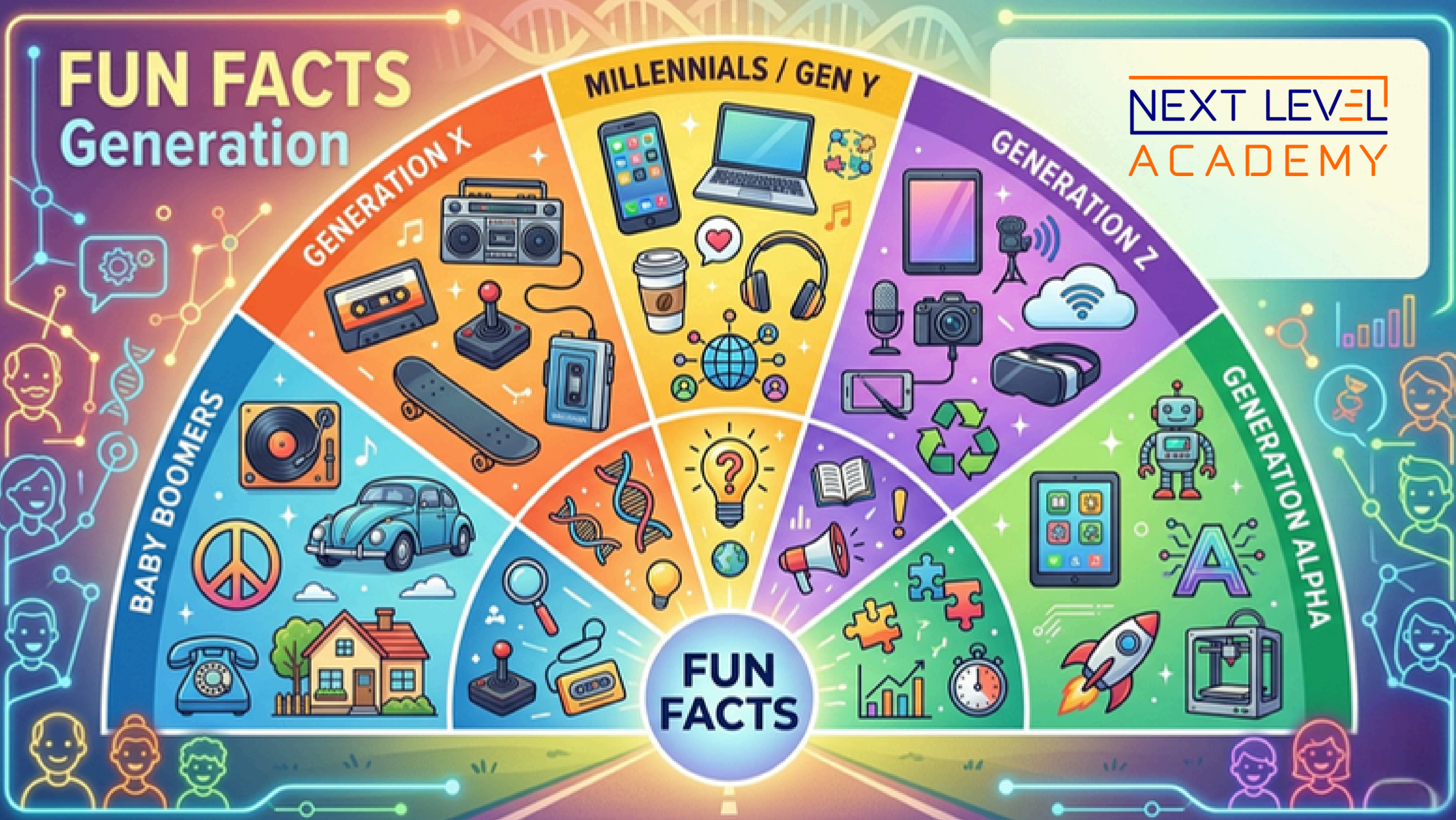
MILLENNIALS / GEN Y

GENERATION Z

GENERATION ALPHA

BABY BOOMERS

FUN
FACTS



Vedeli ste to o generácii **Baby Boomers**?

Kľúčové zaujímavosti a unikátne črty s akcentom na slovenský kontext.

