



Slaget om Generation Z

Vad vill framtidens arbetskraft?

Innehållsförteckning

Förord	4
Först och främst: vilka är egentligen Generation Z?	4
Vilka förväntningar har arbetsgivarna?	4
Vad säger Generation Z själva?	5
Kapitel 1: Här vill Generation Z jobba	7
Vinner sjukvården slaget om Generation Z?	8
Stora skillnader mellan killar och tjejer	10
Stort glapp för offentlig sektor	12
Yngre är säkrare på sina framtidsplaner	13
Kapitel 2: Värderingarna som styr Generation Z	15
Hur attrahera en värderingsdriven generation?	16
Lönen fortsatt viktig – men inte det enda som räknas	16
Löneläget en utmaning för offentlig sektor	18
Spaning: Klimat och jämställdhet avgör jobbvalet	19
Pension oväntat viktigt för den unga generationen	21
Kapitel 3: Att rekrytera från Generation Z	23
Examen mindre viktigt för unga	24
Hur ser framtidens rekryteringsprocess ut?	26
Generation Z ser fram emot framtiden	27
Slutkommentar	28
Källor	30

OM UNDERSÖKNINGEN

Undersökningen genomfördes i Kantar Sifos webbpanel under perioden 16–21 maj 2019. Totalt intervjuades 1008 personer i åldern 16–24 år. Webbpanelen är riksrepresentativt rekryterad utifrån slumpmässiga urval. Det förekommer ingen självrekrytering i Sifos webbpanel.

FÖRORD

Larmen om kompetensbrist duggar tätt, inte minst för offentlig sektor. I SKL:s rekryteringsrapport från 2018¹ förutspås att en halv miljon nya medarbetare behövs fram till 2026 för att säkra välfärden, och i ekonomirapporten från maj 2019² pekas kompetensförsörjningen ut som den största långsiktiga utmaningen för såväl kommuner som regioner. Samtidigt hotas tillväxten i IT-sektorn av ett underskott på 70 000 kvalificerade personer till år 2022.³

Hur stor del av rekryteringsgapet kan stängas med talanger från Generation Z? Och vad krävs för att locka till sig och behålla dem?

Först och främst: vilka är egentligen Generation Z?

De är födda från 1995 och framåt, och brukar beskrivas som den första generationen verkliga *digital natives* eftersom de inte har upplevt en vardag utan internet, smartphones och sociala medier. De har präglats av såväl finanskrisen 2008 som senare års klimatdebatt, och tar nu klivet ut i en föränderlig vuxenvärld full av valmöjligheter – och därmed också ett stort personligt ansvar. Enligt Ungdomsbarometern är Generation Z mer trygghetssökande än 80-talisterna, och ser miljö och jämställdhet som de viktigaste samhällsfrågorna.⁴

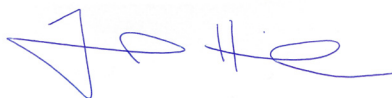
Vilka förväntningar har arbetsgivarna?

Intresset bland arbetsgivarna för att locka till sig den nya generationen är stort. I en enkätundersökning bland företag och organisationer som Benify samarbetar med svarade en stor majoritet att Generation Z var en prioriterad målgrupp för dem. De trodde också att nya metoder skulle krävas för att rekrytera och behålla nykomlingarna jämfört med tidigare generationer.

Vad säger Generation Z själva?

