

# Generation Z

Wie Arbeitgeber sie verstehen, erreichen und überzeugen können

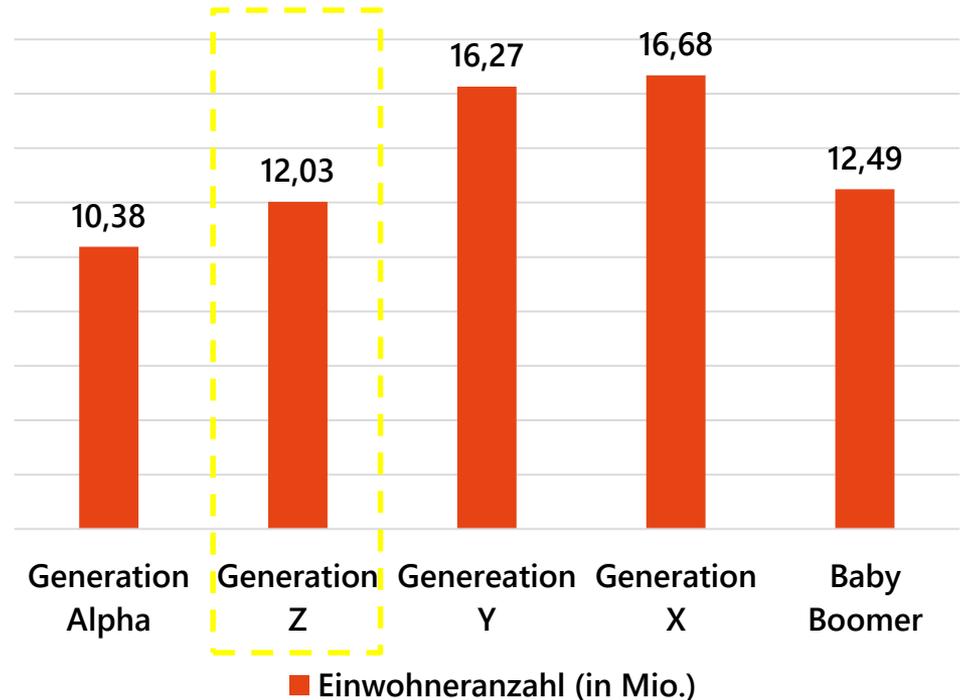




# Zahlen zur Generation Z

## Wer ist die Gen Z?

- Aktuell 14 bis 27 Jahre alt
- 1996 bis einschließlich 2009 geboren worden
- 12 Mio. Menschen sind Teil der Gen Z



# „Die“ Generation Z

Konservativ, zerbrechlich  
und abhängig von den Eltern: Forscher erklärt die Generation Z

Generation Z: „Sie denken, sie sind besser“

Die junge Generation - wirklich so  
schlimm wie ihr Ruf?

**Generation  
lebensunfähig**

Generation Z: Zu fordernd und zu fragil?



# Das ist der Generation Z wichtig

Familie & soziale  
Beziehungen

Umwelt

Gesundheit

Sicherheit

„das Leben genießen“

Vielfalt



# Erwartungen an die Berufstätigkeit

**Nutzenorientierung** → hohes Einkommen, Aufstiegschancen, Freizeit

**Erfüllungsorientierung** → Sinnhaftigkeit: etwas Nützliches zu tun

**Vereinbarkeit von Arbeit und Leben** → Anpassung nach Lebensphasen

**Planbarkeit der Berufstätigkeit** → geregelte Arbeitszeit

**Karriereorientierung** → Bereitschaft zu Überstunden/Wochenendarbeit

*Vier Typen: Durchstarter, Idealisten, Bodenständige, Distanzierte*

# Priorität haben...



...ein **erfolgreicher Übergang** in den Beruf



...ein **sicherer Arbeitsplatz** und **hohes Einkommen**



...die **Vereinbarkeit von Beruf, Familie und Freizeit**

# Generation Z – die digitalen Eingeborenen



**0,3%** besitzen **kein Smartphone**



**75%** nutzen **täglich 3 bis 5 Stunden** das Smartphone für Social-Media-Nutzung (*95 % Whatsapp, 87 % Youtube, 51 % Instagram*)



**173 Meter** werden täglich über das Smartphone gescrollt



**über 4.000-mal** wird das Smartphone angefasst

# Generation Z erreichen...

 Webseite als „**digitale Visitenkarte**“: Modern, informativ & authentisch

 **Social Media-Aktivitäten** mit den eigenen Azubis

 **Schnelligkeit und Transparenz** beim Bewerbungsverfahren

 **Hürden abbauen**: einfache Bewerbung ohne Anschreiben oder z.B. per Whatsapp (*Tipp: Azubirecruiting-App „Dein erster Tag“*)

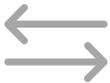
# ...und überzeugen



**Wertschätzende Führung & „Wohlfühlatmosphäre“ etablieren**



**Kommunikation auf Augenhöhe**



**Vermittlung zwischen analoger und digitaler Welt**



**Orientierung geben und gemeinsame Perspektive entwickeln**

# Fazit

- **Mit den Bedürfnissen der Generation Z auseinandersetzen** und zusammen Mittel und Wege finden
- **Ohne die Generation Z geht es nicht!** Wer „den Zug verpasst“, gefährdet die Zukunftsfähigkeit seines/ihrer Betriebes
- Viele **Ansätze auch in Bezug auf ältere Fachkräfte wichtig** und zielführend

# Podcast-Reihe „Nachwuchskräfte“



Nachwuchskräfte

<https://www.rkw-kompetenzzentrum.de/podcasts/>

# Weitere Informationen

## Arbeitsmappe Ausbildungsmarketing: Wie KMUs Azubis finden!

Link zur Veröffentlichung: <https://www.rkw-kompetenzzentrum.de/fachkraeftesicherung/projekte/ausbildungsmarketing-und-digiscoutsr/ausbildungsmarketing/>

Ausbildungsmarketing: klein – aber fein. Als attraktiver Ausbildungsbetrieb bei Jugendlichen groß rauskommen  
Ausbildungsmarketing offline: Interesse wecken und von sich überzeugen  
Ausbildungsmarketing online: Werben, wo die Zielgruppe ist



## Employer Branding: Mit unverwechselbarer Arbeitgebermarke punkten

Link zur Veröffentlichung: <https://www.rkw-kompetenzzentrum.de/publikationen/leitfaden/employer-branding/wahre-schoenheit-kommt-von-innen/anhang/>



# Fragen & Anregungen



## Maximilian Auth

Referent Fachkräftesicherung

06196 495-3204, auth@rkw.de

RKW Kompetenzzentrum  
Düsseldorfer Straße 40 A  
65760 Eschborn

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages