



Generation Zukunftsgestalter:in

Z wie Zukunft. Z wie Zivist. Z wie Zuversicht. „Kennen Sie die Bedürfnisse der Generation Z in der Arbeitswelt?“ epunkt hat gefragt und 117 Unternehmensvertreter:innen haben geantwortet, wie sie die Generation der (Arbeits) Zukunft einschätzen, wie die Stimmung in Unternehmen ist und welche Benefits Unternehmen bieten. Wir servieren Ihnen die Antworten und spannenden Input aus der Wissenschaft und von Gen Z-Kennern. Alles klar, Sherlock?





Inhalt

1 Intro Generation Z: Mit wem haben wir es hier zu tun?

2 Big Challenge: Arbeitsmarkt meets Generation Z

3 Schau mal, wer da kommt: Digital Natives 2.0

4 Generation Krise? Von einem Dilemma zum nächsten

5 „Mindestens genauso leistungsfähig. Aber anders zu motivieren“

6 An Unternehmen: Die Gen Z bloß nicht ignorieren

7 Mehr als Obstkörbe: Die wichtigsten Benefits für die GenZ

8 Und last but not least: müssen wir tanzend rekrutieren?



Intro Generation Z: Mit wem haben wir es hier zu tun?

Wäre das Leben ein Konzert der Wünsche, wir alle hätten eine Paula. Eine Paula als Kollegin. Als Mitarbeiterin. Als Praktikantin. Überaus engagiert. Ruhig. Motiviert. Besonnen. Dynamisch. Paula macht bei epunkt im Marketing ihr Praktikum und eine großartige Arbeit in unserem Team. Paula macht alle unsere Grafiken und unser Büro schöner. Paula ist viel mehr: Sie entstammt einer Alterskohorte, die uns in den kommenden Jahren beschäftigen wird: Die Generation Z.

Von den 9.027.999 Menschen, die in Österreich leben, sind 1.195.381 zwischen 1995 und 2009 geboren (Todesfälle und Todgeburten ausgenommen). Sie gehören der Generation Z, kurz Gen Z, an. Wie alle Neuzugänge – egal ob im Job, in der Familie oder im Turnverein – werden die Newcomer am Arbeitsmarkt genau beäugt. Mehr noch. Über die Generation Z wird viel geschrieben. Inklusive Klischees.

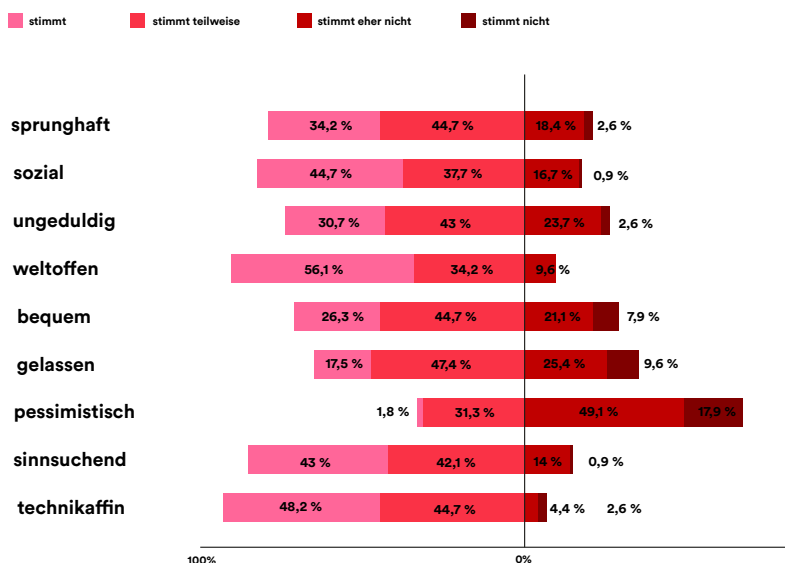
epunkt hat nachgefragt – Teil 1:

Um die Ist-Situation in Unternehmen besser kennenzulernen, haben wir Unternehmer:innen und Personalvertreter:innen gefragt: Kennen Sie die Bedürfnisse der Generation Z in der Arbeitswelt?

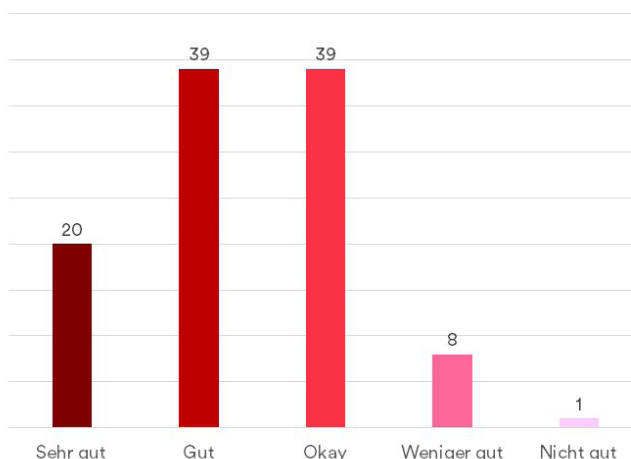
Wir wollten abtasten, wie das Empfinden gegenüber den Jüngsten am Arbeitsmarkt ist. Und wir wollten wissen, mit welchen Eigenschaften die Generation Z in Verbindung gebracht wird:

Das Ergebnis: knapp 60 Prozent kommen sehr gut oder gut mit den ab 1995 Geborenen klar. Weniger als zehn Prozent haben negative Erfahrungen gemacht.

Mit welchen Eigenschaften bringen Sie die Gen Z in Verbindung?



Die Gen Z wird von den Befragten grundsätzlich mit positiven Attributen charakterisiert: weltoffen, technikaffin und sozial. Die eher negativ konnotierten Eigenschaften wie ungeduldig, sprunghaft und bequem wurden von mehr als zwei Drittel als zutreffend bewertet. Weniger als ein Drittel der Befragten beurteilt die Gen Z als pessimistisch. Damit fällt die Beurteilung positiver als allgemeine Behauptungen aus.





