

# 5 Tipps zur erfolgreichen Gen Z-Rekrutierung

So finden und überzeugen Sie Ihre  
Fach- und Führungskräfte von morgen



## Gen Z – Ihre zukünftigen Mitarbeitenden

Junge Menschen sind der Schlüssel für die Zukunft Ihres Unternehmens. Denn nur mit gut ausgebildetem Nachwuchs können Sie dem Fachkräftemangel zuvorkommen. Die Schüler:innen von heute sind die Fachkräfte von morgen – Und deshalb für Personaler:innen so interessant. Gleichzeitig ist es jedoch schwieriger geworden, die veränderten Erwartungen der Generation Z zu verstehen und zu erfüllen. Welche Werte spielen für die jungen Menschen aus dieser Generation eine Rolle, und wie lassen sich diese auf Arbeitswelt übertragen? Eine wichtige Stütze dabei spielt die Darstellung und Kommunikation als attraktiver Arbeitgeber nach außen, dem sogenannten Employer Branding.



## Attraktive Marke dank Employer Branding

Beim Employer Branding geht es darum, ein Unternehmen als attraktiven Arbeitgeber darzustellen. Es umfasst die strategische Gestaltung und Kommunikation der Arbeitgebermarke, um das Image des Unternehmens zu stärken und die Rekrutierung und Bindung von Talenten zu verbessern. Im Recruitingprozess ist ein starkes Employer Branding von großer Bedeutung, da es dazu beiträgt, das Interesse potenzieller Kandidat:innen zu wecken und sie dazu zu bewegen, sich bei einem Unternehmen zu bewerben.

Studien zeigen, dass Unternehmen mit einem starken Employer Branding eine höhere Anzahl von Bewerbungen erhalten und eine höhere Wahrscheinlichkeit haben, die richtigen Kandidat:innen zu finden. Besonders für das Recruiting von Auszubildenden ist ein authentisches Employer Branding von großer Bedeutung, da die Generation Z besonders anspruchsvoll in Bezug auf Vorstellungen und Erwartungen ihrer Arbeitgeber ist und sich vor allem für solche Unternehmen interessiert, die zu ihren Werten und Interessen passen. Daher ist es wichtig, dass Unternehmen ihre Employer Branding-Strategie auf die Wünsche und Erwartungen der Generation Z ausrichten und authentisch und glaubwürdig präsentieren.

***Ein starkes Employer Branding führt zu mehr Bewerbungen.***

## »» Das ist die “Generation Z”

Wer die Generation Z rekrutieren will, muss sie verstehen. Eine zielgruppen-gerechte Ansprache ist besonders wichtig, daher finden Sie hier die sechs wichtigsten Fakten zur GenZ:

1. Zwischen 1995 und 2010 geboren.
2. Sie sind als “Digital Natives” mit dem Internet und digitalen Technologien aufgewachsen und daher sehr technologieaffin.
3. Selbstverwirklichung, Sinnhaftigkeit, soziale Verantwortung und Flexibilität sind Ihnen wichtig - und stehen damit noch vor Geld, Karriere und/oder Statussymbolen.
4. Eine gesunde Trennung zwischen Arbeit und Privatleben (Work-Life-Balance) ist relevanter als für ältere Generationen.
5. Der Arbeitgeber muss zu den eigenen (Wert-)vorstellungen passen und Entwicklungsmöglichkeiten bieten.
6. Die Welt ist ihr Zuhause: Die Generation Z denkt global und ist weit vernetzt.

Im Zeitalter des Fachkräftemangels wissen junge Menschen um ihren Wert und ihre Verhandlungsposition gegenüber potenziellen Arbeitgebern. Ein gutes Employer Branding, das auf die Wünsche und Bedürfnisse der Generation Z abgestimmt ist, schafft positive Recruitingserfolge im Handumdrehen.

