



REKRUTIERUNG GENERATION Z

WAS ERWARTEN ZUKÜNFTIGE
NACHWUCHSKRÄFTE VON
IHREM ARBEITGEBER?

Handlungsempfehlungen
für Unternehmen



Unser Auftrag als Kompetenzzentrum ist es, die kleinen und mittleren Unternehmen der Märkischen Region (Hagen, Ennepe-Ruhr-Kreis, Märkischer Kreis) bei familienfreundlicher Personalpolitik zu unterstützen, moderne Führungskultur zu implementieren und gemeinsam mit Unternehmen konkrete Projekte zu realisieren, um ihre Arbeitgeberattraktivität zu steigern.

Rekrutierungsstrategien sind dabei ein zentrales Thema, um Nachwuchskräfte, insbesondere Akademikerinnen, in der Region zu halten und dem Fachkräftemangel entgegen zu wirken.

Nachwachskräfte der Generation Z kommen mit neuen und unterschiedlichen Ansprüchen auf den Arbeitsmarkt.

Das Kompetenzzentrum Frau & Beruf unterstützt Betriebe dabei, dem Fachkräftemangel entgegen zu wirken und auf die Vorstellungen der Nachwuchsgenerationen einzugehen. Dafür haben wir in zwei Studien das Rekrutierungsverhalten von Arbeitgebern sowie die Nachwuchsgeneration Z näher beleuchtet.

EINLEITUNG

Der Fachkräftemangel stellt in vielen Branchen und Regionen ein beständiges Problem dar. Die Märkische Region hat von Start-Ups bis zu Weltmarktführern zwar alles im Portfolio, doch in der Region ist der Fachkräftemangel deutlich spürbar. Doch woran liegt das und wie kann man Nachwuchskräfte, die Generation Z, in der Region halten?

Im Zeitraum von Mai 2019 – Februar 2020 wurden zwei Studien in Kooperation mit der University of Applied Sciences Europe zum Thema Rekrutierungsstrategien und Generation Z in der Märkischen Region durchgeführt. In der ersten Studie wurden 34 Unternehmen in einem qualitativen Interview zu ihren Rekrutierungsstrategien befragt.

In einer zweiten Studie wurden 105 Studierende der Generation Z in einer quantitativen Online-Befragung zu ihren Wünschen und Anforderungen an einen potenziellen Arbeitgeber befragt.

Die Antworten auf die Leitfragen der zweiten Erhebung sollten Auskunft darüber geben, worauf die Generation Z in einem zukünftigen Arbeitsverhältnis wert legt. Wie wird die Generation Z aufmerksam auf vakante Stellen im Unternehmen, welche Faktoren sind entscheidend für eine Zusage auf die Stelle und welche Benefits sollte das Unternehmen bieten?

Basierend auf den Ergebnissen der Studie Generation Z haben wir in dieser Broschüre Handlungsempfehlungen zur Nachwuchskräfte-Generierung zusammengefasst.

Bei Interesse an weiteren Informationen kontaktieren Sie uns gerne.



GENERATION Z

GENERATION Z

Fallen Ihnen beim Nachdenken über die Generation Z direkt Vorurteile wie „die möchten doch nur so wenig wie es eben geht arbeiten!“, „Work-Life-Separating soll selbstverständlich sein!“ und „Familienfreundlichkeit und Altersvorsorge interessiert die nicht!“ ein? Offensichtlich sind diese Annahmen weit verbreitet – aber stimmen sie überhaupt?

Die nachfolgenden Handlungsempfehlungen basieren auf den Ergebnissen der zweiten Studie – die Befragung der Generation Z – und zeigen ein anderes Bild.

Befragt wurden 105 Studierende, welche zwischen 1995 und 2000 geboren wurden und kurz vor ihrem akademischen Abschluss standen.

FRAGESTELLUNGEN UND THEMEN DER STUDIE

- DIE WICHTIGSTEN FAKTOREN ZUR REKRUTIERUNG DER GENERATION Z
- WO INFORMIERT SICH DIE GENERATION Z ÜBER UNTERNEHMEN?
- WO SUCHT DIE GENERATION Z NACH STELLENANZEIGEN?
- WAS ERWARTET DIE GENERATION Z VON UNTERNEHMEN HINSICHTLICH BENEFITS?

DIE WICHTIGSTEN FAKTOREN ZUR REKRUTIERUNG DER GENERATION Z

INFORMELLE KONTAKTE

Informelle Kontakte sind das bewährteste Instrument, um Positionen im Unternehmen zu besetzen.