Dass nicht jedes zwischen 1995 und 2009 geborene Individuum den Gen Z-Verallgemeinerungen entspricht, hat Paula im epunkt Praktikum vorgelebt. Sie hat dieses hartnäckige Vorurteil, dass die Arbeitsmoral der Jungen niedrig sei, eindeutig widerlegt.

Dennoch – im Vergleich zu früheren Generationen ...

... ist der Wertekompass der Gen Z anders ausgerichtet.

... unterscheidet sich das Verhalten – auch in der Berufsauswahl – im Vergleich zu früheren Generationen stark.

» Die Generation Z
Der Begriff Gen Z oder „Zoomers“ im Angloamerikanischen meint die Generation Z und beschreibt die Alterskohorte der zwischen 1995 und 2009 Geborenen. Die zeitliche Klassifikation ist nicht immer exakt. Die Generation Z folgt der Generation Y und wird auch als Generation Smartphone, Digital Natives 2.0 oder Post-Millennials bezeichnet.

Big Challenge: Arbeitsmarkt meets Generation Z

Allgemein wird die Gen Z kritisiert, sehr anspruchsvoll zu sein – auch im Job. Bereits vor Berufseinstieg wiegen die Jungen stark ab, ob sich der Aufwand lohnt. Es fällt ihnen – getrieben durch den Zeitgeist – schwerer, sich langfristig auf etwas einzulassen, auch auf einen Job. Die Loyalität schwindet – ein Verhalten, das bereits die Vorgängergeneration – die Millennials charakterisiert.

Was die künftigen Arbeitnehmer:innen aus dem Selfiezeitalter speziell macht: ihr Wert auf dem (Arbeits-)Markt. Der ist enorm. Dass sie begehrt sind, wissen die Z-ler. Ihnen spielen zwei Entwicklungen in die Karten: **Demographie & Digitalisierung**.

Der Wettkampf und die Boomer

Aktuell stammen 22 Prozent der österreichischen Erwerbstätigen aus der Gen Z. Der Wettkampf um die Gunst der Gen Z geht auf die 1960er Jahre zurück. Mitte dieses Jahrzehnts war ein Babyboom in Österreich: 1963 war der Höhepunkt mit 134.809 Geburten. Aus der Hochkonjunktur ging die Generation Babyboomer hervor. Inzwischen verabschiedet sich diese Kohorte nach durchschnittlich 35,5 Jahren Erwerbstätigkeit sukzessive in die Pension. Insgesamt sind knapp 2,9 Millionen Österreicher:innen in Pension, gleichzeitig sind 4,3 Millionen in Österreich erwerbstätig. Durch den Rückgang der Geburten – kommt es in den kommenden Jahren zu einem enormen **Arbeitskräftemangel**. Obwohl ab 2024 die gesetzliche Altersgrenze für den Pensionsantritt gehoben wird, kann die Lücke nicht geschlossen werden, prognostiziert das Wirtschaftsforschungsinstitut, kurz Wifo.

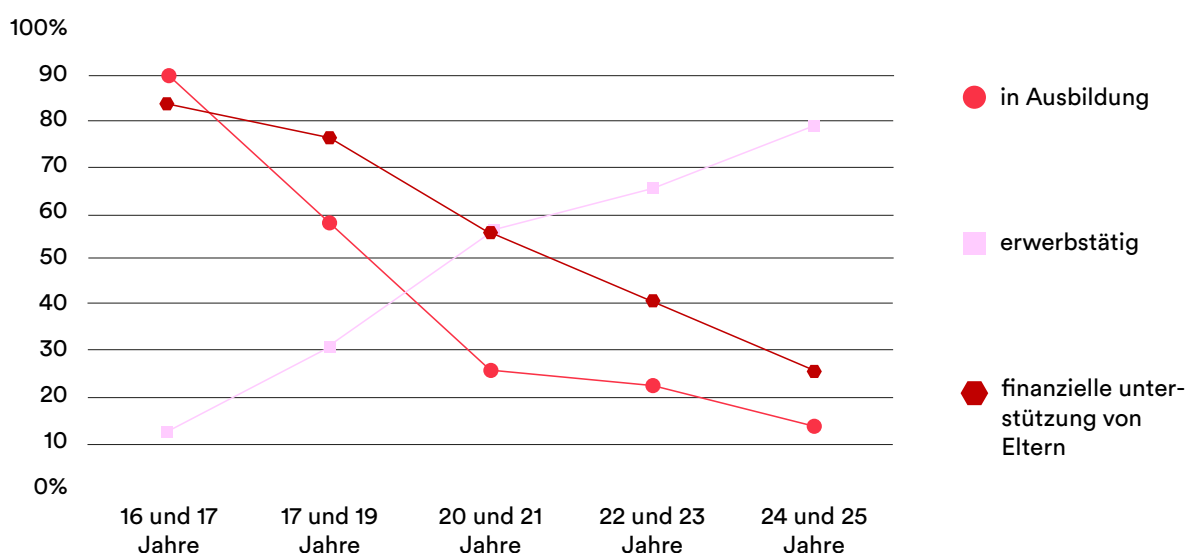


Ihr Knowhow ist ihr Wettbewerbsvorteil

Die Nachrückenden haben besondere Assets: Sie sind digitalaffin. Es ist die erste Generation, die mit dem Smartphone aufgewachsen ist. Social Media und Onlinetools kennen die „Zoomer“ besser als die Generationen vor ihr. Sie sind im Zeitalter der Digitalisierung begehrenswert. Unternehmen brauchen im **Technologiewandel** Menschen, die Prozesse anstoßen und Etabliertes hinterfragen. Ein Grund mehr sich mit den Jüngsten am umkämpften Arbeitsmarkt auseinanderzusetzen. Bereit?



Status Gen Z in Österreich



Status Quo der Gen Z in Österreich

Wie groß der Anteil der Auszubildenden, der Erwerbstätigen und jener, die von den Eltern abhängig sind, wurde vom Musiksender Ö3 & vom Meinungsforschungsinstitut SORA in der Studie „So kann es nicht weitergehen“ im Frühjahr 2022 unter 24.000 Menschen zwischen 15 und 25 Jahren erfragt.

Quelle: Umfrage Ö3/ORF & SORA



Schau mal, wer da kommt: Digital Natives 2.0

Um Praktikantin Paula und ihre Generation besser zu verstehen, für Jobs zu motivieren und an Unternehmen zu binden, braucht es aber eine tiefgreifende Auseinandersetzung mit Paulas Alterskohorte. Also: we need to dig deeper. Um Denken & Handeln besser einordnen zu können, haben wir hier ein paar wertvolle Facts:

- Die Gen Z hat zwischen 1995 und 2005 das Licht des Kreissaals erblickt. Ihre ersten Schritte wurden von analogen Kameras aufgenommen, ihr Aufwachsen ist/war von Smartphones, Apps, Clouds begleitet.
- Ihre Eltern vereinbarten in deren Jugend Treffen per Haustelefon. Für die Gen Z funktionieren Organisation, Kommunikation und Informationsfluss beinahe ausschließlich via Social Media.
- Ihre Eltern besaßen Musik und Filme auf Datenträgern, die sie auf Kassetten-, CD-, MP3-Playern und Videorekordern abspielten. GenZ streamt: Podcasts, Songs, Videos werden abgerufen, geschaut, gehört, weggeklickt.
- Die Eltern büffelten über Büchern und Heften. Die Gen Z sucht Nachhilfe im Internet. Zauberwort Tutorials.
- Die Gen Z ist es gewöhnt sofort und ständig Feedback zu bekommen. Durch Links oder 😊 😞 ❤️!!
- Die Gen Z kennt die virtuelle Welt und ihr Risiko – auch wenn sie vor negativen Erfahrungen im Internet oft nicht gefeit ist. 16-Jährige, kann die Autorin bestätigen, sind sich ihrer Persönlichkeitsrechte oft bewusst und können mit **Datenschutz** wesentlich besser umgehen als Ältere.

Die GenZ-ler wissen in jungen Jahren um die **Trennung zwischen Virtuell und Real**: Womit wir wieder bei Paula sind, die ihre Mittagspause gerne zurückgezogen verbringt. Nicht, weil sie nicht sozial kompatibel ist – im Gegenteil. Sie nimmt sich ihren Freiraum, hört Podcasts. Andere Gleichaltrige wählen den analogen Ausgleich und greifen zum Buch.

Wie die Gen Z sonst tickt - in einem Bild zusammengefasst:



Neben den Eigenschaften gibt's ein weiteres Erkennungsmerkmal: Die Sprache. Die Gen Zler (und Millennials) sagen Ok, Boomer. Oder kommentieren mit „No Shit Sherlock“ - ein sarkastischer Hinweis oder die ironische Antwort auf eine Erklärung, für die es keinen Sherlock Holmes gebraucht hätte. Pssst! Hat uns Paula verraten. 😊



Welche Sozialen Netzwerke nutzen Jugendliche?

Ein Zahlenspiel der Plattform Saferinternet.at. [In ihrem Jugendmonitor](#) werden aktuelle Daten zur Social-Media-Nutzung von Österreichs Jugendlichen gesammelt.

Meistgenutzte Soziale Netzwerke: WhatsApp (96 Prozent) vor YouTube (95 Prozent), Instagram (81 Prozent) und TikTok (+13 Prozentpunkte).

Generation Krise? Von einem Dilemma zum nächsten

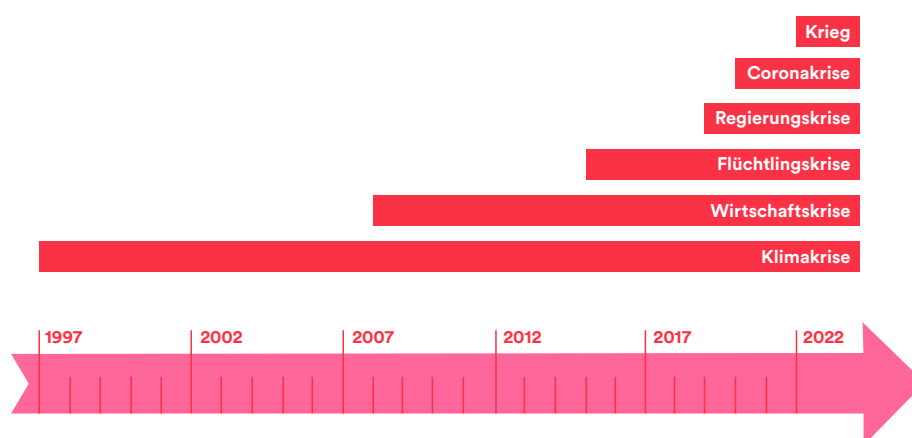
Im Moment leben. Im Hier und Jetzt sein. Die Lebensphilosophie vieler Gen Zler scheint von Kalendersprüchen kopiert zu sein. Nicht verwunderlich, die Generation ist mit Langzeitkrisen groß geworden: Finanz- und

Eurokrise, Flüchtlingskrise, Klimakrise, Politikkrise, Ukrainekrise und eine seit März 2020 andauernde Pandemie, die sich durch die Isolation in diversen Lockdowns und fehlende Strukturen im Tagesablauf auch auf die psychische Gesundheit vieler junger Menschen negativ ausgewirkt hat.

Waren es 2019 noch die Ängste vor einer persönlichen Erkrankung oder, dass jemandem aus der Familie oder Freund:innen etwas zustößt, so sind es heute das Klima, psychische Probleme, finanzielle Sorgen, die der jungen Generation besonders zu schaffen machen.

Für die Generation Z sind langfristige Planungen kaum machbar, sogar sinnlos. Sparbücher – niemals. Bausparverträge, wie zu Zeiten der Eltern- und Großelterngenerationen – unvorstellbar. Das verändert die Denk- und Lebensweise: Die Gen Z glaubt nicht mehr daran, dass sie sich mit ihrer Erwerbsarbeit auch mittel- und langfristig finanziell absichern können. Das besagt eine weltweit durchgeführte Studie des globalen Wirtschaftsprüfungskonzern [Deloitte](#).

Die Krisen der jungen Generationen



Quelle: Umfrage Ö3/ORF & SORA

Ein grober Überblick über die Krisen und Herausforderungen, mit denen die Generation Z in Österreich direkt oder indirekt konfrontiert ist.



