

MILLENIALS, GEN Z & CO.

Wie ticken die Arbeitnehmer von heute & morgen?

TEIL 2

MAG. SANDRA TORRES-SCHABAUER



CONCEPT - CONTENT - COMMUNICATION

Branding-Expert, Content Creator & freie Redakteurin

PR-Aussendungen

Webseiten-Texte

Newsletter

Social Media Content

Produktbeschreibungen & Flyer

Informationsbroschüren

etc.



sandra.torresschabauer@gmail.com



RÜCKBLICK:

GENERATIONEN AM ARBEITSMARKT



BABYBOOMER

1950-1964

GENERATION X

1965-1980



GENERATION Y / MILLENNIALS

1981-1994

GENERATION Z

1995-2010



GENERATION Z

Gen Z, Generation Zombie, Digital Natives 2.0

GEPRÄGT DURCH:

Wohlstand, Fachkräftemangel, Dauerkrisen, Klimawandel & Erderwärmung, Technologie (Smartphone, Social Media > Social Media Natives)

AUSBILDUNG & KARRIERE

Verfügen über höchsten Ausbildungsstand aller bisherigen Generationen (über 50% der GenZ studiert).

Späterer Einstieg ins Berufsleben - längere finanzielle Abhängigkeit von Eltern. Sind teilweise noch in Ausbildung.

Stellen aktuell 22% der heimischen Erwerbstätigen dar.

(Quelle: ePunkt, Statistik Austria)



WAS BERUFSEINSTEIGER WOLLEN

- POSITIVES ARBEITSKLIMA

Da viel Zeit im Office verbracht wird, wird auch großer Wert auf eine positive Unternehmenskultur, nette Kollegen & ein gutes Arbeitsklima gelegt.

- FLEXIBILITÄT IN DER ARBEITSGESTALTUNG

Arbeit und Sozialleben müssen miteinander vereinbar, aber strikt voneinander getrennt sein.

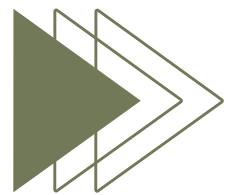
- MENTORING & SELBSTVERWIRKLICHUNG

Die Gen Z möchte die Möglichkeit haben, von erfahrenen Kollegen zu lernen und sich gleichzeitig auch selbst verwirklichen zu können.

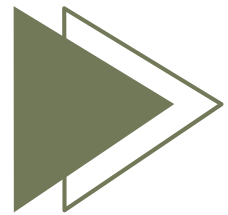
- FINANZIELLE STABILITÄT

Auch wenn es nicht die oberste Priorität ist, werden faire Vergütung und Aufstiegsmöglichkeiten geschätzt und erwartet.

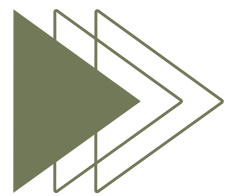
AGENDA: GENERATIONEN-CRASH AM ARBEITSMARKT, TEIL 2



(Social) Media-Nutzung in Österreich



Wie ist das Medienverhalten der Generation Z?



Wie positioniere ich mein Unternehmen als attraktiven Arbeitgeber für die Gen Z und was gilt es bei der Kommunikation & dem Recruiting-Prozess zu beachten?

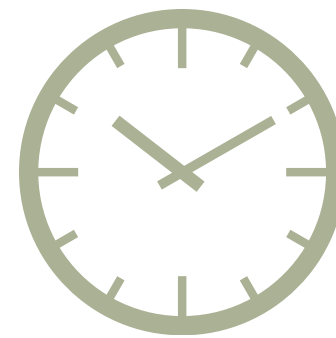
“

Don't believe everything
you read on the Internet
just because there's a
picture with a quote
next to it.

— Abraham Lincoln



MEDIENNUTZUNG IN ÖSTERREICH



5,2 h / Tag



3 h / Tag



54 Min. - 2h / Tag



Quelle: Statista 2023

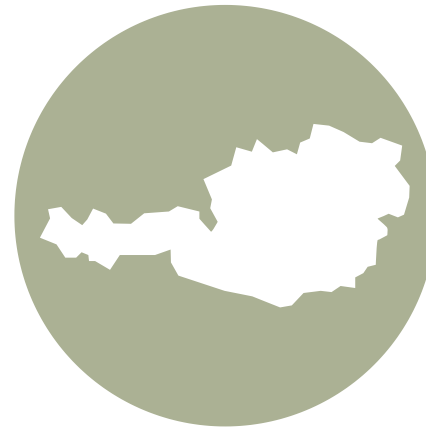
- TV > STREAMING-DIENSTE (NETFLIX, AMAZON PRIME)
- RADIO > STREAMING-DIENSTE, PODCASTS
(SPOTIFY, AMAZON MUSIC, APPLE MUSIC)
- PRINT > E-PUBLISHING, ONLINE-PORTALE