Es ergibt daher Sinn, die Mitarbeitenden über freie Positionen im Unternehmen zu informieren, um auf diese Weise die „Mund-zu-Mund-Propaganda“ zu fördern.

Tipps, wie Sie Mitarbeitende informieren und motivieren können:

- ▶ Schwarzes Brett im Unternehmen
- ▶ Intranet
- ▶ Prämien für „Mitarbeitende werben Mitarbeitende“

SOCIAL MEDIA

Die Generation Z ist zweifellos im digitalen Zeitalter aufgewachsen. Social Media sind somit ein Alltagsbegleiter.

In der Studie stellte sich heraus, dass Social Media auch für berufliche Zwecke eingesetzt werden. Unternehmen sollten daher die Chance nutzen, in den Netzwerken von der Zielgruppe wahrgenommen zu werden und ggf. auch dort mit potenziellen Nachwuchskräften in den Kontakt zu treten.

- ▶ Xing
- ▶ Facebook
- ▶ LinkedIn
- ▶ Instagram



WO INFORMIERT SICH DIE GENERATION Z ÜBER UNTERNEHMEN?

SOCIAL MEDIA

Social Media sind bei der Generation Z ein Alltagsmedium. Um von der Zielgruppe wahrgenommen zu werden, sollten auch Unternehmen in den Netzwerken aktiv sein und sich sichtbar machen.



UNTERNEHMENS-WEBSITE

Eine moderne und übersichtliche Unternehmenswebsite ist unerlässlich, wenn man als attraktives Unternehmen erscheinen möchte.

BEWERTUNGSPORTALE

Immer mehr potenzielle Bewerberinnen und Bewerber schauen sich die Kritiken von Unternehmen in Bewertungsportalen an.

Für Unternehmen empfiehlt es sich daher, die Bewertungsportale im Blick zu haben und konstruktiv auf Kritik zu antworten, um präsent zu bleiben.



WO SUCHT DIE GENERATION Z NACH STELLENANZEIGEN?

ONLINESTELLENBÖRSEN

Onlinestellenbörsen sind ein wichtiges Rekrutierungsinstrument. Zeitungsanzeigen als Printversion werden im digitalen Zeitalter immer mehr Geschichte. Besonders bei der Generation Z macht sich das bemerkbar. Stellenanzeigen werden fast ausschließlich mit gezielten Suchbegriffen online recherchiert.

Daher empfiehlt es sich, nicht zu abstrakte Stellenbetitelungen zu wählen, da Berufsanfänger/-innen diese häufig nicht kennen.

Folgende Stellenbörsen werden am häufigsten von Studierenden der Generation Z aufgerufen:

- ▶ Indeed
- ▶ Stepstone
- ▶ Xing
- ▶ Stellenanzeigen auf Social Media

indeed®

StepStone

LinkedIn®

XING

WAS ERWARTET DIE GENERATION Z VON UNTERNEHMEN HINSICHTLICH BENEFITS?

Benefits stellen ein erfolgreiches Instrument zur Steigerung der Arbeitgeberattraktivität dar. Besonders in Branchen und Arbeitsbereichen, in denen ein großer Nachwuchskräftemangel herrscht, sollten Benefits daher bereits in Stellenanzeigen genannt werden, um sich als attraktives Unternehmen zu präsentieren.

Folgende monetären Benefits sind für die Generation Z interessant:

- ▶ Leistungsbezogene Vergütung
- ▶ Finanzielle Unterstützung bei pflegebedürftigen Angehörigen
- ▶ Betriebliche Altersvorsorge
- ▶ Regelmäßige Fortbildungsmöglichkeiten
- ▶ Prämien für lange Betriebszugehörigkeit

Entgegen vieler Vorurteile werden sowohl die berufliche Karriere mit regelmäßigen Fortbildungsmöglichkeiten als auch die strikte Trennung von Berufs- & Privatleben als wichtig erachtet.

Doch welche eher strukturell geprägten Benefits sind relevant für die Generation Z?

- ▶ Aufstiegs- und Karrieremöglichkeiten
- ▶ Selbstständiges Arbeiten
- ▶ Gleitzeit
- ▶ Wertschätzung
- ▶ Transparenz
- ▶ Strikte Trennung von Berufs- und Privatleben
- ▶ Räumlich ungebundenes Arbeiten

FAMILIENFREUNDLICHKEIT IN UNTERNEHMEN – GEFRAGTER DENN JE

In der Einstellung der Generation Z hinsichtlich ihres Berufslebens zeigt sich, dass die Vereinbarkeit mit der Familie ein sehr wichtiger Aspekt ist. Daher empfiehlt es sich, eine familienfreundliche Personalpolitik zu etablieren und diese nach außen zu kommunizieren.