Gestärkt aus Krise

Für die zwischen 1995 und 2009 Geborenen ist Covid die Krise ihrer Altersgruppe – die Pandemie hat ihre Bildungslaufbahn, das Ende ihrer Ausbildung und den Eintritt in die Arbeitswelt stark beeinflusst. Trotzdem – die Generation ist krisenresistent, sagt Beate Großegger, wissenschaftliche Leiterin und Sozialforscherin vom Österreichischen Institut für [Jugendkulturforschung](#). Sie sagt: „Jugendliche gehen teilweise sogar gestärkt aus der Krise heraus.“ Die Gen Z würde neue Fähigkeiten erlernen, mehr Selbständigkeit erlangen.



Studien von Ö3/Sora, Tui & Deloitte zeigen, dass sich die Jungen stark engagieren, zB für Klima oder Nachhaltigkeit. Noch nicht absehbar sind die aktuellen Herausforderungen: die enorme Inflation und die Energiekrise. Zusammengefasst: Obwohl große Krisen gefühlt zum „New Normal“ werden, ist die Sehnsucht nach weniger Sorgen von Praktikantin Paula und ihrer Alterskohorte groß.

» „Die Generation Z ist nicht der große Problemfall, wie er oft in der öffentlichen Debatte dargestellt wird.“

*Beate Großegger, wissenschaftliche Leiterin
Institut Jugendkulturforschung, Wien*

„Mindestens genauso leistungsfähig. Aber anders zu motivieren“

Nun – wir haben eine Generation mit vielen Besonderheiten. Tausende junge Menschen, die auf den Arbeitsmarkt kommen. Und wir haben tausende Unternehmen, die Arbeitskräfte suchen. Wie kommen sie zusammen? epunkt hat **Generationenforscher Simon Schnetzer** zur Arbeitseinstellung der GenZ und warum nicht alle jungen Leute Karrierist:innen sein wollen, befragt. Der Deutsche befasst sich mit Generationen in unterschiedlichen Ländern, kennt also die Bedürfnisse der verschiedenen Alterskohorten besonders gut.

Was charakterisiert Ihrer Meinung nach die Generation Z?

Sie wollen Spaß, Sinn und Sicherheit. Anders als frühere Generationen haben sie das Gefühl, dass sie einen Anspruch darauf haben. Und tatsächlich haben sie gegenüber Arbeitgebern mehr Macht, da sie sehr gefragt sind.

Der Gen Z haften viele negative Vorurteile an. Wie würden Sie die ab 1995 Geborenen charakterisieren?

Sie sind nicht weniger leistungsbereit als frühere Generationen, doch man muss sie anders und



aufwändiger motivieren. Die Gen Z hat Angst davor, falsche Entscheidungen zu treffen und was viele als Unverbindlichkeit wahrnehmen ist eine neue Definition von „Entscheiden“. Es gibt eine Entscheidungsfindungs- und eine Entscheidungsbindungsphase. Um damit umzugehen, bedarf es einen Perspektivwechsel.

Umfragen ergeben, dass den jüngsten Arbeitskräften am Markt besonders ihr Freiheitsdrang und ihr Freizeitverlangen am Herzen liegen. Karrierist:in wollen sie nicht werden. Was bedeuten solche Voraussetzungen – sagen wir etwa 25 statt 40 Stunden arbeiten - für die Volkswirtschaft?

Wichtig ist, zu verstehen, warum das so ist. Junge Menschen der Generation Z setzen nicht darauf, dass sie irgendwann den Lohn der vielen Arbeit genießen können, sondern sie wollen es jetzt tun.

Worauf fußt diese Lebenseinstellung?

Aufgrund der vielen Krisen ist die Zukunft zu unsicher, erstens. Und zweitens musste die Gen Z in den letzten Jahren auf so vieles verzichten. Daher müssen viele Branchen ihre Geschäftsmodelle neu denken und sich darauf einstellen, dass immer mehr junge Beschäftigte 4- oder gar 3-Tage-Wochen fordern werden.

Welche Eigenschaften der Gen Z werden Unternehmen besonders zugutekommen?

Die Generation Z ist mindestens genauso leistungsfähig wie andere Generationen - wenn man versteht sie zu motivieren. Sie ist technisch geschickt und neugierig, was den Umgang mit neuen Tools und Formaten angeht. Sie hat einen neuen Blick auf digitale Geschäftsmodelle und Arbeitsweisen, der Unternehmen helfen kann, ihre Geschäftsmodelle zukunftsfähig zu machen. Die Generation Z hat eine klare

Werteorientierung, die Unternehmen helfen wird, ihre eigenen Werte auf den Prüfstand zu stellen und im Alltag zu leben. Sie hält Geschäftsführer:innen den Spiegel vor und entsagt sich der Übernahme von Verantwortung, solange das vorgelebte Chef:in-sein nicht mit der Work-Life-Balance vereinbar ist.

» „Junge Menschen der Generation Z setzen nicht darauf, dass sie irgendwann den Lohn der vielen Arbeit genießen können, sondern sie wollen es jetzt tun.“



*Simon Schnetzer,
Generationenforscher*

An Unternehmen: Die Gen Z bloß nicht ignorieren

Houston, wir haben ein Problem. Viele Unternehmen haben die Newcomer wie unsere Praktikantin Paula, die sich momentan mit ihrer Maturafacharbeit beschäftigt, (noch) nicht auf ihrem Radar. Oder nicht weit oben auf ihrer Agenda. Voreingenommene Unternehmer:innen denken vielleicht: Warum mit einer Gruppe junger Menschen beschäftigen, die irgendwann ihren Reifeprozess abgeschlossen und wie wir, ihre Flausen abgelegt hat? Falsch! Die Arbeitgeber:innen müssen auf die neuen Anforderungen mit der Generation Z adäquate Antworten finden.



Die Gen Z hat andere Prinzipien, zählt der deutsche Generationenforscher Christian Scholz in seinem Buch Generation Z auf:

- Klare Trennung zwischen Privatleben und Beruf. Die Gen Z sei die erste, die sich dagegen wehrt, dass das Arbeitsleben in die Privatwelt eindringe.
- Arbeit ist ein Mittel zum Zweck, reduziert auf den Zeitraum zwischen 9 und 17 Uhr. Sonntags arbeiten ist unattraktiv.
- Emotionale Bindung ans Unternehmen und Verantwortung werden eher abgelehnt.
- Traditionelle Wertemuster wie Leistungsstreben und Pflichterfüllung sind out.

