Elena Amador

Inwiefern beeinflusst Gen Z Arbeitsmarkt und Arbeitgeber?

Ein Handlungsleitfaden für Unternehmen

WIRTSCHAFT

Academic Plus

BEI GRIN MACHT SICH IHR
WISSEN BEZAHLT

- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit,
  Bachelor- und Masterarbeit

- Ihr eigenes eBook und Buch -
  weltweit in allen wichtigen Shops

- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei www.GRIN.com hochladen
und kostenlos publizieren

GRIN

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über http://dnb.dnb.de/ abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlages. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Impressum:

Copyright © 2023 GRIN Verlag
ISBN: 9783346985781

Dieses Buch bei GRIN:

https://www.grin.com/document/1431817

Elena Amador

Inwiefern beeinflusst Gen Z Arbeitsmarkt und Arbeitgeber? Ein Handlungsleitfaden für Unternehmen

GRIN Verlag

GRIN - Your knowledge has value

Der GRIN Verlag publiziert seit 1998 wissenschaftliche Arbeiten von Studenten, Hochschullehrern und anderen Akademikern als eBook und gedrucktes Buch. Die Verlagswebsite www.grin.com ist die ideale Plattform zur Veröffentlichung von Hausarbeiten, Abschlussarbeiten, wissenschaftlichen Aufsätzen, Dissertationen und Fachbüchern.

Besuchen Sie uns im Internet:

http://www.grin.com/

http://www.facebook.com/grincom

http://www.twitter.com/grin_com

Academic Plus – Aktuell, relevant, hochwertig

Mit Academic Plus bietet GRIN ein eigenes Imprint für herausragende Abschlussarbeiten aus verschiedenen Fachbereichen. Alle Titel werden von der GRIN-Redaktion geprüft und ausgewählt.

Unsere Autor:innen greifen in ihren Publikationen aktuelle Themen und Fragestellungen auf, die im Mittelpunkt gesellschaftlicher Diskussionen stehen. Sie liefern fundierte Informationen, präzise Analysen und konkrete Lösungsvorschläge für Wissenschaft und Forschung.

Academic *Plus*

UNIVERSITY
OF APPLIED SCIENCES

Bachelorarbeit

Wirtschaftsrecht

Thema der Bachelorarbeit:

Der Arbeitsmarkt im Wandel – Inwiefern beeinflusst Gen Z den Arbeitsmarkt?

Elena Amador

Die Bachelorarbeit ist bis zum 05.06.2023 einzureichen.

Kurzfassung

Im Rahmen der vorliegenden Bachelorarbeit wird die Erwartungshaltung von Gen Z an den Arbeitsmarkt, insbesondere unter Berücksichtigung der Mitarbeiterbindung und -motivation, untersucht. Dafür wird zunächst der Arbeitsmarkt porträtiert, um eine aktuelle Übersicht schaffen zu können. Die auf dem Arbeitsmarkt vertretenen Generationen werden betrachtet und im Anschluss werden die jeweiligen Merkmale der Generationen herausgearbeitet. Um die Diversitäten zwischen den einzelnen Generationen nachvollziehen zu können, wird die Generationentheorie erörtert und Abgrenzungen der Gen Z zu ihren Vorgängergenerationen werden getroffen. Dabei wird insbesondere die Abgrenzung zu Gen Y und der „Boomer“ Generation beleuchtet.

Des Weiteren wird die Erwartungshaltung von Gen Z an den Arbeitgeber betrachtet. Um die Erwartungshaltung von Gen Z zu erfassen, werden diverse Studien zur Analyse herangezogen. Die eigens durchgeführte Onlineumfrage befasst sich mit dem Medienverhalten und der Erwartungshaltung an den Arbeitgeber von Gen Z. Dabei stellte sich heraus, dass die Gen Z wie zu erwarten stark digital ausgerichtet und häufig auf Social Media aktiv ist, jedoch von Arbeitgebern nicht darüber kontaktiert werden möchte.

Anhand der Studienlage zur Gen Z wurden die Ergebnisse ausgewertet und ein Handlungsleitfaden für Unternehmen entwickelt, der Maßnahmen zur Bindung an künftige Mitarbeiter, insbesondere der Gen Z, beinhaltet. Durch den veränderten Rekrutierungsprozess sind neue Berufsbilder wie etwa der Social-Media-Manager entstanden.

Abstract

The bachelor thesis examines Gen Z's expectations of the labour market, particularly with regard to employee retention and motivation. For this purpose, the labour market is first portrayed in order to create an up-to-date overview. The generations represented on the labour market are considered and then the characteristics of the generations are identified. In order to be able to understand the diversity between the individual generations, the generation theory is discussed and delimitations of the Gen Z from its predecessor generations are made. In particular, the delimitation of Gen Y and the "boomer" generation is highlighted.