GLOBÁLNE ÚSPECHY A PARADOXY



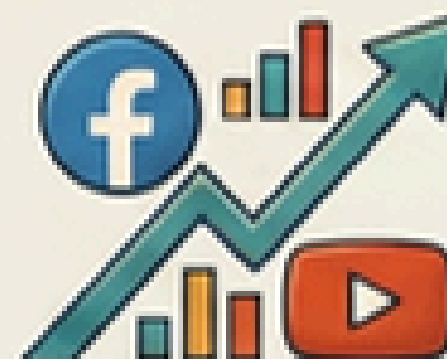
NAJBOHATŠIA GENERÁCIA V HISTÓRII

Vlastnia viac ako 50 % celosvetového majetku.



VYMYSLELI SLOVO „WORKOHOLIK“

Termin „workaholic“ vytvorili v roku 1971 kvôli svojmu pracovnému nasadeniu.



SKRYTÍ VLÁDCI SOCIÁLNYCH SIETÍ

Sú najrýchlejšie rastúcou skupinou na Facebooku a YouTube.

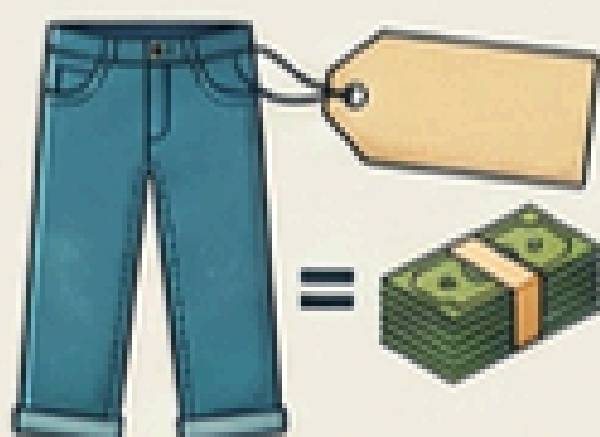


SLOVENSKÝ UNIKÁT: GENERÁCIA BUDOVATEĽOV



LEGENDÁRNE „KOČKY“ A SVOJPOMOC

Domy si nestavali na hypotéku, ale vlastnoručne s pomocou susedov.



DŽÍNSY ZA MESAČNÚ VÝPLATU

Móda bola symbolom statusu a džínsy stáli celú mesačnú mzdu.



ŽIVOT V DVOCH SVETOCH

Pred '89: Pád komunizmu
Po '89: Dve odlišné kariéry
Zažili pád komunizmu a museli si vybudovať dve odlišné kariéry.

POROVNANIE POSUNU SLOVENSKÝCH BOOMEROV

BÝVANIE



Svojpomocná výstavba (akcie „Z“)

TECHNOLÓGIE



Od života bez telefónu po AI

SOCIALIZÁCIA



Pionierske tábory a komunitná súdržnosť

- Boomers sú **najbohatšia generácia v histórii** – vlastní viac ako 50% svetového majetku
- Napriek tomu, že ich považujeme za „technologicky zaostalých“, Boomers sú **najrýchlejšie rastúcou skupinou používateľov sociálnych médií** – najmä Facebook a YouTube
- Slovo „workaholic“ vymysleli práve Boomers – v roku 1971, Wayne Oates
- Boomers zmenili svet: feminizmus, občianske práva, environmentálne hnutie – to všetko začali oni
- Na Slovensku a v Česku Boomers zažili **pád komunizmu vo veku 25 – 43 rokov** – čo znamená, že prvú polovicu života žili v jednom systéme a druhú v úplne inom
- Pražská jar 1968 – mnohí SK/CZ Boomers verili v „socializmus s ľudskou tvárou“ a jeho potlačenie ich poznačilo na celý život
- Boomers sú generácia, ktorá prešla **najviac technologickými zmenami** – od života bez telefónu cez prvý televízor až po smartfón a AI
- V USA sa každý deň 10 000 Boomers dožíva 65 rokov – tento trend trvá od roku 2011 a potrvá do roku 2029
- SK/CZ špecifikum: Mnohí Boomers majú dve kariéry – jednu pred rokom 1989 (v socialistickom systéme) a druhú po ňom. Toto je unikátna skúsenosť, ktorú západní Boomers nemajú.
- Sú najväčšími „adoptérmi technológií“ (Technology adopters) v oblasti **Facebooku** – dnes je to ich **primárna sieť na kontakt s rodinou**.