Wunsch nach Stabilität

Dennoch, ein alter, vielleicht schon längst abgetaner Wert ist wieder gewünscht: Sicherheit. In einer beschleunigten Welt, in der alte Geschäftsmodelle von neuen Technologien ersetzt werden, sehnen sich die Gen Z nach Beständigkeit. Hinzu kommt, dass die jüngste Generation die massenhaften Entlastungen, befristeten Arbeitsverhältnissen und All-in-Verträge ihrer Vorgänger (im Kindesalter) erlebte. „Als Krisengeneration sehnen sich junge Menschen im Erwerbsleben heute mehr denn je nach Sicherheit“, sagt Soziologin Beate Großegger.

Die Studienautorin fasst zusammen:

- Arbeitsplatzsicherheit kommt vor Karrierechancen
- Eine wertschätzende Unternehmenskultur stehe über dem Gehalt.
- Ebenfalls hoch priorisiert: ein psychologisch adäquates Arbeitsumfeld.

Wechselwilligkeit einkalkulieren

Gleichzeitig wächst diese Generation mit dem Gedanken auf, dass **Jobhopping** nicht negativ ist. Wenn die Jungen keine Entwicklungsmöglichkeiten sehen, ist die Wechselwilligkeit umso höher. Knapp 40 % der Befragten der Deloitte Jugend-Job-Studie 2021 wollen ihren Arbeitsplatz in den nächsten zwei Jahren aufgeben, ebenso viele würden dies sogar ohne einen neuen Job tun. Nur ein Viertel hat vor, länger als fünf Jahre zu bleiben. Die Hauptgründe: schlechte Bezahlung, fehlender Sinn in der Arbeit, mangelnde Perspektiven, zu hohes Stresslevel und Angst vor Burnout.

Gutes Arbeitsklima & hohes Engagement

Für die junge „Generation Corona“ zählt, dass im Betrieb ein gutes Arbeitsklima herrscht, aber auch, dass sie sich mit ihren Kolleginnen und Kollegen gut verstehen. Was die GenZ im Berufsalltag auszeichnet, ist ihre Bereitschaft sich persönlich zu engagieren: Mehr als die Hälfte sagt, klimafreundlich zu leben. Mit diesem Verhalten wollen sie auch Arbeitgeber:innen konfrontieren: 38 % der Generation Z meinen, sie üben Druck aus, sich stärker für Nachhaltigkeit zu engagieren. „Wir sind eine aktivistische Generation, sei es beruflich oder gesellschaftlich“, sagt Yaël Meier. Die Schweizerin, 22 Jahre, ist Sprachrohr und eine der bekanntesten Repräsentantinnen der Generation Z.

Unternehmen müssen dieses Asset für sich nutzen und etwa dem Wunsch nach Engagement für Klimaschutz und Nachhaltigkeit nachkommen und zudem ihren gesellschaftlichen Mehrwert zeigen. Jene, die ihre Mitarbeitenden dabei einbinden und gemeinsam das Unternehmen weiterentwickeln, werden einen Wettbewerbsvorteil haben, besagt die erwähnte Deloitte-Studie.



» „Die Gen Z interessiert sich für Unternehmen, die etwas bewegen. Die durch ihre Dienstleistungen oder Produkte die Welt ein Stück weit voranbringen. Und die uns einen Weg aufzeigen, wie wir in dieser Firma Verantwortung übernehmen und etwas bewirken können.“

Zusammengefasst, junge Arbeitnehmer:innen wollen:

- faire Bezahlung
- Arbeiten und Freizeit – im Gleichgewicht
- persönliche Entwicklungsmöglichkeiten
- eine wertschätzende Unternehmenskultur

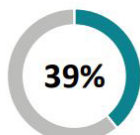


Yaël Meier,
Sprachrohr der Gen Z

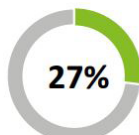
Those who would like to stay in their jobs beyond five years or leave within two:

	Austria Gen Zs		Austria millennials	
	2021	2022	2021	2022
Stay beyond 5 years	25%	25%	43%	44%
Leave within 2 years	47%	36%	30%	21%

Among the respondents who would like to leave their jobs within two years, the following would do so without another job lined up*:



Austria Gen Zs

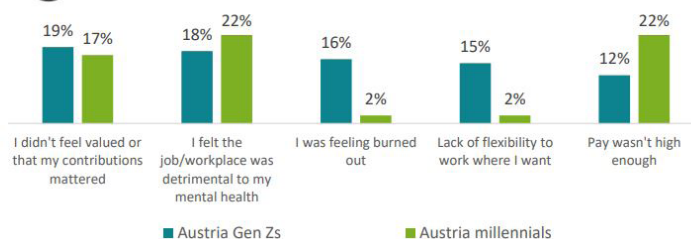


Austria millennials

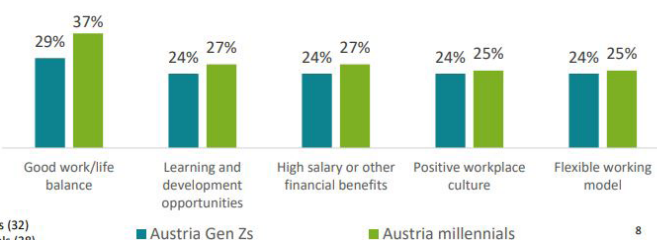
© 2022. For information, contact Deloitte Touche Tohmatsu Limited.

*Caution, small base millennials (32)
**Caution, small base millennials (38)

Top reasons Gen Zs and millennials left their organizations**:



Top reasons Gen Zs and millennials choose to work for an organization:



Jobwechsel: wie viele wollen gehen und warum?

36 Prozent der österreichischen Gen Z wollen innerhalb der kommenden zwei Jahre ihren Job wechseln (links oben). Die Top-Gründe, warum die Gen Z in Österreich kündigt (oben rechts): nicht wertgeschätzt fühlen, negative Auswirkung auf psychische Gesundheit, Burnout, mangelnde Flexibilität und zu geringe Bezahlung.