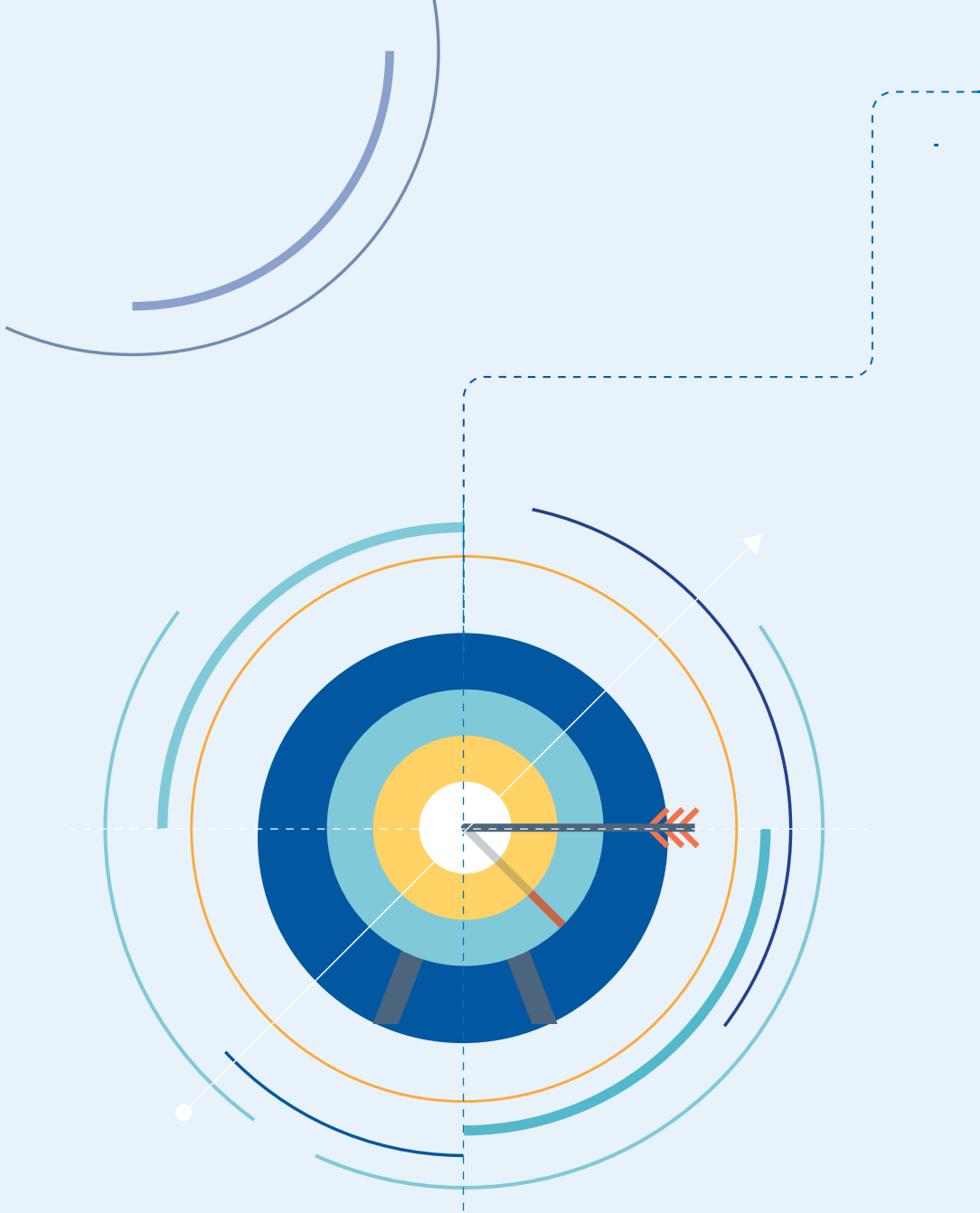
För att ta reda på vad den nya generationen har för förväntningar och önskemål på sina framtida arbetsgivare lät vi Kantar/Sifo genomföra en omfattande undersökning. Resultatet innehåller såväl väntade som överraskande insikter utifrån gängse uppfattningar om Generation Z. En sak är säker: många av dagens arbetsgivare har en gedigen hemläxa att göra för att kunna konkurrera om framtidens mest eftertraktade talanger.

Trevlig läsning!



Joel Heister, Vice VD Benify





KAPITEL 1

Här vill Generation Z jobba

Konkurrensen på framtidens arbetsmarknad kommer att vara stenhård – för arbetsgivarna. Det ökande rekryteringsbehovet ökar inte bara trycket på att hitta rätt kandidater, utan även på att få dem att välja just dig. Samtidigt ökar andelen äldre, medan antalet personer i arbetsför ålder inte ökar i samma utsträckning. Det gör att arbetsgivarna tvingas konkurrera om kompetensen bland färre personer. Behovet syns tydligast i offentlig sektor. Av de 500 000 personer som behöver rekryteras de närmaste åren ska 300 000 ersätta medarbetare som går i pension. Den offentliga sektorns rekryteringsbehov fram till 2026 motsvarar 130 procent av alla gymnasieelever under samma period. Men utmaningarna är som sagt inte unika för offentlig sektor. Konkurrensen om arbetskraften kommer att öka på hela arbetsmarknaden. Vi har i detta kapitel därför tittat närmare på var nästa generations arbetskraft själva vill jobba, för att ge arbetsgivarna bättre indikationer om framtidens utmaningar.



Vinner sjukvården slaget om Generation Z?

Vår undersökning visar att hälso- och sjukvårdsbranschen är den bransch där Generation Z allra helst vill jobba; något som 20 procent i den generationen uppger. Lovande siffror för en bransch med ett stort rekryteringsbehov de kommande åren. Rekryteringsläget i branschen har också varit svårt under flera år, och svenska regioner och landsting genomför stora satsningar på karriär- och kompetensutveckling inom branschen för att möta behovet. Så sent som ifjol öronmärktes 300 miljoner kronor i regeringens budget för att ge landstingen möjlighet att kompetensutveckla fler sjuksköterskor.⁵

Men att hälsa och sjukvård är den populäraste branschen för nästa generations arbetskraft innebär inte att problemet är löst. Branschen har goda förutsättningar att attrahera arbetskraft från Generation Z, men kan få svårigheter att behålla de unga över tid – åtminstone om man inte lyckas få bukt med det höga antalet sjukskrivningar. Vården tillhör nämligen de branscher som har högst sjukfrånvaro idag. Det konstaterar Försäkringskassan i sin rapport Sjukfrånvaron på svensk arbetsmarknad. I en studie från Karolinska institutet upplevde var tredje sjuksköterska symptom på utbrändhet under det första året efter examen. Efter fem år uttryckte var femte en stark önskan att lämna yrket⁶ – en oroväckande hög siffra, även om alla inte väljer att göra slag i saken.

Samtidigt har stressrelaterad psykisk ohälsa också ökat bland unga de senaste 10 åren. Från 48 procent bland 15-åriga tjejer och 24 procent bland jämnåriga killar 2009, till 62 respektive 35 procent 2018, enligt Folkhälsomyndigheten. Hur ska en stressad bransch som sjukvården hantera en arbetsgeneration som redan upplever mycket stress?