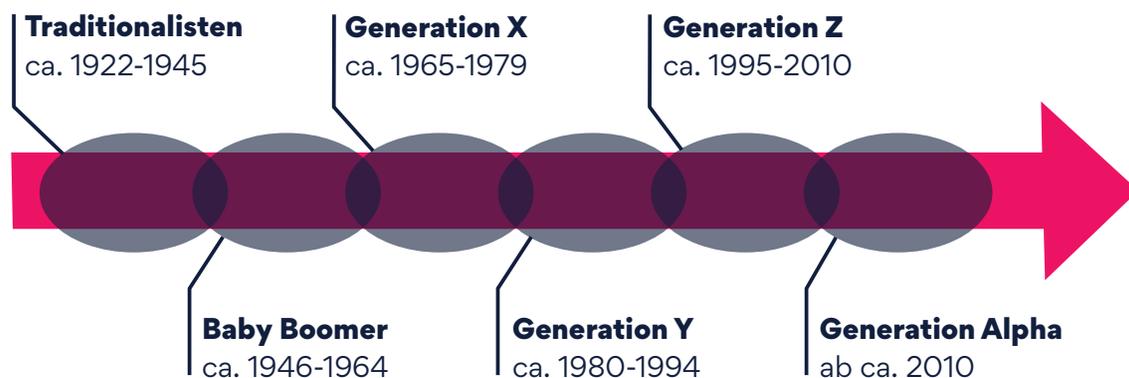


Abbildung 1: Die Generationen in zeitlicher Übersicht nach Geburtsjahren.



# Tipp 1:

## Seien Sie dort, wo Ihre zukünftigen Azubis sind

Wenn Sie die Generation Z erreichen wollen, dann müssen Sie aktiv im Netz unterwegs sein – denn dort ist Ihre neue Zielgruppe. 80 Prozent sind über 3 Stunden pro Tag am Smartphone; 36% der befragten Frauen und 28% der Männer nutzen ihre Smartphones sogar mehr als sechs Stunden pro Tag. Der größte Teil der Zeit wird auf TikTok verbracht, gefolgt von YouTube und Instagram (Umfrage der WeCreate Germany GmbH, 2022).

### Checkliste: Online-Präsenz

- Social-Media-Kanäle:** Ein Viertel der Jugendlichen nutzt Social Media zur Berufsorientierung (KOFA-Studie 2/2021). Prüfen Sie, auf welchen Plattformen Sie bereits Kanäle haben und halten Sie diese aktuell. Spielen Sie lieber ausgewählte Plattformen kontinuierlich gut, als überall vertreten zu sein, aber kaum aktiv zu posten. Wir empfehlen - für die Generation Z - auf jeden Fall einen Instagram-Account und einen YouTube-Channel.
- Website:** Stellen Sie sicher, dass Ihre Website aktuell, übersichtlich und attraktiv gestaltet ist. Sie sollte für Außenstehende intuitiv zu navigieren sein. Nicht vergessen: Ihre Website sollte in jedem Fall mobil optimiert sein, damit man sich auch auf dem Handy informieren kann.
- Karriereseite:** Starten Sie eine eigene Karriereseite für Ihr Ausbildungsmarketing. So können Sie die wichtigsten Informationen für (potenzielle) Azubis auf einer Seite bündeln - und hier Ihre Zielgruppe direkt ansprechen. Stellen Sie Ihre Ausbildungsgänge vor, lassen Sie aktuelle Azubis zu Wort kommen und bieten Sie eine unkomplizierte Möglichkeit zur direkten Bewerbung.
- Influencer:** Überlegen Sie, ob Influencer-Marketing zu Ihnen (Ihrem Unternehmen und Ihrer Branche) passt, um sich und Ihre Ausbildungsplätze bei der Generation Z bekannter zu machen.

Fördern Sie den Austausch mit der Generation Z und bieten Sie ihnen die Möglichkeit, sich aktiv an der Gestaltung Ihrer Online-Präsenz zu beteiligen, z.B. durch die Nutzung von Umfragen oder durch die Einbindung von User-generated Content.

## **Tipp 2:** **Geben Sie authentische Einblicke**

Bewerber:innen der Generation Z wollen wissen, was wirklich hinter einem Unternehmen steckt, wie die Teams und Chefs drauf sind und wie der Arbeitsalltag aussieht. Zeigen Sie, wer Sie sind, welche Werte Sie als Unternehmen leben und was Azubis erwartet, wenn sie sich für Sie entscheiden. Sie kennen den Spruch: Bilder (und Videos) sagen mehr als tausend Worte. Mit langen Fließtexten und emotionslosen Standardtexten begeistern Sie niemanden - und erst recht nicht die junge Generation, die jeden Tag zahlreiche aufregende Bilder und Videos aufs Handy gespielt bekommt.

