

Hilfestellung:

Wie ticken die verschiedenen Generationen und wie können Sie mit Ihrem Recruiting-Prozess darauf reagieren?

Diese Übersicht versucht bei konkreten Fragen im Recruiting-Prozess Orientierung zu geben. Daraus können Sie individuelle Maßnahmen für Ihre Personalsuche und -arbeit ableiten. Allerdings gibt es für diesen kreativen Prozess kein Patentrezept. Unberücksichtigt bleiben Unterschiede bedingt durch Geschlecht, religiöse und kulturelle Herkunft, Bildungsgrad usw. Somit erhebt diese Übersicht keinen Anspruch auf Vollständigkeit und Garantie.

Faktoren für Recruiting-Prozess	Generation X 1961-1980	Generation Y 1981-1995	Generation Z 1996-2010
Anteil an Belegschaft in deutschen Unternehmen (2019)	Ca. 30%, Tendenz fallend	<50%, Tendenz steigend	Ca. 3-5%, Tendenz steigend
Prägung	Dt. Wiedervereinigung, Ende des Kalten Kriegs, Abrüstung	Internat. Terror (9/11), Globalisierung, Wohlstand	vernetzte und digitale Welt, zunehmend Klimakrise
Welche Ansprache erwarten die Generationen?	<ul style="list-style-type: none"> • Oft noch förmlich • Meistens SIE • Sehen sich teilweise selber noch als Bittsteller im Bewerbermarkt 	<ul style="list-style-type: none"> • SIE und DU möglich • Variiert je nach Branche • Zielgerichtet und individuell • kein Gießkannenprinzip 	<ul style="list-style-type: none"> • Erwarten, dass Unternehmen auf sie zukommen • Wollen ernst genommen werden • Überwiegend DU
Welche Medien und Kanäle nutzen sie?	Text dominiert → E-Mail, SMS, TV zum Teil noch auf Papier Zeitung → lesen auch noch (online) Stellenanzeigen → nutzen online Medien (Business Portale, facebook & Netzwerke)	SMS und WhatsApp papierlose Mediennutzung → wenn überhaupt Stellenanzeigen, dann online → Business Portale Xing, LinkedIn, Netzwerke → z. T. Facebook	Snapchat, WhatsApp... → Bilder dominieren: SnapChat, WhatsApp, YouTube & Instagram... → wenn Zeitung, dann vorzugsweise digital → bevorzugen lebendiges Bildmaterial d. h. Videos/Stories
Was ist für sie beim Auswahlprozess entscheidend?	<ul style="list-style-type: none"> • persönliche Kommunikation via E-Mail • Anrufe nach Einverständnis oder face-to-face interview → zuerst E-Mail-Kommunikation, dann ggf.	<ul style="list-style-type: none"> • Virtuelle Kommunikation mit Unternehmen • schnelle Entscheidungen → zielgerichtete Anfragen, die sinnvoll und passend sind → persönliche Interviews auch mit dem Team in spe	<ul style="list-style-type: none"> • Schnelligkeit • überall und jederzeit Informationen zu bekommen • Bewerbung ohne Aufwand, d. h. mobile Recruiting oder 1click-Bewerbung → responsive Design der Website mit

	Anruf, auch persönliche Interviews (face-to-face) → Active Sourcing	(ggf. Probearbeiten?) → Active Sourcing & Talentpool	Unternehmensvideos z. B. → Slim Recruiting, heißt unkomplizierter Bewerbungsprozess ohne Hürden → Interviews bspw. via facetime, Skype
Präferierte Technik am Arbeitsplatz	Telefon (Festnetz und Mobiltelefon) & PC	Smartphone (vereinzelt noch Festnetz) & Tablet	Smartphone und Tablet sind Must-Haves
Wie wollen sie arbeiten?	<ul style="list-style-type: none"> • Zunehmend flexibel • home-office wird zunehmend gefragter 	<ul style="list-style-type: none"> • Sehr flexibel: Büro oder home-office • In Projekten 	<ul style="list-style-type: none"> • Global workspace – es geht von überall, wenn entsprechende Technik vorhanden
Was spricht für ein Unternehmen?	<ul style="list-style-type: none"> • Familienfreundliche Arbeitszeitgestaltung • Eigenverantwortliches Arbeiten • Wenige Hierarchiestufen und direkte Einbindung in Entscheidungen • Wenn das Unternehmen eine bekannte Marke ist (ausgeprägtes Markenbewusstsein der GenZ) 	<ul style="list-style-type: none"> • Flexible Arbeitszeiten • Eingebunden in Projekte • Freiraum bei persönlicher Gestaltung der Arbeitszeit • gute Referenzen & gutes Image des Betriebs • neuestes technisches Equipment • Bezahlung 	<ul style="list-style-type: none"> • Flexibilität von Arbeitszeit und -ort → global workspace • Neueste Ausstattung am Arbeitsplatz und im Büro • individuelle Betreuung, z. B. Mentoring • Engagement für Umwelt/Soziales
Wie kommunizieren sie?	Zentralisiert z. T. noch obrigkeitsdenkend	Kollaborativ	Kollaborativ & selbstbewusst
Wie geben sie Feedback?	Regelmäßig im Team	Kontinuierlich in alle Richtungen	Kontinuierlich in alle Richtungen
Welche Werte erwarten Sie von Unternehmen?	<ul style="list-style-type: none"> • Pragmatismus • Familienorientierung • Brand Building 	<ul style="list-style-type: none"> • Gleichstellung • Transparenz • Offenheit für Wandel und Flexibilität 	<ul style="list-style-type: none"> • Nachhaltigkeit • soziales Engagement • zunehmende Klimasensibilität • konkretes Handeln nach Werten • Gleichstellung wird vorausgesetzt
Welchen Anspruch an Arbeit haben sie?	<ul style="list-style-type: none"> • Work-Life-Balance ist wünschenswert • Entscheidungsbefugnis • abwechslungsreiche Aufgaben • flexible und familienzentrierte Arbeitsmodelle • „Privates neben dem Beruf“ <p>→ Arbeit ist Mittel zum Zweck</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Work-Life-Balance ist ein Must-Have • Diversität • Freiheit und Flexibilität • Selbstbestimmung • Abnehmende Führungsbereitschaft • Ambitioniert • Neueste Technik • „Berufliches wird mit Privatem verbunden“ <p>→ beim Arbeiten leben und beim Leben arbeiten</p>	<ul style="list-style-type: none"> • global workspace • Diversität • Kreative Aufgaben in digitalem Umfeld • Individuelle Betreuung • Sicherheit und Stabilität durch Strukturiertheit • finanzielle Sicherheit • „Privates von Beruflichem getrennt“ • Spaß im Beruf ist

			wichtiger als Erfolg im Beruf → Arbeit ist nur ein Teil vom Leben
Woraus ziehen sie Motivation?	Erfolg und Bestätigung	Spaß und Sinnhaftigkeit	Spaß und Sinnhaftigkeit
Was vermittelt Status?	Starke Marken, Firmen-PKW (abnehmend) sowie Materielles (sich was leisten können)	Technische Ausstattung und freie Zeiteinteilung	Standing (Likes) via social Media und technische Ausstattung sowie Engagement