Även på andraplats på listan kommer en stor bransch inom den offentliga sektorn. Nästan en av fem i Generation Z uppger att de vill jobba inom utbildning. Även det är lovande siffror med tanke på den stora bristen på lärare: enligt SKL behöver skolor och förskolor rekrytera 187 000 nya lärare fram till 2031⁷, främst på grund av växande elevunderlag.

En förklaring till att dessa branscher attraherar den nya generationens arbetskraft mest kan vara de värden som är knutna till vård och lärande. Generation Z prioriterar nämligen arbetsplatsens syfte och värderingar i mycket hög utsträckning när de ska välja jobb (se kapitel 2).

Först på plats tre, fyra och fem återfinns branscher som traditionellt sett är väldigt populära bland unga – media, IT och marknadsföring.

**Fråga:
Inom vilken
bransch vill du
helst jobba?**



”Att hälsa och sjukvård är den populäraste branschen för nästa generations arbetskraft innebär inte att problemet är löst”



Stora skillnader mellan killar och tjejer

Vilken bransch man helst vill jobba inom skiljer sig dock mycket mellan tjejer och killar. Bland tjejer vill var tredje i Generation Z jobba inom sjukvård, medan samma siffra för killar är knappt en av tio. Killar vill allra helst jobba inom IT & Telekom, energi & elektronik, utbildning, bygg- och tillverkningsindustrin eller politik. Tjejer vill, efter hälsa och sjukvård, helst jobba inom utbildning, media, marknadsföring eller med välgörenhet.

Könsskillnaderna som syns i vår undersökning är förstås inte nya. Av de trettio vanligaste yrkena var det bara ett som hade en jämn könsfördelning år 2017 (kock/kallskänka). Mer än nittio procent av undersköterskorna var kvinnor, medan åtta procent av systemutvecklarna var män.⁸ Vår undersökning pekar alltså mot att dessa skillnader kommer att kvarstå även de närmaste åren.

För teknikbranscherna är det vitalt att vända de dåliga siffrorna bland unga tjejer för att möta framtidens rekryteringsutmaningar. Enligt SCB:s rapport *Arbetskraftsbarometern 2018* uppger arbetsgivarna brist på i stort sett samtliga yrkesutbildningar på gymnasial nivå inom teknik och tillverkning. Många initiativ görs redan på området, som till exempel Teklafestivalen, den ideella organisationen Womengineer samt Therese Lindgren och Teknikföretagens Facebook-grupp *Tjejer som vill gå teknik på gymnasiet*. Men än så länge visar alltså tjejer fortsatt lågt intresse för dessa branscher. På motsvarande sätt pågår initiativ för att locka män till kvinnodominerade yrken inom vård och förskola, som till exempel nätverk för manliga förskollärare i kommuner som Piteå och Luleå.⁹



”Vår undersökning pekar mot att arbetsmarknadens könsuppdelning kommer att kvarstå de närmaste åren”

**Fråga:
Inom vilken
bransch vill du
helst jobba?**

TJEJER

1. Hälsa och sjukvård	31 %
2. Utbildning	21 %
3. Underhållning & media	17 %
4. Marknadsföring & kommunikation	16 %
5. Välgörenhet	12 %
6. Politik	10 %
7. Polis	9 %
8. Hotell & restaurang	8 %
9. Sälj	7 %
10. Bygg/-tillverkningsindustri	7 %
11. Detaljhandel	6 %
12. Fastigheter	6 %
13. IT & telekom	6 %
14. Finans & försäkring	5 %
15. Energi & elektronik	5 %
16. Transport	2 %

KILLAR

1. IT & telekom	19 %
2. Energi & elektronik	17 %
3. Utbildning	15 %
4. Bygg/-tillverkningsindustri	15 %
5. Politik	15 %
6. Underhållning & media	13 %
7. Finans & försäkring	10 %
8. Transport	10 %
9. Hälsa och sjukvård	9 %
10. Marknadsföring & kommunikation	9 %
11. Fastigheter	9 %
12. Välgörenhet	6 %
13. Polis	6 %
14. Sälj	6 %
15. Hotell & restaurang	3 %
16. Detaljhandel	2 %



Stort glapp för offentlig sektor

Trots att sjukvård och utbildning är branscherna som lockar Generation Z allra mest så står sig offentlig sektor svagt mot den privata. Jämfört med den offentliga sektorns behov av att rekrytera 130 procent av kommande års gymnasieelever, tycks det finnas ett glapp på knappt 100 procentenheter. Endast lite drygt en av fyra i Generation Z vill helst jobba inom offentlig sektor enligt vår undersökning, jämfört med knappt hälften för privat sektor. Redan idag kommer var fjärde nyrekrytering inom region och landsting direkt från studier.¹⁰ Resultaten från vår undersökning tyder inte på att den siffran kommer att öka. Offentlig sektor står därför inför stora rekryteringsutmaningar framåt. Om rekryteringsbehovet till stor del ska mötas med hjälp av nästa generations arbetskraft krävs åtgärder för att uppfattas som en attraktivare arbetsgivare hos de unga. Annars kommer sektorn att behöva hitta lösningen för hela rekryteringsbehovet på annat håll, exempelvis genom arbetskraftsinvandring eller ökad konkurrenskraft gentemot privat sektor.