### *Checkliste:* **Authentizität**

- Echte Fotos:** Verbannen Sie Stock-Fotos von Ihrer Website und zeigen Sie echte Einblicke. Nutzen Sie Fotos, um Ihr Team vorzustellen. Auch Bilder Ihrer Arbeitsräume - Büro, Werkstatt & Co. - können potenziellen Azubis helfen, ein Bild von Ihrem Unternehmen zu bekommen.
- Videobotschaften:** Nutzen Sie Ihre aktuellen Azubis als Botschafter:innen für Ihr Unternehmen und lassen Sie sie zu Wort kommen - z.B. in kurzen Interviews zu aktuellen Projekten, zur bisherigen Ausbildungszeit oder zu fachlichen Einblicken in das Ausbildungsfeld. Auch die Betreuer:innen Ihres Ausbildungsprogramms, HRler:innen und Geschäftsführer:innen können sich neuen (potenziellen) Azubis vorstellen. Und haben Sie schon mal an einen Videorundgang gedacht?
- Benefits:** Zeigen Sie, welche Benefits eine Ausbildung bei Ihnen mit sich bringt. Heben Sie sich von Ihren Mitbewerber:innen ab und füllen Sie klassische Formulierungen wie "Flexibilität" mit Inhalten und werden Sie konkret werden, was das im Ausbildungsalltag tatsächlich bedeutet.

Nicht vergessen: Viele vermeintliche "Benefits" werden von der Generation Z als selbstverständlicher Standard angesehen (z.B. flexible Arbeitszeiten, eine moderne Ausstattung oder Weiterbildungen). Das heißt nicht, dass darauf verzichtet werden kann, sondern dass es für ein Abheben von der Konkurrenz noch mehr braucht (z.B. Sport- und Gesundheitsangebote, Corporate-Social-Responsibility-Programme, Vereinbarkeitsangebote für Familie und Beruf, Teambuildingaktivitäten, Regelungen zu Sabbaticals...).



## Tipp 3:

### Schaffen Sie viele und frühe Kontaktpunkte

Jede Form von Branding braucht Zeit; so auch Employer Branding. Viele verschiedene Kontaktpunkte ebnen den Weg dafür, dass potenzielle Azubis Sie während der Schulzeit und bei der Berufswahl als Arbeitgeber im Hinterkopf haben. Nicht vergessen: Ihre Zielgruppe sind Schüler:innen während der beruflichen Orientierungsphase - und nicht erst diejenigen, die gerade frisch aus der Schule kommen. Fangen Sie daher frühzeitig mit Ihrem Azubimarketing an, um eine langfristige und wirksame Bindung zur Generation Z aufzubauen.

#### Checkliste: Kontakte knüpfen

- Schulprogramme und Praktika:** Praktika oder Tagesprogramme wie der Girls' und Boys' Day sind für viele Schüler:innen die ersten Einblicke in die Arbeitswelt. Beteiligen Sie sich hier aktiv, um schon frühzeitig mit der Generation Z in Kontakt zu kommen.
- Messen:** Die Generation Z informiert sich über fast alles im Internet und ist daher nicht immer auf Ausbildungs-/Karrieremessen anzutreffen. Bei ihren Eltern sieht das jedoch anders aus, daher können Sie hier erste Anknüpfungspunkte schaffen, um mit den Eltern von zukünftigen Azubis in den Austausch zu kommen - denn sie sind neben dem Internet und Freund:innen prägend bei der Wahl für einen Ausbildungsplatz.
- Tag der offenen Tür** (auch online möglich!): Viele Azubis suchen einen Ausbildungsbetrieb in der Nähe des Heimatorts. Schaffen Sie unterjährig mehrere (lokale) Anknüpfungspunkte, um sich der Jugend in Ihrer Nähe vorzustellen - bei Stadtfesten, Preisverleihungen, Schulaktivitäten oder durch Tage der offenen Tür. Machen Sie Ihr Arbeitsklima und Ihre Entwicklungschancen für Azubis erlebbar.
- “Frag den Azubi”:** Wer sich über Ausbildungsgänge und Unternehmen informiert, hat häufig viele Fragen. Gerade die Generation Z vertraut hier auf Einschätzungen von Gleichaltrigen. Bieten Sie Raum für Fragen, zum Beispiel durch offene, virtuelle Austauschrunden, bei denen Ihre aktuellen Azubis die Fragen des potenziellen Nachwuchses beantworten.\*

\*Etwa jeder vierte Azubi bricht seine Ausbildung wieder ab. Häufig liegt es an falschen oder fehlenden Vorstellungen vom Arbeits- und Ausbildungsalltag. Das ist mit guter Vorbereitung vermeidbar.