Generácia „Akcie Z“ a svojpomocných domov

- Na rozdiel od západných Boomerov, ktorí si domy kupovali na hypotéku, slovenskí Boomeri si ich postavili vlastnými rukami.
- Zdedili po Mlčiacej generácii silnú komunitnú súdržnosť. Keď sa staval dom, prišla celá rodina, susedia aj kolegovia z práce (tzv. „výpomoc“).
- Fun fact: Väčšina tých ikonických štvorcových „kociek“ s plochou strechou, ktoré vidíte na slovenských dedinách, sú dielom Boomerov. Ich najväčšou pýchou nebol stav bankového konta, ale fakt, že „majú vykryté“ (dostavanú hrubú stavbu).

Tuzexoví rebeli v dederonových košeliach

- Móda a status boli pre túto generáciu kľúčové, ale extrémne ťažko dostupné. Boomeri boli tí, ktorí zaviedli kult „džínsov za mesačnú výplatu“.
- Po Mlčiacej generácii, ktorá poznala len nedostatok a vojnový prídel, chceli Boomeri vyzerat' svetovo.
- Ak chcel byť mladý slovenský Boomer v 70. rokoch „in“, musel mať buď bony do Tuzexu na pravé Levisky, alebo nosiť dederonovú košeľu (nemecký nylon). Paradoxom bolo, že hoci boli tieto košele nepriedušné a človek sa v nich potil ako v igelite, boli symbolom modernosti, lebo sa nemuseli žehliť!

Pionierske tábory ako prvý „sociálny networking“

- Zatiaľ čo dnešné generácie majú TikTok, slovenskí Boomeri mali pionierske šatky a letné tábory.
- Mlčiaca generácia ich učila, že jednotlivec neznamena nič, ale celok všetko.
- Pre slovenských Boomerov boli pionierske tábory miestom prvej slobody (ďaleko od rodičov). Mnohé celoživotné priateľstvá a manželstvá vznikli pri táborákoch pri speve piesní, ktoré boli povinnou jazdou, no mladí si do nich tajne domýšľali vlastné, ironické texty.

„Vedeli ste, že... Generácia X: „Neviditeľná“ sila, ktorá hýbe svetom

„Globálni architekti a lídri“

„Zabudnutí“ vládcovia sveta

Hoci sú počtom najmenšou generáciou, dnes riadia drvivú väčšinu svetových firiem a vlád.



Skutoční tvorcovia internetu

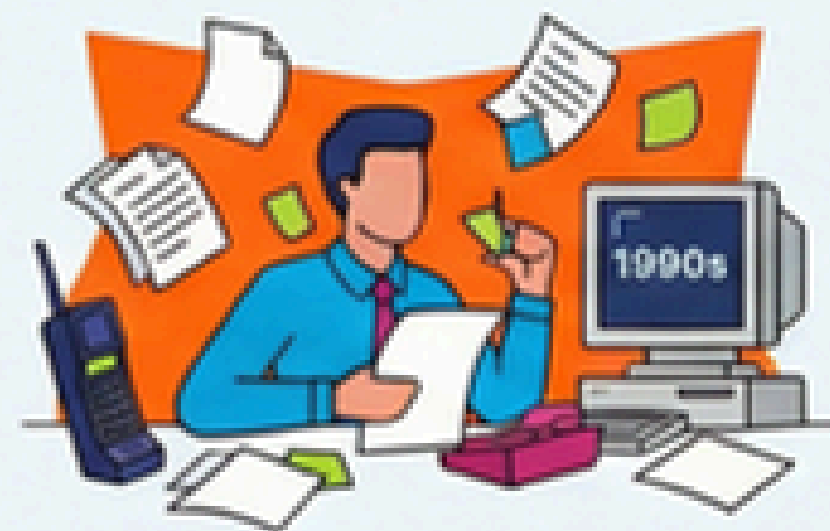
Zakladatelia gigantov ako Google, Amazon a Netflix patria práve do Generácie X.



Herní priekopníci

Ich vášeň pre arkádové hry vytvorila herný priemysel s hodnotou cez 200 miliárd dolárov.

„Slovenské špecifiká a životný štýl“



Podnikatelia z éry chaosu

Slovenskí „X-kári“ vybudovali firmy v 90. rokoch bez pravidiel, kapitálu či vzorov.



Majstri trpezlivosti a „Mixed Tapes“

Vytvorenie jedného 90-minútového playlistu na kazetu im v minulosti trvalo presne 90 minút.



Sendvičová generácia

Sú pod tlakom, pretože sa súčasne starajú o svojich rodičov aj dospelávajúce deti.

„Generácia X: V skratke“



Pôvod názvu: Z románu D. Couplanda (1991) ako „neznáma“ generácia



Vzťah k tech: Žili bez mobilov do dospelosti, no dnes ich pine ovládajú.