Undersökningen visar även att Generation Z, trots att de är en värderingsdriven generation på arbetsmarknaden, inte är särskilt intresserade av en karriär inom ideell sektor. En tänkbar förklaring är att lön fortfarande värderas som den viktigaste faktorn när Generation Z ska välja arbetsplats (se kapitel 2), och att lönenivåerna för kvalificerade yrken i den ideella sektorn är lägre än genomsnittet för tjänstemän.¹¹ Att de unga efterfrågar ett tydligt syfte med sitt arbete betyder alltså inte att de är beredda att se yrket som ett kall.

Fråga: Inom vilken sektor vill du helst jobba?

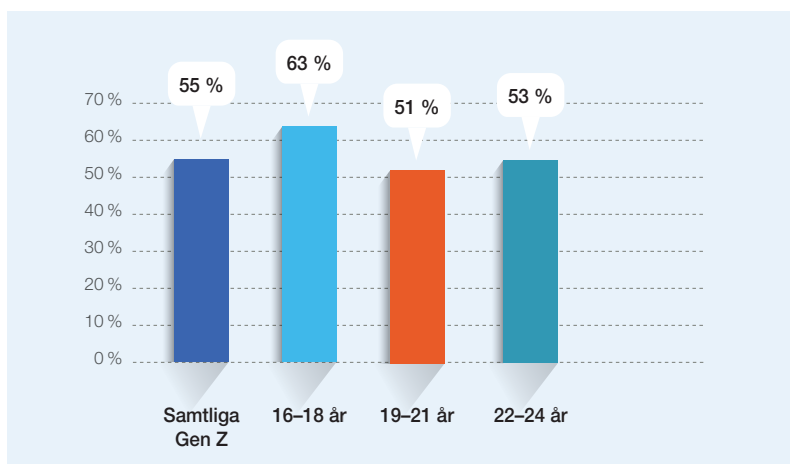
	Samtliga Gen Z	Killar	Tjejer
Inom offentlig sektor	27 %	25 %	29 %
Inom privat sektor	48 %	55 %	41 %
I en ideell organisation	4 %	3 %	5 %
Vet ej	21 %	17 %	25 %

.....

Yngre är säkrare på sina framtidsplaner

De branscher som enligt undersökningen inte attraherar Generation Z kan dock glädja sig åt att många unga inte är helt säkra på vad de vill jobba med i framtiden. Endast en knapp majoritet uppger att de är väldigt eller ganska säkra på vad de vill jobba med i sina yrkesliv. Dock tenderar tonåringarna att vara mycket säkrare på sina framtidsplaner än vad 19–24-åringarna är.

Fråga:
Hur säker upplever du att du är på vad du vill jobba med under ditt yrkesliv?





KAPITEL 2

Värderingarna som styr Generation Z

Villa, Volvo och vovve – karriär- och livsmålen var enklare på femtiotalet. När en ny generation ska träda in på arbetsmarknaden är bilden mer komplex. Lön, karriär och personlig utveckling är fortfarande viktigt, men för den nya generationen är arbetsplatsen en förlängning av den egna identiteten – och man vill ta ställning. Därför förväntar sig Generation Z att arbetsgivaren också gör det. Hur kan arbetsgivare möta den nya generationens behov och bli mer syftesdrivna?



.....

Hur attrahera en värderingsdriven generation?

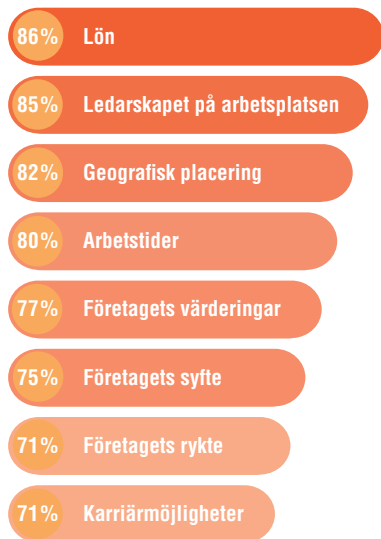
När Generation Z ska ut på arbetsmarknaden är det delvis nya faktorer som påverkar vilka arbetsgivare de vill söka sig till. Organisationens värderingar har kommit att bli allt viktigare. Unga tjejer rankar värderingar lika högt som lön när de väljer jobb, och en majoritet av unga tjejer väljer bort företag som inte är jämställda. Var tredje i Generation Z kan inte tänka sig att jobba på ett företag som är dåligt för klimatet. Hur säkerställer arbetsgivarna att de jobbar jämställt och klimatsmart – och hur ska de lyckas kommunicera detta till den yngre generationen?