## **Tipp 4:** **Zeigen Sie Ihre Werte**

Ein Wort ist für die Generation Z so wichtig wie für keine andere Generation vor ihnen: "Purpose". Hinter dem englischen Begriff versteckt sich der Sinn und Zweck eines Unternehmens, der über reine betriebliche Kennzahlen wie Gewinn und Umsatz hinausgeht. Unternehmen sollten sich so zum Beispiel für soziale und umweltfreundliche Projekte engagieren, um für die Generation Z attraktiv zu sein. Drei große Schlagworte sind: Spaß, Sinn und Sicherheit. Junge Menschen wollen Selbstwirksamkeit durch eigene Projekte erfahren. Die Ausbildung soll sich wie ein Schritt in die richtige Richtung anfühlen und nicht wie das Zusteuern auf eine Sackgasse.

### *Checkliste:* **Purpose schaffen**

- Werte erlebbar machen:** Zeigen Sie was Ihre Unternehmenswerte sind und untermauern Sie das Ganze mit klaren Beispielen, die zeigen, wie Sie diese Werte im Alltag leben. Unterstützen Sie lokale Projekte in Ihrer Region? Engagieren Sie sich mit Ihren Mitarbeitenden in sozialen Projekten? Organisieren Sie Spendenläufe oder gleichen Sie Ihre CO2-Emissionen aus? Zeigen Sie all diese Dinge!
- Relevanz zeigen:** Heben Sie hervor, warum die Arbeit, die bei Ihnen gemacht wird, wichtig ist, welchen Mehrwert sie bringt. Lassen Sie Kund:innen zu Wort kommen, denen Sie geholfen haben, oder teilen Sie Zahlen, die Ihren positiven Einfluss in Ihrer Stadt zeigen.
- Perspektive geben:** Erzählen Sie die Entwicklungsgeschichten Ihrer Azubis. Die Generation Z lässt sich von langfristiger Karriereplanung und Talententwicklung begeistern.

Zeigen Sie, dass Sie mit Ihrer Ausbildung langfristig in neue Talente investieren wollen. Die Erwartungen der Generation Z an die Berufstätigkeit geben weitere Impulse, was Sie als Arbeitgeber priorisieren und kommunizieren sollten (Shell Jugendstudie 2019):

1. Sichere Arbeitsplätze (93%)
2. Möglichkeit etwas zu tun, das ich sinnvoll finde (91%)
3. Gefühl etwas zu leisten (88%)
4. Gute Zukunftsaussichten (76%)
5. Gute Aufstiegsmöglichkeiten (61%)

## **Tipp 5:** **Nutzen Sie digitale Tools**

Die Generation Z ist mit Technologie aufgewachsen und erwartet, dass Unternehmen die neuesten Tools und Technologien einsetzen, um ihre Arbeit zu erleichtern. Dass Sie hier vorne mit dabei sind, sollten Sie schon im Bewerbungsprozess und beim Employer Branding zeigen. Das kann eine Bewerbung via WhatsApp sein, ein virtueller Interviewprozess mit Spielsimulationen oder digitale Kampagnen zum Ausbildungsstart auf Snapchat.

### *Checkliste:* **Digital aufgestellt sein**

- Interaktive Stellenausschreibung:** Mit einer Stellenanzeige in der lokalen Zeitung hat man bei der Generation Z selbstverständlich kaum noch Chancen. Doch auch einfache Stellenausschreibungen auf der Unternehmenswebsite oder Jobportalen begeistern die junge Generation wohl kaum - denn sie sind nichts besonderes. Probieren Sie es daher mal mit neue Konzepten - zum Beispiel mit einem Bewerbungsaufruf vom Chef per Video oder mit interaktiven Anzeigen, die erklären, was sich hinter den Benefits verbirgt oder per GoPro einen Tag im Leben eines Azubis mitfilmen, anstatt nur typische Aufgaben aufzulisten.
- One-Click-Bewerbung:** Eine Bewerbung um einen Ausbildungsplatz kann für die Generation Z gar nicht schnell genug gehen. Machen Sie es daher so unkompliziert wie möglich, zum Beispiel mit einer Bewerbung in wenigen Schritten. Verzichten Sie auf lange Anschreiben, Zeugnisse seit der Grundschule und ausführliche, handgeschriebene Lebensläufe. Überlegen Sie sich, was wirklich wichtig ist für einen ersten Bewerbungsschritt - und probieren Sie es einfach mal aus.