Vernosť: Najlojálnejší zákazníci; ak značke dôverujú, zostávajú verní.

- Gen X je „**zabudnutá generácia**“ – je najmenšia počtom (medzi veľkými Boomers a Millennials), no práve ona dnes riadi väčšinu firiem a vlád
- Gen X **vymyslela internet** tak, ako ho poznáme
- Hoci sú „neviditeľnou generáciou“, tvoria drvivú väčšinu dnešných CEO a majiteľov firiem.
- Zakladatelia Googlu (Larry Page, Sergey Brin), Amazonu (Jeff Bezos), Netflixu (Reed Hastings) – všetci Gen X
- Sú „**sendvičová generácia**“ – starajú sa súčasne o starnúcich rodičov (Boomers) aj o deti (Millennials/Gen Z)
- Gen X je najvzdelanejšia generácia svojej doby – prvá, kde väčšina absolvovala vysokú školu
- Napriek reputácii cynikov sú Gen X **najlojálnejší zákazníci** – keď si nájdú značku, ktorej dôverujú, zostávajú jej verní
- SK/CZ špecifikum: Gen X na Slovensku a v Česku zažila ako deti/tínedžeri pád komunizmu – táto skúsenosť ich formovala úplne inak ako ich rovesníkov na Západe. Zrazu mali slobodu, ale aj chaos, privatizáciu a ekonomickú neistotu 90-tych rokov
- Mnohí SK/CZ Gen X-eri **vybudovali firmy od nuly v 90-tych rokoch** – v čase, keď neexistovali pravidlá, kapitál ani vzory. Preto sú tak pragmatickí a sebestační
- Gen X je generácia, ktorá žila **bez mobilov do dospelosti** – a napriek tomu ich dnes plnohodnotne využíva. To im dáva unikátnu perspektívu „pred a po“
- Zaujímavosť: Výraz „Generation X“ pochádza z románu Douglasa Couplanda z roku 1991 – generácia bez mena, bez definície, „X“ ako neznáma

Generácia „10 000 hodín“ pri videohrách

- Gen X nie sú len pasívni konzumenti, sú to králi arkád.
- Odhaduje sa, že priemerný tínedžer z Gen X v USA a Európe nahádzal do arkádových automatov v 80. rokoch v priemere 7 dolárov týždenne (čo boli vtedy veľké peniaze, u nás by to boli desiatky korún v maringotkách s hrami).
- Táto generácia "prehrala" miliardy mincí v hrách ako Pac-Man alebo Space Invaders. Práve **vd'aka nim vznikol herný priemysel**, ktorý má dnes hodnotu cez 200 miliárd dolárov – viac než filmový a hudobný priemysel dokopy.

Majstri 90-minútových „Mixed Tapes“

- Pred Spotify a playlistami existovala fyzická drina.
- Typická audiokazeta (C90) mala 90 minút (45 na každej strane).
- Vytvoriť jeden „playlist“ pre frajerku alebo kamoša trvalo presne 90 minút reálneho času, pretože si to musel nahrávať v reálnom čase z rádia alebo inej kazety. Ak moderátor do pesničky prehovoril v 89. minúte, celá tvoja snaha vyšla navnivoč. Gen X je generácia s najväčšou trpezlivosťou na svete!