Quelle: Deloitte



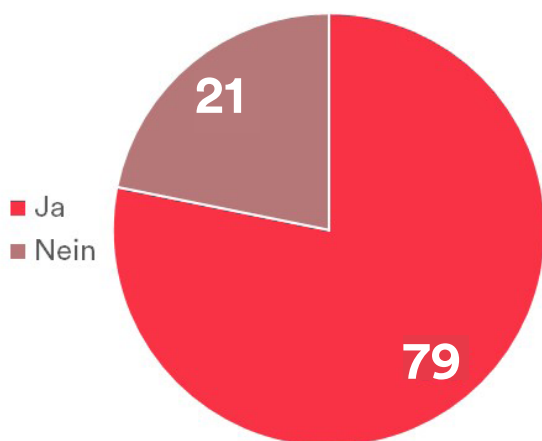
Mehr als Obstkörbe: Die wichtigsten Benefits für die GenZ

Um sich von den Mitbewerber:innen abzuheben und bei jungen Jobkandidierenden zu punkten, braucht es Besonderes & Zusätzliches. Wir sprechen von **Benefits**. Erstens, junge Menschen wie unsere Praktikantin Paula wollen von ihrer Arbeit leben, sich nicht zwischen prekären Jobverhältnissen oder schlecht bezahlten Praktika zermalmen lassen – auch in Zeiten steigender Inflation und mit hohen Lebenshaltungskosten, wie Perbox bestätigt. Die Plattform für Unternehmer:innen-Benefits zeigt auf: Individuelle Benefits, wie etwa Unterstützung im Studium, sind wichtiger als allgemeine Benefits. Und: Obstkörbe zählen hier nicht!

epunkt hat nachgefragt – Teil 2:

Ist ihr Unternehmen bereit, spezielle Benefits* zu bieten, die von der GenZ gefordert werden?

z.B. Digitalisierung, flexible Dienstzeiten, flexible Arbeitsplätze, moderne Kommunikationskultur



Eine Sammlung der Benefits, die in der epunkt-Umfrage genannt wurden:

Organisation:	Hybride Arbeitsplatzlösungen wie Homeoffice & Mobile Working & flexible Arbeitszeit / Gleitzeit ohne Kernzeit agile & eigenverantwortliche Arbeit / Möglichkeit in verschiedene Gebiete reinzuschneppen, um das eigene Herzensthema zu finden
Auszeit:	Sabbaticals & Ferien kaufen / unbezahlter Urlaub
Weiterbildung:	maßgeschneiderte Weiterbildung / persönliches Weiterbildungsbudget (fachlich & persönlich) / Benefits bei Studienabschluss / auf die Uni abgestimmte Arbeitszeiten & -arbeitspläne
Engagement:	Kinderhilfs-Projekte unterstützen/ sinnstiftendes soziales Engagement der gesamten Firma im Bereich Umwelt & Tiere
Mobilität:	Öffi-Zuschuss / Klimaticket / e-Dienstfahrzeuge
Gesundheit & Wohlbefinden:	Altersvorsorge / gratis Fitnessangebote / Essensgutscheine
Community:	Offsites (Treffen außerhalb der Büromauern) mit Erhol-Faktor / Unternehmensevents pro Quartal / moderne Kommunikationstools / Kommunikationsinseln /
Sonstiges:	Diversität / Transparenz / Prämien / Du-Kultur



Erheiternden Input wie folgenden wollen wir keinesfalls vorenthalten. Ein:e Umfrageteilnehmer:in nannte „**sehr viele Bananen** 😊“ als Benefit. **Money!** wurde ebenfalls genannt. Und weil Ehrlichkeit am längsten währt, wollen wir diesen Beitrag nicht vorenthalten: „**Wir suchen noch**“.

» **„Gemeinsames Frühstück und Betriebsausflüge lockt kein Gen Z Talent ins Team. Effizientes Arbeiten, damit mehr Zeit für Privatleben und Freizeit verfügbar ist, ist den Gen Z’lern wichtiger als Generationen vor ihnen. Zoomer entscheiden sich für Jobs mit Organisationsstruktur, die sich den Personen anpasst und auf sie eingeht, in denen es Weiterbildungsangebote gibt und mit viel wertschätzender Kommunikation im Team und mit der Führungsebene. Einer ehrliche (!) Corporate Responsibility hilft das Interesse von Bewerber:innen zu erhalten.“**



*Elena Heuberger,
Sprecherin von YEP –
Organisation Stimme
der Jugend , Wien*

Und last but not least: müssen wir tanzend recruiten?

Sie wollen die jungen Talente wie unsere Paula, von der wir nicht genug schwärmen können? Dann behalten Sie im Hinterkopf, dass die Gen Z ...

... Schwierigkeiten hat, Entscheidungen zu treffen. Die Gen Z – das klingt paradox – leidet durch die Dynamik der technischen und sozialen Veränderungen an zu vielen Optionen. Das beginnt bei Freizeitangeboten, geht über die Ausbildung und endet im Job.

👉 **Tipp: von der Masse der Mitbewerber:innen abheben**

... 24/7 auf unterschiedlichen Plattformen, besonders auf TikTok, Youtube, Snapchat.

👉 **Tipp: Mobile oder Digital-First Recruiting. Stellenanzeigen auf Social-Media-Plattformen stellen & online zugänglich machen. Karriereseiten fürs Smartphone optimieren. Und eine direkte Bewerbung anbieten.**

... Schnelligkeit lebt. Vieles funktioniert per Klick, muss sofort geschehen. Lange Wartezeiten schrecken ab.

👉 **Tipp: Recruiting-Prozesse beschleunigen, barrierefreie One-Klick-Bewerbung (via Karriereplattformen z.B. LinkedIn oder Xing) anbieten, auf wortreiche Motivations schreiben und zeitintensive Vorplanungen verzichten.**

... relevante Infos sehr schnell filtert. Zudem sinkt die Aufmerksamkeitsspanne durch die Flut an Information .

👉 **Tipp: Aufgaben, Leistungen, Benefits und Employer Branding erwähnen und zeigen. Möglichst oft.**

... Mut belohnt. Ebenso Ehrlichkeit & Transparenz.