## >> Auszubildende gewinnen mit Azubi2Go

Azubi2Go bietet weit mehr als nur Sichtbarkeit: Schüler:innen laden hier ihre Lebensläufe hoch, wodurch Sie nicht Zugang zu Ihrer Zielgruppe erhalten, sondern geeignete Kandidat:innen sich per One-Klick-Bewerbung auch direkt bei Ihnen bewerben können. Mit Azubi2Go profitieren Sie durch:

### Umfangreiche Jobbörse:

Gewinnen Sie Auszubildende über unsere zielgruppenoptimierte (Gen-Z) Jobbörse.

### High-Performance Karriereseite:

SEO-optimierte Karriereseite mit vielen individuellen Branding- und Einstellungsmöglichkeiten.

### High-Performance Stellenanzeigen:

Performante Stellenanzeigen mit vielen individuellen Einstellungs- und Brandingmöglichkeiten. Garantiert Gen-Z optimiert.

### KI-basiertes Matching:

Passgenaue Bewerber:innen durch künstliche Intelligenz. Sie erhalten von uns nicht irgendwelche Bewerber:innen, Sie erhalten die Richtigen.

### Ausbildung zum Kaufmann für IT-System-Management (m/w/d)

Gestalte mit uns deine  
#ZUKUNFT

Jetzt bewerben

Match: 🔥 😊 😄

#### Gestalte mit uns die digitale Zukunft

Werde Teil unseres internationalen Netzwerks und gestalte mit uns die digitale Zukunft. Bei uns arbeitest du an Projekten, die unsere Gesellschaft voranbringen. Wir unterstützen dich und geben dir Raum, persönlich zu wachsen. Mit digitalen Lernangeboten und einem modernen Arbeitsumfeld ermöglichen wir dir, eigenständig und mobil zu arbeiten. Starte deine Ausbildung zum 1. September (Dauer: 3 Jahre, Verkürzung möglich) und lass mit uns Ideen Wirklichkeit werden.

#### Deine Aufgaben

Als Kaufmann für IT-System-Management (m/w/d) kümmerst du dich um die Vermarktung und die Bereitstellung von maßgeschneiderten IT-Lösungen für unsere Kund\*innen.

Diese Ausbildungsschwerpunkte erwarten dich:

- Analysieren von IT-Systemen und Kundenanforderungen
- Erstellen von Angeboten und Verträgen
- Entwickeln von IT-Lösungen und koordinieren der Umsetzung
- Kund\*innen beraten und betreuen

Detailliertere Informationen über die gesamten Ausbildungsinhalte findest du [hier](#).

Mögliche Einsatzbereiche während der Ausbildung können z.B. im Bereich Geschäftskunden sein, wo du ganzheitliche Lösungen anbietest, die unsere Kunden in einer digitalen Welt bestmöglich und nachhaltig unterstützen.

Du willst wissen woran wir aktuell arbeiten? [Hier](#) findest du aktuelle Infos.

Nach erfolgreichem Abschluss deiner Ausbildung kannst du deine erlernten Kenntnisse und Fähigkeiten z.B. als technischer Kundenberater (m/w/d) oder Produktmanager (m/w/d) anwenden.

## >> Unser Team ist für Sie da!

Scannen Sie einfach den rechts abgebildeten [QR-Code](#) und vereinbaren Sie ein Gespräch mit einem unserer HR-Spezialist:innen oder registrieren Sie sich direkt kostenlos unter [azubi2go.de/recruiting](https://azubi2go.de/recruiting).



Mike



Shpresa



Benjamin



**Talent<sup>2</sup>Go**

Talent2Go GmbH  
Hans-Stempel-Str. 14  
76829 Landau

Telefon: 06341 / 6811940  
E-Mail: [info@talent2go.de](mailto:info@talent2go.de)

**[www.talent2go.de](http://www.talent2go.de)**