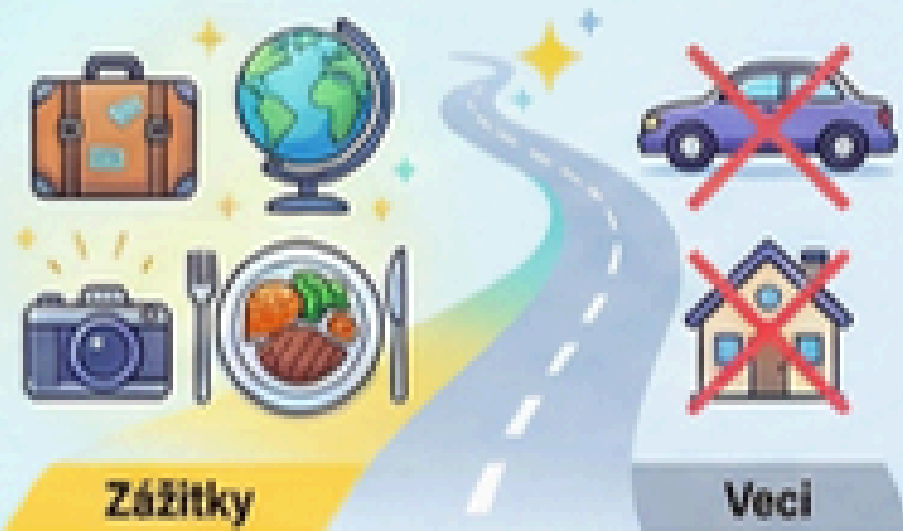
Zrod MTV a „Video zabilo hviezdu“

- Gen X je prvou vizuálnou generáciou hudby.
- Keď 1. augusta 1981 spustili MTV, prvý videoklip sa volal „Video Killed the Radio Star“. V tom čase ju mohlo sledovať len niekoľko tisíc ľudí, no do konca 80. rokov už bola v 60 miliónoch domácností.
- Naši „X-kári“ síce MTV dlho nemali, ale mali reláciu Triangel alebo Piesne z obrazovky. Číslo sledovanosti týchto pár hitparád dosahovali na Slovensku takmer 100 % vtedajšej mládeže, pretože to bol jediný spôsob, ako vidieť, čo sa nosí a ako sa tancuje.

Vedeli ste, že...? Generácia Y (Millennials)

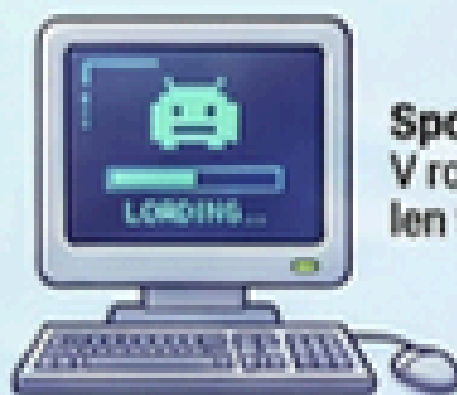
Mileniáli (Generácia Y) tvoria dnes jadro slovenskej pracovnej sily. Sú to digitálni pionieri, ktorí zažili prechod z analógového sveta do digitálneho, pričom v živote uprednostňujú zmysel a zážitky pred hromadením majetku.

ŽIVOTNÝ ŠTÝL A SLOVENSKÉ UNIKÁTY



Zážitky majú prednosť pred vecami:
Mileniáli radšej investujú do cestovania a gastronómie než do áut či nehnuteľností.

Rekordéri v „Mama hotel“:
Mladí Slováci opúšťajú rodičovský dom v priemere až vo veku 30,8 roka.



Spomienky na internetový pravek:
V roku 2000 malo prístup k internetu len 9,4 % slovenských domácností.



Rok 2000

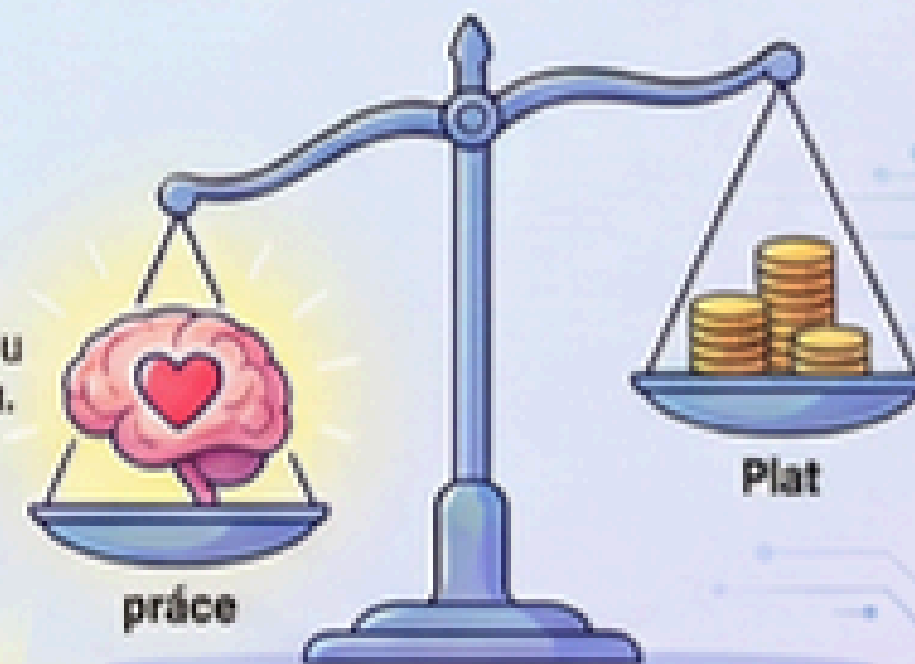
Priemerná mzda:
cca 380 € (11 400 Sk)
Cena bytov:
Relatívne dostupnejšie