👉 **Tipp: Wenn ein Recruitingprozess dauert, Verzögerung direkt kommunizieren. Und wenn es nichts wird: Absagen schnellstmöglich mitteilen.**



Weitere erhebliche Faktoren im Entscheidungsprozess:

- **Recruiter:innen:** Sie sind das A&O. Die Beziehung zum Match-Maker hat einen enormen Einfluss auf die Job-Entscheidung. Persönlicher Kontakt und eine Bindung zum Kandidaten/ zur Kandidatin sind essenziell.
- **Familie:** Die junge Generation hat eine enge Beziehung und Bindung zu ihren Eltern. Diese werden mitunter in die Entscheidungsfindung einbezogen. „70 Prozent der jungen Leute geben an, dass familiärer Zusammenhalt ihr Leben „stark“ oder „sehr stark“ beeinflusst“, sagt Jugendforscher Simon Schnetzer.
- **Kolleg:innen:** Ein persönliches Kennenlernen, nicht nur zwischen Vorgesetzten, HR und Bewerber:in, sondern auch mit dem Team vor einer Jobzusage anbieten.
- **Berufsorientierung:** statt sofort mit Langzeitverträgen zu locken, dem jungen Talent eventuell vor dem konkreten Berufsantritt ein Praktikum als Hilfe für die Entscheidungsfindung anbieten.



Mehr als Flitterwochen: Gekommen, um zu bleiben

Haben die jungen Fische angebissen? Dann braucht es ein sehr gutes Onboarding. (LINK <https://www.epunkt.com/r/blog/onboarding/>) Dieser startet im Recruiting-Prozess. Der Eingliederungsprozess der neuen Mitarbeiter:innen hat einen direkten Impact auf die Anfangsfluktuation und indirekt auf den Unternehmenserfolg. Deshalb auch hier: auf die Eigenschaften der jeweiligen Generation eingehen. Im Fall der GenZ gilt Folgendes:

- **Digitales Onboarding:** Einführung in Programme und Prozesse in Videos statt auf Papier
- **Werte & Ziele vermitteln:** Die Generation Z möchte ein klares Verständnis von den Werten, der Vision und den Zielen des Unternehmens haben. 77 Prozent der Generation Z entscheiden sich für ein Unternehmen aufgrund der Werte, nicht aufgrund von Produkten oder Dienstleistungen.
- **Sofortiges Feedback:** weil die junge Generation ständige Bewertung und Rückmeldungen zu ihrem Tun auf Social Media gewöhnt ist, wird auch vom Arbeitgeber, von der Arbeitgeberin sofortiges und häufiges Feedback erwartet – am besten persönlich. Der positive Effekt: Rückmeldung über Leistung hilft beim Lernen.
- **Steuerung der Leistung:** Die Generation Z möchte wissen, an welchem Punkt sie auf dem Weg zum Erreichen ihrer Ziele stehen. Ein wesentliches Instrument ist Performance Management - Prozesse zur Steuerung und Kontrolle der Leistung.
- **Prozesse verstehen:** Um ihren Beitrag und ihre Position besser einschätzen zu können, ist es hilfreich, jungen Talenten das Performance Management System nahezubringen.



→ **Gemeinschaft:** Social distancing war belastend. Umso erfreulicher sind persönliche Zusammenkünfte. Ein Onboarding-Frühstück oder gemeinsames Mittagessen kann den Kennenlernprozess beschleunigen.

👉 **epunkt-Tipp:** Praktikant:innen wie Paula, die ihr so lieb gewonnen habt, nicht ohne Weiteres ziehen lassen. In Kontakt bleiben, ans Unternehmen binden, fürs nächste Praktikum begeistern und als Mitarbeiter:in gewinnen.

Je besser dieser Prozess geplant und durchlebt wird, desto glücklicher die jungen Talente. Das zahlt auch auf das Zeit- und Glückskonto des Teams ein und kann eine kosten- und zeitintensive Mitarbeiter:innenfluktuation verhindern. Somit: Ende gut. Unternehmen & junges Talent glücklich. Alles gut.

Literatur-Tipps

→ Wer viel Zeit zum Zuhören hat...

NASA-Wissenschaftsdirektor und Astrophysiker Thomas Zurbuchen im Zeit-Podcast: Ein langes Gespräch über Selbstverwirklichung. Und wie Mentor:innen, Führungskräfte und Professor:innen auf junge Menschen zugehen sollen.

→ Wer einen Überblick braucht...

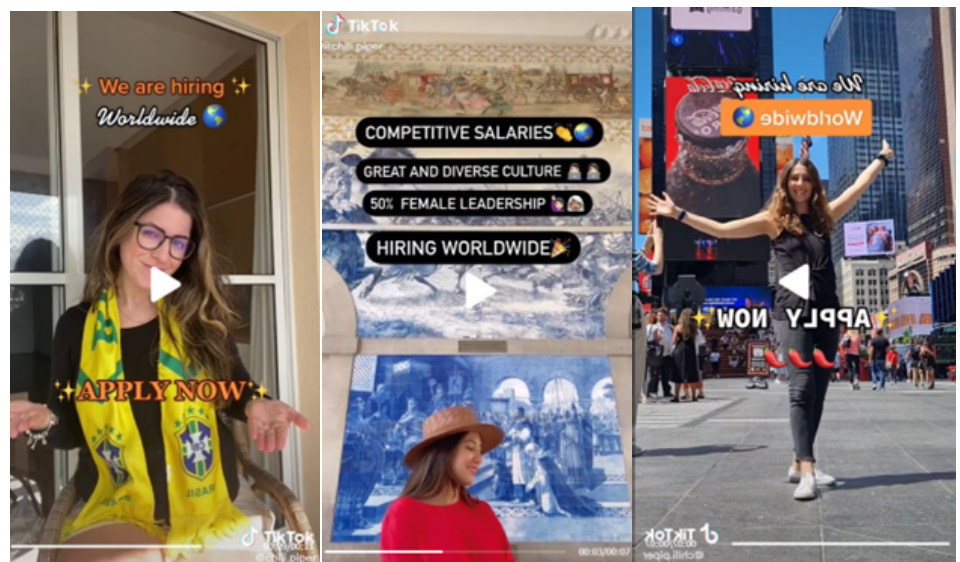
Professor Bobby Duffy vom King's College London spricht über Stereotype verschiedener Generationen und ob diese widerlegt werden können: löst die Gen Z die Klimakrise? Ist die GenX die traurigste Generation? Stehlen Babyboomer den Jungen die Zukunft? Und was steckt hinter Bezeichnung „Schneeflocken“ für Millennials?

