



EIN GENERATIONENVERGLEICH

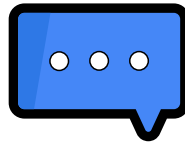
Die größten Pain Points Ihrer Bewerbenden

Zum Thema „Candidate Journey“ haben wir Bewerberinnen und Bewerber der Generationen X, Y und Z zu ihren Erfahrungen befragt. An welchen Stellen es besonders hakte und wie Sie am besten Ihre Zielgruppe ansprechen können, erfahren Sie in unserer Übersicht.

Die größten Hürden – unsere Top 3

Egal, ob Generation X, Y oder Z.

Hier ist das Siegereckchen der Recruiting-Stolpersteine:



Allgemeine
Kommunikation



Angaben zum
Gehalt



Anforderungen in
der Stellanzeige

2

★
1

3



EIN GENERATIONENVERGLEICH

Die größten Pain Points Ihrer Bewerbenden

Jeder Mensch tickt anders

Wir wissen, es gibt nicht das eine Patentrezept für die Ansprache Ihrer Zielgruppe.

Mit unseren Tipps können Sie etwas genauer auf die einzelnen Bedürfnisse eingehen.

	Z (Jahrgang 1995-2012)	Y (Jahrgang 1980 und späte 1990er)	X (Jahrgang 1965-1980)
Suche nach Anzeigen	Erstellen Sie ein realistisches Anforderungsprofil: Kein*e Berufseinsteiger*in kann mehrere Jahre Erfahrung im entsprechenden Job vorweisen! Bewerber*innen der Gen Z können nun mal nur mit ihrer Schul- oder Berufsausbildung glänzen.	Richten Sie Anforderungsprofil an Ihrer Zielgruppe aus: Suchen Sie Professionals? Können auch Quereinsteiger*innen den Job machen, setzen Sie nicht alle Kompetenzen eines Professionals voraus.	Professionals der Gen X bringen Berufserfahrung mit. Suchen Sie Personen mit speziellem Anforderungsprofil, definieren Sie, was Sie sich wünschen. Können Quereinsteiger*innen die Position besetzen, verlangen Sie nicht zu viele Skills.
Gehalt	Die Bezahlung sollte kein Tabuthema sein: Geben Sie die Vergütung in der Stellenanzeige an oder verweisen Sie auf die entsprechende Tarifgruppe.		
Informationsbeschaffung	Die Gen Z durchforstet das Web nach Informationen zu ihrem künftigen Arbeitgeber und will wissen, ob das Unternehmen zu ihr passt. Gestalten Sie Ihre Karrierehomepage ansprechend, seien Sie in Social Media aktiv. Zeigen Sie, wer Sie sind und wofür Ihr Unternehmen steht.	Diese Generation informiert sich oft direkt auf der Unternehmenshomepage. Fragen Sie im Vorstellungsgespräch keine Informationen ab, Sie nicht auf Ihrer Homepage bereitstehen haben.	Unterscheiden Sie in Ihrem Stellenanzeigendesign und bei den Inhalten, ob Sie einen Junior oder eine erfahrene Kraft ansprechen möchten. Professionals mit Berufserfahrung brauchen nicht ganz so viele Erklärungen.
Bewerbungsprozess	Lange Anschreiben und komplizierte Bewerbungswege schrecken ab. Verzichten Sie – wenn möglich – auf ein Anschreiben und schaffen Sie niedrige Hürden durch mobile Bewerbungsmöglichkeiten wie beispielsweise ein Online-Bewerbungsformular.		
Zu- & Ab-sagen	Niemand möchte gerne in der Luft hängen gelassen werden: Geben Sie so schnell als möglich eine Rückmeldung. Im besten Fall inklusive kurzem, ehrlichem Feedback.		
Bewerbungsgespräch	Geben Sie auf Ihrer Karriereseite oder in einem Vorgespräch ein paar Infos, was Ihnen wichtig ist: Vermeiden Sie, Details über Ihr Unternehmen abzufragen, die nicht ersichtlich sind.	Vermeiden Sie zu persönliche Fragen: Natürlich kann man sich über ein Hobby oder Interessen unterhalten – aber allzu private Fragen haben nichts in einem Einstellungsgespräch verloren.	Seien Sie startklar: Berufserfahrene haben schon in vielen Interviews gesessen und merken, wenn Sie nicht vorbereitet sind. Das macht keinen wirklich professionellen Eindruck.