Rok 2024/25

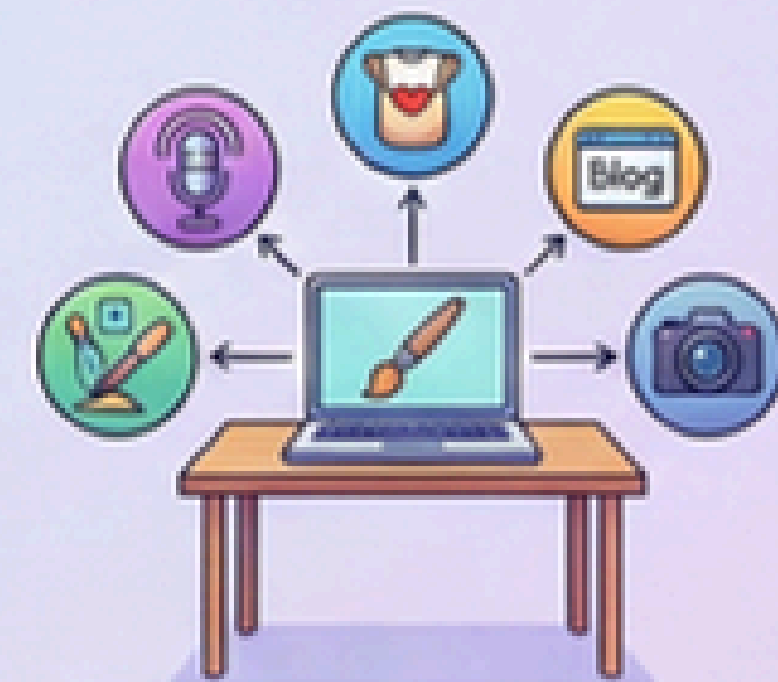
Priemerná mzda:
1 524 €
Cena bytov:
Nárast o viac ako 100 % (za 10 r.)

PRÁCA, HODNOTY A KOMUNIKÁCIA

Zmysel práce
Až 75 % mileniálov by prijal nižší plat výmenou za zmyslupnejšiu prácu.



Najväčšia sila na trhu práce:
Od roku 2016 tvoria mileniáli najpočetnejšiu skupinu pracujúcich.



Fenomén „Side Hustle“:
Bežným životným štýlom sa stalo budovanie vedľajších zárobkových projektov k hlavnej práci.

- Millennials sú **najväčšia generácia na trhu práce** – predbehli Boomers okolo roku 2016 a dnes tvoria jadro pracovnej sily
- Napriek prezývke „lenivci“ pracujú Millennials **v priemere viac hodín týždenne** ako predchádzajúce generácie – len chcú vedieť **PREČO**
- Millennials sú **prvá generácia, ktorá bude mať nižší životný štandard ako ich rodičia** (v mnohých západných krajinách) – preto je pre nich zmysel tak dôležitý
- **75% Millennials** by prijalo zníženie platu výmenou za zmyslupnejšiu prácu (štúdia Deloitte)
- Millennials **míňajú viac na zážitky ako na veci** – čo zmenilo celé odvetvia (cestovanie, reštaurácie, events vs. autá, nehnuteľnosti)
- SK/CZ špecifikum: Slovenskí a českí Millennials boli prvou generáciou, ktorá mohla slobodne cestovať, študovať v zahraničí a pracovať v EÚ – to im dalo globálne myslenie, no zároveň mnohí odišli (tzv. „brain drain“)
- Millennials vymysleli „side hustle“ (**vedľajší zárobkový projekt**) ako životný štýl – dnes má viacero zdrojov príjmu bežné
- Millennials dostali prezývku „Boomerang generation“ – mnohí sa po štúdiu vrátili bývať k rodičom kvôli vysokým cenám nehnuteľností. Na SK/CZ je toto ešte výraznejšie – viacgeneračné bývanie je tu kultúrne akceptovanejšie
- Millennials zakladajú firmy neskôr ako predchádzajúce generácie – priemerný vek zakladateľa startupu je 34 rokov (nie 20-ročný génus v garáži)
- Sú prvou generáciou, ktorá začala masovo uprednostňovať zážitky (cestovanie, jedlo) pred vlastným nehnuteľnosťami či autami.