→ Wer eine Brandrede zum Eintauchen braucht...

Der Titel ist reißerisch, der Text informativ: Zuerst das Vergnügen, dann die Arbeit - Eine Brandschrift auf die Generation Z vom Magazin Brandeins.

Vom Times Square zum Talent

Wie Recruiting der jungen Generation funktionieren kann, zeigt die Terminplanungsplattform Chili Piper mit ihrer Serie „We are hiring“ auf Tiktok. Nette Aufnahmen, freundliche Mitarbeiter:innen am Balkon, am Berg, am Times-Square in New York, kredenzt mit Benefits. Voilà: Likes und Views sprießen.





Zitierung

Statistik Austria: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://www.statistik.at/fileadmin/announcement/2022/05/20220426BevoelkerungApril2022.pdf
<https://wko.at/statistik/Extranet/Langzeit/Blang/Blang-geburten.pdf> (vom 5. Juli 2022, 08:33 Uhr)
Auskunft und Berechnung anhand Daten von <https://www.statistik.at/>
<https://wko.at/statistik/Extranet/Langzeit/Blang/Blang-geburten.pdf> (vom 5. Juli 2022, 08:33 Uhr)
<https://www.dnet.at/opis/Pensionsversicherung.aspx>
<https://www.sozialministerium.at/dam/jcr:7f70e2d8-74ca-4e6e-9d67-a1160bfcab99/Monitoringbericht.pdf> (vom 3. August 2022, 10:00 Uhr)
<https://www.statistik.at/statistiken/bevoelkerung-und-soziales/sozialeleistungen/pensionen/pensionen> (vom 12. Juli 2022, 7:30 Uhr)
<https://wko.at/statistik/Extranet/Langzeit/Blang/Blang-geburten.pdf> (vom 5. Juli 2022, 08:33 Uhr)
chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://www.wifo.ac.at/jart/prj3/wifo/resources/person_dokument/person_dokument.jart?publikationsid=67348&mime_type=application/pdf (vom 2. August 2022, 17:34 Uhr)
chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://www.wifo.ac.at/jart/prj3/wifo/resources/person_dokument/person_dokument.jart?publikationsid=67348&mime_type=application/pdf (vom 2. August 2022, 17:34 Uhr)
https://www.sora.at/fileadmin/downloads/projekte/2022_OE3_SORA_GenKrise22_Praesentation.pdf
<https://k.at/lifestyle-explainer/was-denkt-die-generation-z-ueber-zukunft/401963345>
<https://www.saferinternet.at/news-detail/studie-selbstdarstellung-in-sozialen-netzwerken0/>
<https://www.saferinternet.at/services/jugend-internet-monitor/>
https://karriere.mcdonalds.de/docroot/jobboerse-mcd-career-blossom/assets/documents/McD_Ausbildungsstudie_2019.pdf
<https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/at/Documents/human-capital/at-millennial-survey-2021.pdf>
<https://jugendkultur.at/institut/team/beate-grossegger/>
Link: <https://tirol.orf.at/stories/3164753/>.
<https://www.wiley-vch.de/de/fachgebiete/finanzen-wirtschaft-recht/generation-z-978-3-527-50807-5>
<https://www.diepresse.com/6150639/die-arbeitsrealitaet-der-jungen#:~:text=Jugendliche%20w%C3%BCnschen%20Sicherheit%20und%20Stabilit%C3%A4t,ein%20Gef%C3%BChl%20der%20Sicherheit%20vermittle.>
<https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/at/Documents/human-capital/at-millennial-survey-2021.pdf>
https://jugendkultur.at/wp-content/uploads/Presseinformation_1.6.2022_Studie_Generation_Corona__die_Arbeitswelt_von_morgen.pdf
<https://www2.deloitte.com/at/de/seiten/press-release/gen-z-millennial-survey-2022.html>
<https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/at/Documents/human-capital/at-millennial-survey-2021.pdf>
<https://www.swisslife.com/de/home/hub/interview-yael-meier.html>
https://pages.perkbbox.com/rs/244-RYY-693/images/FutureoftheworkforcegenZ%28UK%29.pdf?mkt_tok=MjQ0LVJZWS02OTMAAAGGA2nTBF7OWqWRRRZ2yeGZxJpj7juK3V63mBV8DVeT6fPIM24qfHv-LPwbTRIN_mWkixj68qLTN0beH0hpLYuV5nlYH-IUNsjJKcMqUBOnqpFBag
<https://www.yep-austria.org/>
<https://www.mpib-berlin.mpg.de/pressemeldungen/informationsflut-senkt-aufmerksamkeitsspanne>
<https://yello.co/blog/introducing-the-first-graduating-class-of-generation-z/>
https://karriere.mcdonalds.de/docroot/jobboerse-mcd-career-blossom/assets/documents/McD_Ausbildungsstudie_2019.pdf
<https://www.wiwo.de/finanzen/geldanlage/paradoxe-praeferenzen-wenn-es-ernst-wird-fragen-die-z-ler-lieber-mama-und-papa/24244334-2.html>
https://www.researchgate.net/publication/342748571_Understanding_Generation_Z_expectations_for_effective_onboarding/link/5f68520892851c14bc8bd221/download
https://www.researchgate.net/publication/342748571_Understanding_Generation_Z_expectations_for_effective_onboarding
Chillakuri, B. (2018), "Scrapping the bell curve: a practitioner's review of reinvented performance management system", South Asian Journal of Human Resources Management, Vol. 5 No. 2, pp. 244-253, doi: 10.1177/2322093718795549.
https://www.researchgate.net/publication/342748571_Understanding_Generation_Z_expectations_for_effective_onboarding
https://www.tiktok.com/@chili.piper/video/7107368515782364459?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1