Lönen fortsatt viktig – men inte det enda som räknas

När Generation Z får bestämma räcker det inte att locka med en bra lön; vår undersökning visar att ledarskapet är lika viktigt som lönen när de ska välja arbetsgivare. För unga tjejer är ledarskapet till och med ännu viktigare än lönen. Arbetsgivarna behöver alltså fortsätta konkurrera med lön, men måste också se ledarskapet som en avgörande pusselbit för att attrahera framtida arbetskraft. När fackförbundet Unionen, tillsammans med Novus, genomförde en undersökning bland chefer uppgav tre fjärdedelar att unga talanger kräver en annan typ av ledarskap, medan var femte chef ansåg att unga är mer curlade och vana att få som de vill än andra medarbetare.¹² Enligt Ungdomsbarometerns undersökning *Workforce 2020* efterfrågar yngre medarbetare också tätare feedback från sina chefer.



ALLA

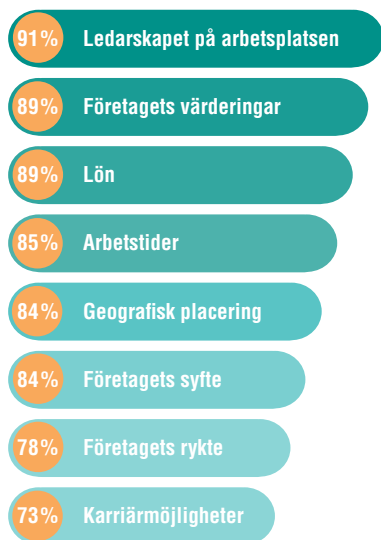


Fråga: Hur viktigt är följande när du ska välja arbetsgivare?

Tabellerna visar andel av Generation Z som uppger att faktorn är mycket eller ganska viktig.



TJEJER



KILLAR



Löneläget en utmaning för offentlig sektor

Enligt organisationen Jurek är låga löner och svagt ledarskap vanliga fördomar gentemot offentlig sektor.¹³ Eftersom just lön och ledarskap är de två viktigaste faktorerna när Generation Z väljer arbetsgivare är det avgörande att arbetsgivare inom offentlig sektor jobbar på att förbättra såväl löneutveckling som uppfattningar om ledarskap och karriärmöjligheter. I dagsläget ligger lönerna i offentlig sektor konsekvent under privat sektor. Det är också viktigt att ohälsotalen bland medarbetare inom skolan och sjukvården minskar för att rekryteringsgapet inte ska bli ännu större.



Löneskillnader

Sjuksköterska, grundutbildning, yrkeserfaren		
	Män	Kvinnor
Statlig	42 600	40 900
Kommunal	45 500	42 000
Privat	56 500	45 200
Grundlärarutbildning, årskurs 1–3 och 4–6, yrkeserfaren		
	Män	Kvinnor
Statlig	36 800	37 100
Kommunal	36 900	35 400
Privat	39 200	35 800
Civilingenjör, maskin, fordon och farkost, yrkeserfaren		
	Män	Kvinnor
Statlig	51 000	49 900
Kommunal	47 000	44 400
Privat	58 100	50 600

Källa: Arbetskraftsbarometern 2018

Spaning: Klimat och jämställdhet avgör jobbvalet

Vår undersökning visar att om ett företag framstår som jämställt och klimatsmart kan det locka till sig Generation Z. En av fyra unga kvinnor, och en av fem unga män, skulle kunna tänka sig att välja en arbetsgivare som de annars inte hade varit intresserade av om företaget var bra för klimatet. Mer än hälften av kvinnorna (54 procent) tycker att klimatkompensation är en mycket viktig förmån. Undersökningen visar också att en majoritet av unga tjejer väljer bort företag som inte är jämställda. När man frågar Generation Z vad som skulle få dem att välja bort en arbetsgivare som de annars hade varit intresserade av skulle tre av tio välja bort en arbetsgivare som inte var bra för klimatet. Att företag jobbar med sina värderingar och sitt klimatavtryck är därför absolut kritiska frågor för att säkra kompetensförsörjningen. Är arbetsgivarna redo att möta dessa utmaningar?



Fråga:

Vad skulle få dig att välja en arbetsgivare som du annars inte hade varit intresserad av?

	Samtliga Gen Z	Killar	Tjejer
Företaget är bra för klimatet	22 %	19 %	26 %
Arbetsplatsen har goda värderingar	29 %	21 %	38 %
Hög lön	64 %	65 %	64 %

Fråga:

Vad skulle få dig att välja bort en arbetsgivare som du annars hade varit intresserad av?

	Samtliga Gen Z	Killar	Tjejer
Företaget är inte bra för klimatet	31 %	27 %	35 %
Arbetsplatsen är inte jämställd	40 %	25 %	57 %
Låg lön	60 %	60 %	60 %

HÖG LÖN TOPPAR FORTFARANDE

Lön är fortfarande viktigt för Generation Z. Sex av tio skulle kunna välja en arbetsgivare de annars inte hade varit intresserade av om de erbjöds en hög lön. Med tanke på den senaste tidens utveckling när det gäller såväl pensionsprognoser som bostadspriser är det kanske inte så konstigt att Generation Z värderar ekonomisk trygghet högt.

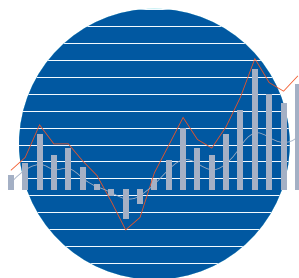
.....