Fenomén „Mama Hotel“ (Slovenský unikát)

- Slovenskí mileniáli sú európskymi rekordérmi v dĺžke bývania u rodičov.
- **30,8 roka** - to je priemerný vek, v ktorom mladí Slováci opúšťajú rodičovský dom. Kým napríklad Fíni odchádzajú v 21 rokoch, naši mileniáli zostávajú doma o takmer dekádu dlhšie.
- Až 70 % mladých Slovákov do 34 rokov stále žije v „mama hoteli“. Dôvodom nie je len pohodlie (vypraté, navarené), ale najmä fakt, že ceny bytov u nás za posledných 10 rokov stúpili o viac ako 100 %.

St'ahovanie internetu cez „pevnú linku“

- Mileniáli sú generácia, ktorá zažila internetový pravek na vlastnej koži.
- **9,4 %** - iba toľko domácností malo na Slovensku prístup k internetu v roku 2000.
- Ak si bol mileniál a chcel si si pozrieť výsledky futbalu alebo napísať na Pokec, musel si odpojiť telefón a počúvať známe „pískanie“ modemu. Jedna hodina na internete cez dial-up vtedy stála približne 60 korún (cca 2 €), čo bolo vtedy vreckové na celý týždeň. Dnes priemerný mileniál spotrebuje cez mobil stovky gigabajtov mesačne „zadarmo“.

Skok v platoch (Z korún na eurá)

- Mileniáli sú generácia, ktorá začínala pracovať v úplne inom finančnom vesmíre.
- O 7,5-násobok sa zvýšila priemerná mzda na Slovensku od roku 1993 po dnešok.
- Keď starší mileniáli brigádovali v roku 2000, priemerný plat bol cca 380 € (11 400 Sk). Dnes je priemerná mzda (rok 2024/25) na úrovni 1 524 €.
- Hoci zarábajú oveľa viac ako ich rodičia, ich kúpna sila pri nehnuteľnostiach je kvôli cenám bytov paradoxne nižšia.

Vedeli ste, že...? Generácia Z pod lupou

Kľúčové fakty a unikátne správanie mladých ľudí na Slovensku: digitálne zvyky, práca a životný štýl.

DIGITÁLNY SVET A POZORNOSŤ



8 sekúnd na rozhodnutie

Priemerný čas pozornosti, kým Gen Z vyhodnotí, či je pre nich digitálny obsah zaujímavý.



TikTok namiesto Google

Až 40 % mladých dnes hľadá informácie priamne cez sociálne siete, nie cez vyhľadávače.



60 dní v roku online

Slovenská Gen Z trávi na sociálnych sieťach v priemere viac ako 4 hodiny denne.

PRÁCA, HODNOTY A ZMENA ŽIVOTNÉHO ŠTÝLU



50 – 60 % s vlastným projektom

Viac ako polovica mladých Slovákov si zarába cez „side hustle“ mimo školy či brigády.



Hodnoty sú viac ako plat

65 % Gen Z preferuje prácu vo firme s pozitívnym spoločenským dopadom.

GENERÁCIE V POROVNANÍ



Generácia Z



Komunikácia: 75 % preferuje text (čít)



Fluktuácia v práci: Priemerne 18 mesiacov



Pozornosť: 8 sekúnd



Predchádzajúce generácie



Preferencia telefonátov (Boomers)



Stabilita v jednej firme (40 rokov)



12 sekúnd (Millennials)



Koniec klasických nerestí

Spotreba alkoholu a cigariet u mladých Slovákov klesá o 25 – 30 % oproti predchádzajúcim generáciám.