Die Generation Z bewertete folgende Aspekte als besonders wichtig:

- ▶ Planungsgespräche bei Aus-/Wiedereinstieg bei Elternzeit
- ▶ Wiedereinstiegsprogramme nach Elternzeit
- ▶ die Unterstützung bei pflegebedürftigen Angehörigen durch z.B. Pflegelotsen im Unternehmen
- ▶ flexible Arbeitszeitgestaltung
- ▶ Trennung von Berufs- und Privatleben



Das Kompetenzzentrum Frau & Beruf Märkische Region ist bereits seit 2012 der zentrale Ansprechpartner für regionale Unternehmen zur Förderung von weiblichen Fach- und Führungskräften und für familienorientierte Maßnahmen.

Wir stehen für die Vernetzung in der Region und die kompetente Umsetzung folgender Angebote:

Wir organisieren Erfahrungsaustausch zwischen Personalverantwortlichen und geben praktische Rekrutierungshinweise.

- In regelmäßigen Veranstaltungen greifen wir aktuelle Themen der Personalarbeit in Präsenz- und Onlineseminaren auf.
- Wir organisieren gemeinsam mit Partnern einen Hackathon, bei dem Studierende für Unternehmen vorgegebene Aufgaben lösen. Somit stellen wir Kontakte für Ihre Nachwuchssicherung her.
- Bei der Entwicklung einer Rekrutierungsstrategie versorgen wir Sie mit praktischen Hinweisen und Handlungsempfehlungen.
- KompetenzRäume – unsere digitale Informations- und Kommunikationsplattform für Personalverantwortliche versorgt Sie mit News und Anregungen.

Wir präsentieren gute betriebliche Praxis.

Auf der Seite www.maerkische-impulse.de geben wir Information zu bewährten Best Practice aus regionalen Unternehmen unterschiedlichster Branchen und Unternehmensgrößen.

Wir bieten Personalentwicklung für weibliche Führungskräfte.

Seit 2014 läuft unser Mentoringprogramm next step. Mit erfahrenen Führungskräften aus der Region unterstützen wir KMU bei der Entwicklung von weiblichen Fach- und Führungskräften.

Wir unterstützen bei der Gestaltung von familienfreundlichen Rahmenbedingungen.

Das Prädikat „Familienfreundliches Unternehmen“ verleihen wir seit 2014 und begleiten KMU bei der Flexibilisierung von Arbeitszeiten und Gestaltung von familienfreundlichen Rahmenbedingungen.

Infos zu allen Angeboten finden Sie über die Stichwortsuche auf www.agenturmark.de // www.competentia.nrw.de

CHECKLISTE GENERATION Z

- *Nutzen Sie Social Media aktiv, indem Sie dort z.B. Stellen ausschreiben, kleine Kampagnen starten oder Ihre Mitarbeitenden sprechen lassen*
- *Eine gepflegte und übersichtliche Homepage ist im Digitalisierungszeitalter wichtiger denn je!*
- *Halten Sie Bewertungsportale wie z.B. Kununu im Blick*
- *Nennen Sie Benefits in Ihren Stellenanzeigen*
- *Implementieren und zeigen Sie eine familienfreundliche Personalpolitik*



Ein Projekt von:



Oktober 2020

agentur mark GmbH
Kompetenzzentrum Frau & Beruf Märkische Region
Handwerkerstr. 11
58135 Hagen

Laura Hoff
hoff@agenturmark.de
Tel. 02331 4887841



REKRUTIERUNG GENERATION Z

WAS ERWARTEN ZUKÜNFTIGE NACHWUCHSKRÄFTE VON IHREM ARBEITGEBER?

Handlungsempfehlungen für Unternehmen

Fotos ©:
AdobeStock (ra2 studio, rzoze, Aleksej), Shutterstock (GaudiLab, Alessandrobiascioli, Rido),
Unsplash.com (magnet me, picsee, markus winkler), pexels.com (daria shevtsova, katie e)

Das Kompetenzzentrum Frau & Beruf wird gefördert von:

Ministerium für Heimat, Kommunales,
Bau und Gleichstellung
des Landes Nordrhein-Westfalen



EUROPÄISCHE UNION
Investition in unsere Zukunft
Europäischer Fonds
für regionale Entwicklung



Das Kompetenzzentrum Frau & Beruf wird gefördert von:

Ministerium für Heimat, Kommunales,
Bau und Gleichstellung
des Landes Nordrhein-Westfalen



EUROPÄISCHE UNION
Investition in unsere Zukunft
Europäischer Fonds
für regionale Entwicklung