Pension oväntat viktigt för den unga generationen

När Generation Z får ranka de viktigaste arbetsförmånerna i undersökningen slår pension och försäkringar högt – trots att det dröjer flera decennier innan det är dags för dem att gå i pension. Detta tyder på att dagens unga har tagit till sig larmrapporterna om låga pensionsprognoser. Enligt en undersökning från Swedbank behöver en civilingenjör född på 1990-talet spara mer än 2000 kronor mer varje månad under sin karriär jämfört med en kollega född på 1960-talet för att få en pension motsvarande 80 procent av slutlönen.¹⁴

Även om lön fortfarande toppar förmånslistan visar detta att arbetsgivarna behöver kommunicera pensionen som en viktig del av sitt totala erbjudande till medarbetarna. Detta innebär också utmaningar för de snabbväxande startups som etablerar sig i Sverige, men som ofta inte erbjuder tjänstepension till sina medarbetare. Kanske kommer pensionen att bli en avgörande faktor för att attrahera talang framöver?

På tredje plats på listan över Generation Z:s viktigaste förmåner hamnar kompetensutveckling. Detta kan förstås i ljuset av ett allt mer föränderligt arbetsliv, med växande krav på flexibilitet och lärande under karriärens gång. Mycket tyder också på att yngre fäster mindre vikt vid en akademisk examen jämfört med tidigare generationer (se kapitel 3).



De viktigaste arbetsförmånerna – topplista

Förmån	Alla	Killar	Tjejer
Lön	90 %	87 %	92 %
Pensioner och försäkringar	79 %	74 %	83 %
Kompetensutveckling	72 %	68 %	76 %
Flexibla arbetstider	65 %	60 %	70 %
Hälsa och friskvård	63 %	55 %	73 %
Extra semesterdagar	46 %	43 %	50 %
Klimatkompensation	44 %	35 %	54 %
Möjlighet att arbeta hemifrån	39 %	39 %	39 %
Utbildningsbidrag	39 %	33 %	46 %
Bonusar	36 %	42 %	31 %
Gemensamma teamaktiviteter	32 %	28 %	37 %
Subventionerad kollektivtrafik	27 %	25 %	29 %
Privat sjukvård	24 %	26 %	21 %
Resor	22 %	23 %	21 %
Måltidssubventioner	21 %	22 %	20 %
Tjänstebil	15 %	19 %	10 %
Personalrabatter hos kända varumärken	12 %	14 %	9 %
Optioner eller aktier	12 %	16 %	8 %
Hushållsnära tjänster	11 %	11 %	10 %
Livscoach	9 %	8 %	11 %
Volontärdagar	7 %	5 %	9 %
Streamingabonnemang	5 %	5 %	5 %

Tabellen visar andel av Generation Z som uppger att förmånen är mycket eller ganska viktig.

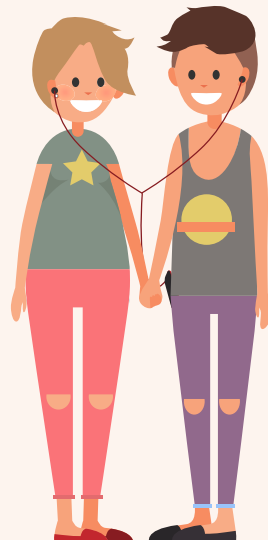
MODERNA FÖRMÅNER ÄR INGET FÖR GENERATION Z

Kanske trodde man att nyare förmåner som streamingabonnemang, en livscoach eller hushållsnära tjänster skulle vara mer attraktiva för Generation Z, men endast var tionde är intresserad av förmåner som dessa. Är Generation Z mer traditionella än vad vi trott?

KAPITEL 3

Att rekrytera från Generation Z

Glöm gammeldags arbetsansökningar med en lista på meriter. För Generation Z spelar både livserfarenhet och det personliga kontaktnätet störst roll när de söker jobb. Långt ifrån alla i generationen använder sig av cv när de kontaktar arbetsgivare, och de yngsta tror inte heller att en akademisk examen spelar lika stor roll för yrkeslivet. Frågan är hur denna skiftning kommer att hanteras av företagen. Generation Z:s bild av vad som krävs för att få en anställning kan innebära ett glapp mellan arbetsgivare och de som är framtidens arbetstagare.



.....

Examen mindre viktigt för unga

Det finns en åldersklyfta inom själva Generation Z när det kommer till synen på utbildningens genomslag på arbetsmarknaden. Tre av fyra 19–24-åringar, den äldre delen av generationen, tror att en akademisk examen är mycket eller ganska viktig för det framtida arbetslivet. Motsvarande siffra för 16–18-åringar är lägre, där endast två av tre har samma inställning.

Resultatet stärker den bild av Generation Z som har framkommit i tidigare undersökningar. I Universums rapport *Generation Z – rakt in i arbetslivet* beskrivs till exempel att många inom generationen är redo för ett föränderligt arbetsliv där de tror sig behöva uppdatera sina kunskaper längs vägen.

Så stor andel tror att en akademisk examen är ganska eller mycket viktig

Samtliga Gen Z	16–18 år	19–21 år	22–24 år
72 %	64 %	76 %	74 %

Men trots de små interna skillnaderna är det tydligt att Generation Z inte tror att det är antalet högskolepoäng som kommer att ge dem drömjobbet. Alla siffror visar att de yngre prioriterar både livserfarenhet och kontaktnät framför examen.