Furthermore, Gen Z's expectations of the employer are considered. In order to assess the expectations of Gen Z, various studies are used for analysis. The specially conducted online survey looked at the media behaviour and expectations of Gen Z's employer. It turned out that, as expected, Gen Z is very digital and very active on social media but does not want to be contacted by employers via social media.

Based on the study situation on Gen Z, the results were evaluated and an action guide for companies was developed, which includes measures to bind future employees, in particular Gen Z. As a result of the changed recruitment process, new job profiles have emerged, such as the social media manager.

Gliederung

Kurzfassung II
Abstract III
Abbildungsverzeichnis VI
Tabellenverzeichnis VII
Abkürzungsverzeichnis VIII
Der Arbeitsmarkt im Porträt 1
1.1 Gen Z auf dem Arbeitsmarkt 1
1.2 Einfluss Corona auf den Arbeitsmarkt 3
1.3 Aufbau der Arbeit 4
1.4 Zielsetzung der Arbeit 5
2. Herausforderung Human Ressources 6
2.1 Mitarbeiterrekrutierung 6
2.1.1 modernes Recruting 8
2.1.2 Online Recruting 10
2.2 Bindung neuer Mitarbeiter 13
2.2.1 Durch Motivation 15
2.2.2 Durch Management 19
3. Generationentheorie 20
3.1 Der Generationsbegriff 20
3.2 Erörterung der Generationentheorie 21
3.3 Der Nutzen der Generationentheorie auf dem Arbeitsmarkt 21
3.4 Vier Generationen in der Arbeitswelt 22
3.4.1 Generation „Boomer“ 23
3.4.2 Generation X 24
3.4.3 Generation Y 24
4. Generation Z – Die neue Generation auf dem Arbeitsmarkt 26
4.1 Jahrgänge Gen Z 26

4.2 Merkmale Gen Z 27
4.3 Abgrenzung Gen Z 29
4.3.1 Abgrenzung Gen Y 29
4.3.2 Abgrenzung Babyboomer 31
4.4 Studien Gen Z 32
4.4.1 Bildung 32
4.4.2 Medienverhalten Gen Z 32
4.4.3 Lernverhalten Gen Z 34
4.4.4 Wertevorstellung Gen Z 34
4.4.5 Erwartungen Gen Z 35
4.4.6 Generation Corona 36
4.5 Einfluss Gen Z auf den Arbeitsmarkt 37
5. Gen Z und der Arbeitgeber 38
5.1 Onlineumfrage zur Erwartungshaltung an den Arbeitgeber 39
5.2 Zielsetzung der Umfrage 39
5.3 Umfragemethodik 39
5.4 Fünf Hypothesen der Umfrage 40
5.5 Erörterung und Interpretation der Umfrageergebnisse 41
..... 44
6. Herausforderungen und Handlungsleitfaden für Arbeitgeber 58
6.1 Neue Rekrutierungsmaßnahmen 59
6.1.1. Active Sourcing 59
6.1.2. Geeignete Kanäle 61
6.2 Neue Berufsbilder – social Media Manager 63
7. Fazit und Prognose Gen Z – die etwas unerwartete Generation 65
Literaturverzeichnis IX
Anhang XXII

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Internetstellenbörsen 9
Abb. 2: Stellenausschreibung neue Internetstellenbörsen 10
Abb. 3: Anwendung social Media Kanäle 12
Abb. 4: ARCS Modell 16
Abb. 5: Bedürfnispyramide nach Maslow 16
Abb. 6: Regelmäßige Nutzung sozialer Medien Gen X, Y, Z 33
Abb. 7: demographische Angaben Abschluss 42
Abb. 8: demographische Angaben Alter 42
Abb. 9: demographische Angaben Geschlecht 43
Abb. 10: demographische Angaben höchster Bildungsabschluss 43
Abb. 11: Wie digital bist du? 44
Abb. 12: Informationssuche 44
Abb. 13: Kommunikationsform 44
Abb. 14: Nutzung social Media Dienste 45
Abb. 15: Wie konsumierst du Inhalte? 46
Abb. 16: 5 wichtige Faktoren Arbeitswelt 47
Abb. 17: wenig relevante Faktoren 48
Abb. 18: Was ist dir wichtiger? 48
Abb. 19 Motivationsfaktoren 49
Abb. 20: Wie informierst du dich über einen Arbeitgeber? 50
Abb. 21: Jobsuche 51
Abb. 22: Kanäle wo Unternehmen vertreten sein sollten 52
Abb. 23: Einblicke hinter die Kulissen? 52
Abb. 24 Kontaktaufnahme Unternehmen 53
Abb. 25: Authentizität Unternehmen 54
Abb. 26: Image Unternehmen 54
Abb. 27: Arbeitsplatz 56
Abb. 28 Nutzung social Media Dienste Gen Y, X 57
Abb. 29: 5 Faktoren Arbeitswelt Gen Y, X 57
Abb. 30: Arbeitsplatz Gen Y, X 57
Abb. 31 Was ist dir wichtiger? Gen Y, X 58