- 60% Gen Z má **priemernú pozornosť 8 sekúnd** – o 4 sekundy menej ako Millennials. Nie preto, že sú menej inteligentní, ale preto, že sa naučili filtrovať informácie rýchlejšie
- **65% Gen Z-ky** hovorí, že by radšej pracovala pre firmu s pozitívnym spoločenským dopadom aj za nižší plat (štúdia LinkedIn)
- Gen Z je **najlepšie vzdelaná generácia v histórii** – väčší podiel vysokoškolsky vzdelaných ako ktorákoľvek predchádzajúca generácia
- Napriek reputácii „lenivých“ – Gen Z **zakladá firmy vo veku 17–23 rokov** častejšie ako Millennials v rovnakom veku
- **Gen Z nenávidí telefonáty** – 75% preferuje textovú komunikáciu pred hovorom. Pre Boomers je to nepochopiteľné.
- SK/CZ špecifikum: Slovenská a česká Gen Z vyrastala v prostredí, kde rodičia (Gen X) zažili transformáciu – preto sú paradoxne finančne opatrnejší ako ich západní rovesníci a viac myslia na istotu
- Gen Z je **prvá generácia, ktorá nepozná svet bez internetu** – pre nich je „ísť offline“ rovnako zvláštne, ako by bolo pre Boomers „žiť bez elektriny“
- Gen Z na SK/CZ je oveľa menej aktivistická ako na Západe – namiesto pouličných protestov preferujú online aktivizmus a petície
- Gen Z mení pracovný trh – **priemerná fluktuácia je 18 mesiacov**. Nie preto, že sú nelojálni, ale preto, že hľadajú miesto, kde im rozumejú
- „**Quiet quitting**“ (tiché odchádzanie) – fenomén, ktorý Gen Z pomenovala, ale existoval vždy. Rozdiel je, že oni o tom hovoria nahlas
- Gen Z strávi na smartfóne v priemere 6 a viac hodín denne, pričom 40 % z nich radšej **hľadá informácie na TikToku** než na Google.

Pozornosť kratšia ako u zlatej rybky?

- Gen Z je generácia "scrollovania". Ich mozog filtruje informácie bleskovo.
- **8 sekúnd** - presne toľko trvá priemernému Gen Z, kým sa rozhodne, či je obsah (video, článok, reklama) hodný jeho pozornosti.
- Mileniáli mali tento limit na úrovni 12 sekúnd.
- Ak tvoje video nezaujme v prvých 8 sekundách, Gen Z ho mentálne vypne. Sú to majstri v ignorovaní irelevantného obsahu.

Digitálni domorodci na Slovensku

- Slovenská Gen Z je online prakticky neustále.
- 98 % mladých Slovákov v tejto kategórii vlastní smartfón a má prístup k vysokorýchlostnému internetu.
- Priemerný čas strávený na sociálnych sieťach u slovenskej Gen Z presahuje 4 hodiny denne. Ak to prepočítame na rok, strávia na sieťach približne 60 celých dní.
- Na rozdiel od Gen X, ktorá internet "zapínala" (dial-up), Gen Z je v internete "ponorená" 24/7.

Koniec alkoholu a cigariet? (Generácia "Pure")

- Štatistiky ukazujú, že slovenská Gen Z je paradoxne oveľa "slušnejšia" ako ich rodičia z Gen X v ich veku.
- Pokles o 25 % – 30 % - spotreba alkoholu a fajčenie klasických cigariet u mladých Slovákov do 20 rokov dlhodobo klesá.
- Gen Z sa viac zaujíma o duševné zdravie a to, ako vyzerajú na sociálnych sieťach (nechcú byť odfotení opití).
- Miesto piva v krčme investujú do energy drinkov alebo vape-ov. Ich "neresti" sú digitálne a chemické, nie analógové ako u predchádzajúcich generácií.

Koniec 8-hodinovej šichty?

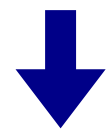
- 50 % až 60 % mladých Slovákov v tejto generácii plánuje alebo už má vlastný vedľajší projekt (tzv. side hustle), ktorým si zarába mimo klasickej brigády alebo školy.
- Či už je to predaj oblečenia cez Vinted, strihanie videí pre influencerov, správa sociálnych sietí alebo tvorba digitálneho umenia.
- Kým Boomeri hľadali stabilitu v jednej firme na 40 rokov, Gen Z verí, že mať "vajíčka v jednom košíku" (iba jedno zamestnanie) je príliš riskantné.



Kompletný systém pre lídrov, obchodníkov a podnikateľov, ktorí chcú rozumieť ľuďom na hlbšej úrovni. Spája dva kľúčové kódy – kto sme od prírody (DNA CODE) a v akom svete vyrastáme (GEN CODE). Keď tieto dva kódy spojíš, začneš rozumieť ľuďom tak, ako nikdy predtým.

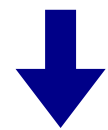
Ide o intenzívny, niekoľkomesačný proces zmeny návykov, ktorý prináša merateľné výsledky v raste výsledkov a efektivity tímov (často o 60 – 80 %).

NEXT GENERATION CODE



GEN CODE SALES

GEN CODE LEADER



NEXT LEVEL SALES

NEXT LEVEL LEADER



DNA CODE OF SUCCESS