Fråga: Hur viktigt tror du att följande är för ditt framtida yrkesliv?

Det är viktigt med:	16–18 år	19–21 år	22–24 år	Samtliga Gen Z
Akademisk examen	64 %	76 %	74 %	72 %
Livserfarenhet	83 %	83 %	80 %	81 %
Kontaktnät	75 %	78 %	78 %	77 %

Resultatet ställer två frågor på sin spets:

1. Hur måste arbetsgivarna anpassa sig för att nå Generation Z?
2. När företagen väl har anställt personer ur generationen – vad kommer deras intåg att innebära för verksamheten? De nyanställda kommer med en bredare tilltro till sociala värden och en mindre stabil kunskapsgrund att stå på. Detta kommer att leda till nya omständigheter i företagets inskolnings- och utvecklingsarbete.

I rapporten *Workforce of the future: The competing forces shaping 2030* från PwC lyfts förmågan att anpassa sig fram som den enskilt viktigaste egenskapen för att nå framgång – både för arbetsgivare och arbetstagare.

I rapporten, där 10 000 människor intervjuats i 138 länder, beskrivs hur individen kommer tvingas vara redo att anpassa sig för en ny arbetssituation som är mer ad hoc-baserad än tidigare. Samtidigt ökar detta arbetsgivarnas ansvar för att tillhandahålla interna utbildningsprogram – både för att upprätthålla en hög kompetensnivå bland befintlig personal och för att locka till sig nya talanger.

Analysen går i linje med vad vår undersökning visar: allt fler ur Generation Z är beredda på att lära sig jobbet på jobbet.



.....

Hur ser framtidens rekryteringsprocess ut?

När de yngre inte ser akademiska meriter som lika viktiga längre påverkas också sättet de söker jobb på. Den som vill attrahera Generation Z behöver inse att det inte nödvändigtvis kommer ske via ett uppstyltat cv och ett personligt brev. För Generation Z:s inställning till vad som spelar störst roll för att få jobb, återspeglar sig också i hur man söker ett.

Vår undersökning visar hur ett skifte nu kan vara påbörjat. Ju lägre ner i åldrarna man tittar, desto mindre intressant anses en cv vara i syfte att söka jobb. Fler än var fjärde person mellan 16–18 år skrotar helt det klassiska utskicket. Så: Hur påverkar detta arbetsgivare?

Om målgruppen – framtidens arbetskraft – inte fogar sig i strukturen av cv, personligt brev och referenser i samband med en jobbansökan, har också den traditionella jobbannonseren spelat ut sin roll, åtminstone i uppdraget att fånga upp Generation Z.

Fråga: Vilken typ av cv/beskrivning av dig själv använder du helst när du söker jobb?

Typ av cv/beskrivning	16–18 år	19–21 år	22–24 år	Samtliga Gen Z
Textdokument eller pdf	68 %	89 %	94 %	84 %
Jag har inget cv	27 %	8 %	4 %	12 %

Det kan tolkas som att kriget om talangerna håller på att byta arena. För att fylla sitt kompetens- och personalbehov kan det nu krävas en mer aktiv roll i det externa rekryterandet från arbetsgivarens sida, men hur ska man göra för att hitta rätt? Den digitala utvecklingen, med strömningstjänster för musik och tv-serier och individanpassade flöden i sociala medier, har gjort Generation Z vana vid att få rekommendationer baserat på preferenser och tidigare val. Innebär det att de också förväntar sig relevanta och intresseväckande rekryteringsinsatser i sina sociala medie-flöden, snarare än att själva behöva scrolla och sålla bland standardiserade jobbannonser?

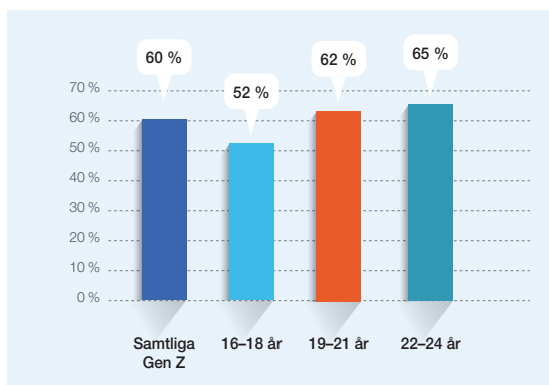
Att kunna visa upp värderingar som är i linje med Generation Z:s kommer att bli en allt mer central faktor i rekryteringsprocessen. Detta återspeglas både i Universums rapport *Generation Z: En inblick i framtiden* och i vår undersökning. Det här innebär att företag och organisationer i högre utsträckning kommer att behöva kommunicera sitt interna värderingsarbete även externt för att uppfattas som en attraktiv arbetsgivare. Att bygga ett gott renommé inifrån och ut är förstås också det bästa sättet att bli attraktiv nog att locka till sig spontansökningar från potentiella kandidater, istället för att lägga tid och resurser på att annonsera efter personal.



Generation Z ser fram emot framtiden

Trots att mycket tyder på att den yngre delen av Generation Z har låg tilltro till de konventionella vägarna in på arbetsmarknaden finns fortsatt en optimistisk bild av framtiden. Mer än hälften av 16–24-åringarna ser ljus på sina utsikter att få den karriär de drömmer om. Framtidstron är dock lite mer pessimistisk ju yngre personen är.

Fråga: Vad är din inställning till att få den yrkes- karriär du önskar?





Slutkommentar

Vem som vinner slaget om Generation Z – en generation som precis har påbörjat sitt intåg på arbetsmarknaden – får förstås framtiden utvisa. Men den arbetsgivare som vill vara med och tävla behöver inte bara erbjuda konkurrenskraftiga löner och ett gott ledarskap. Viktigare än någonsin är att också kunna kommunicera ett tydligt syfte med verksamheten och uppvisa värderingar som den nya generationens arbetskraft kan identifiera sig med.

För arbetsgivarna innebär det här olika utmaningar beroende på bransch. Startup-bolag som har lagt resurser på att odla en modern image med coola lokaler borde få en tankeställare av att Generation Z rankar en till synes grå förmån som pensionen som viktigast efter lön. Många privata företag behöver också tänka till ett extra varv kring syfte och värderingar – framför allt när det gäller klimat och jämställdhet. I dagens transparenta samhälle räcker det inte med att formulera rätt budskap i enskilda kampanjer. Värderingarna som kommuniceras externt måste motsvaras av verkligheten internt.

Den offentliga sektorn å sin sida kan tyckas ha ett försprång med tanke på Generation Z:s relativt stora intresse för att arbeta inom vård och utbildning. Agenda 2030 har också bidragit till att sätta klimatfrågan högt på dagordningen i många kommuner, och andelen kvinnor i chefsposition är överlag betydligt högre i offentlig sektor än i den privata.¹⁵ Om lönerna fortsätter att halka efter näringslivet, och de stressrelaterade sjukskrivningarna ökar ytterligare, är dock risken stor att den nya generationen vänder i dörren och söker sig till andra sektorer än vård och skola.

Även om man lyckas med rekryteringen av talanger från Generation Z är det naivt att tro att man får behålla dem lika länge som tidigare generationers trotjänare. De arbetsgivare som kan skapa ett högt engagemang bland medarbetarna kommer säkerligen att belönas med större lojalitet även i framtiden. Den ökade rörligheten på arbetsmarknaden som vi sett de senaste åren lär dock vara här för att stanna – på gott och ont. Det ställer i sin tur högre krav på arbetsgivarna att erbjuda effektiva processer för onboarding så att nyanställda snabbt kan komma in i verksamheten, liksom genomtänkta rutiner för offboarding för att minimera risken att kunskap går förlorad när erfaren personal slutar.

Generation Z verkar fästa mindre vikt vid akademisk utbildning än tidigare generationer, vilket kommer att göra kompetensutvecklingen på arbetsplatsen än viktigare framöver. Kanske kommer en mer flexibel syn på utbildning att underlätta för den som vill prova nya yrken och karriärvägar under arbetslivets gång? Det skulle också kunna ses som en möjlighet för branscher som behöver locka till sig nya grupper för att lyckas täcka rekryteringsbehoven. Detta ser ut att bli en utmaning även de närmaste åren, inte minst eftersom traditionella könsmonster tycks kvarstå när Generation Z väljer sina framtida yrkesbanor.

Men att lyckas bli en attraktiv arbetsgivare för Generation Z är förstås bara en del av lösningen på dagens och framtidens rekryteringsutmaningar, inom såväl privat som offentlig sektor. Och om vi lyfter blicken är detta inte heller bara en fråga för arbetsgivarna, utan för hela samhället. Om Sverige ska kunna fortsätta leverera välfärd på den nivå som vi alla förväntar oss, och samtidigt kunna producera startups, innovationer och välstånd som ledande nation, krävs breda insatser från alla aktörer på arbetsmarknaden – även från politiskt håll.





Källor:

Förord:

1. SKL: Sveriges viktigaste jobb finns i välfärden (2018)
2. SKL: Ekonomirapporten, maj 2019
3. IT & Telekomföretagen: IT-kompetensbristen (2017)
4. Ungdomsbarometern: iGen, Gen Z eller Smartphonegenerationen? – Perspektiv på dagens unga (2018)

Kapitel 1:

5. Pressmeddelande "Tre miljarder för ökad specialistkompetens och fler anställda i vården", Finansdepartementet & Socialdepartementet 27 januari 2018
6. Karolinska institutet: Sjuksköterskor 10 år efter examen. Karriär och hälsa. En uppföljning av LUST-undersökningen (2019)
7. SKL: Skolans rekryteringsutmaningar (2018)
8. SCB 30 största yrkena: Förvärvsarbetande anställda 16–64 år efter antal i yrket (2017)
9. <https://www.pitea.se>
10. SKL: Sveriges viktigaste jobb finns i välfärden (2018)
11. Unionen: Anställd i civilsamhället – ett kall eller vanligt kneg? (2016)

Kapitel 2:

12. <https://vdtidningen.se/unga-talanger-kraver-ny-typ-av-ledarskap/>
13. <https://jurek.se>
14. <https://news.cision.com>

Slutkommentar:

15. <https://www.ekonomifakta.se>



Attrahera, engagera och behåll kompetensen
du behöver – idag och i framtiden.

Läs mer på benify.se