VERSCHIEBUNG VON
OFFLINE-MEDIEN ZU
DIGITALEN ANGEBOTEN



SOCIAL MEDIA NUTZUNG IN ÖSTERREICH

SOCIAL MEDIA-NUTZUNG IN ÖSTERREICH



7,34 Mio. User



73 Min. / Tag



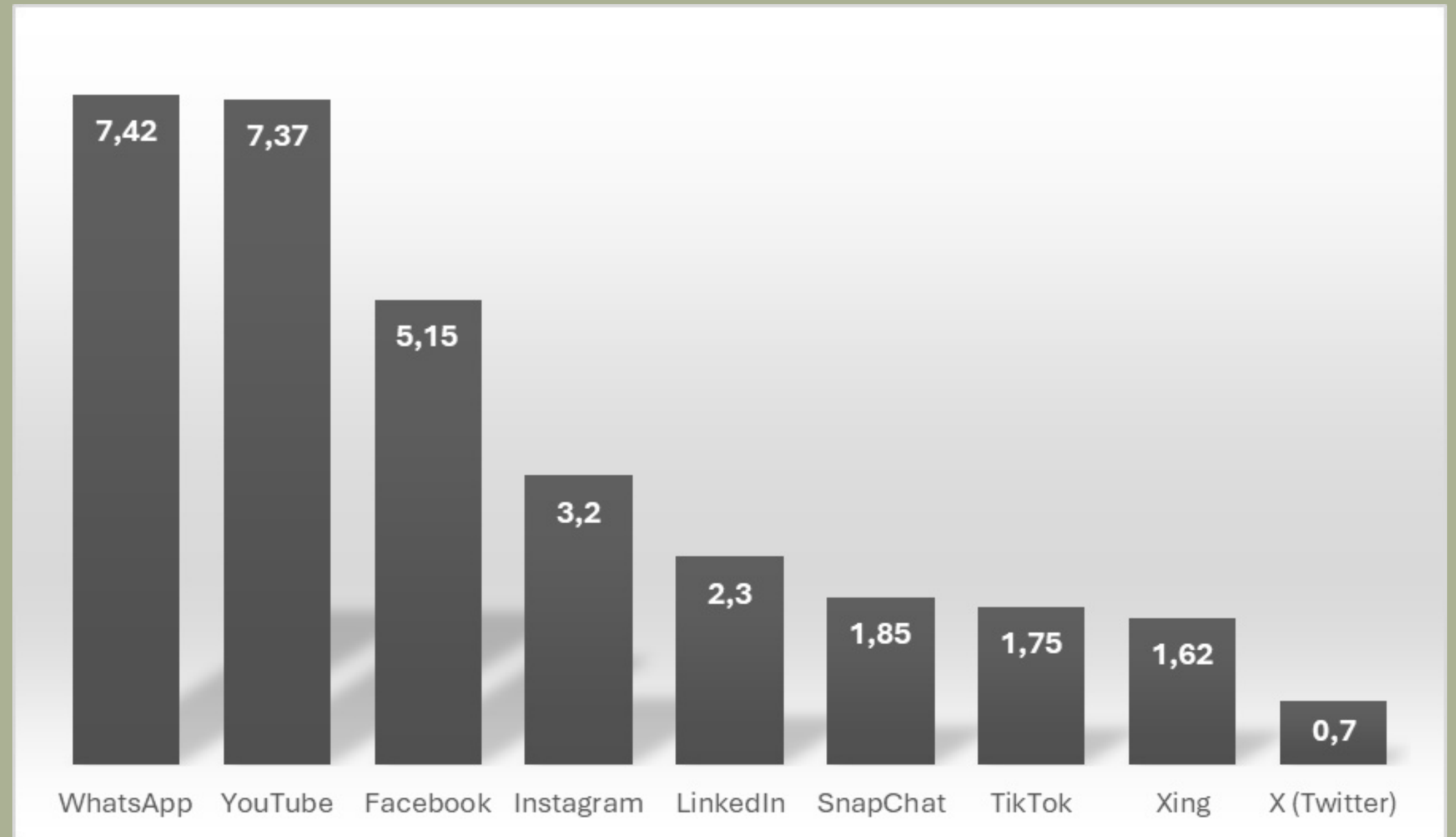
Anteil der User in den letzten 3
Monaten: **63%**

Anteil der täglichen User: **37%**

häufigste User: **16-24-jährige 89%**

SOCIAL MEDIA USER IN ÖSTERREICH

Statista 2023, in Millionen



Quelle: Statista 2023



5,15 Mio. User in Österreich
~ **56%** der Gesamtpopulation

♂ 48,1% ♀ 51,9%



Altersverteilung:

26,8% 25-34-jährige

19,8% 18-24-jährige

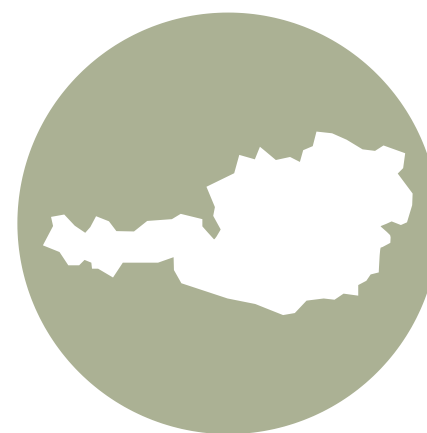
19,8% 35-44-jährige

30,1% 45-65+

FACEBOOK



INSTAGRAM



3,2 Mio. User in Österreich
~ **35%** der Gesamtpopulation

♂ 48,4% ♀ 51,6%

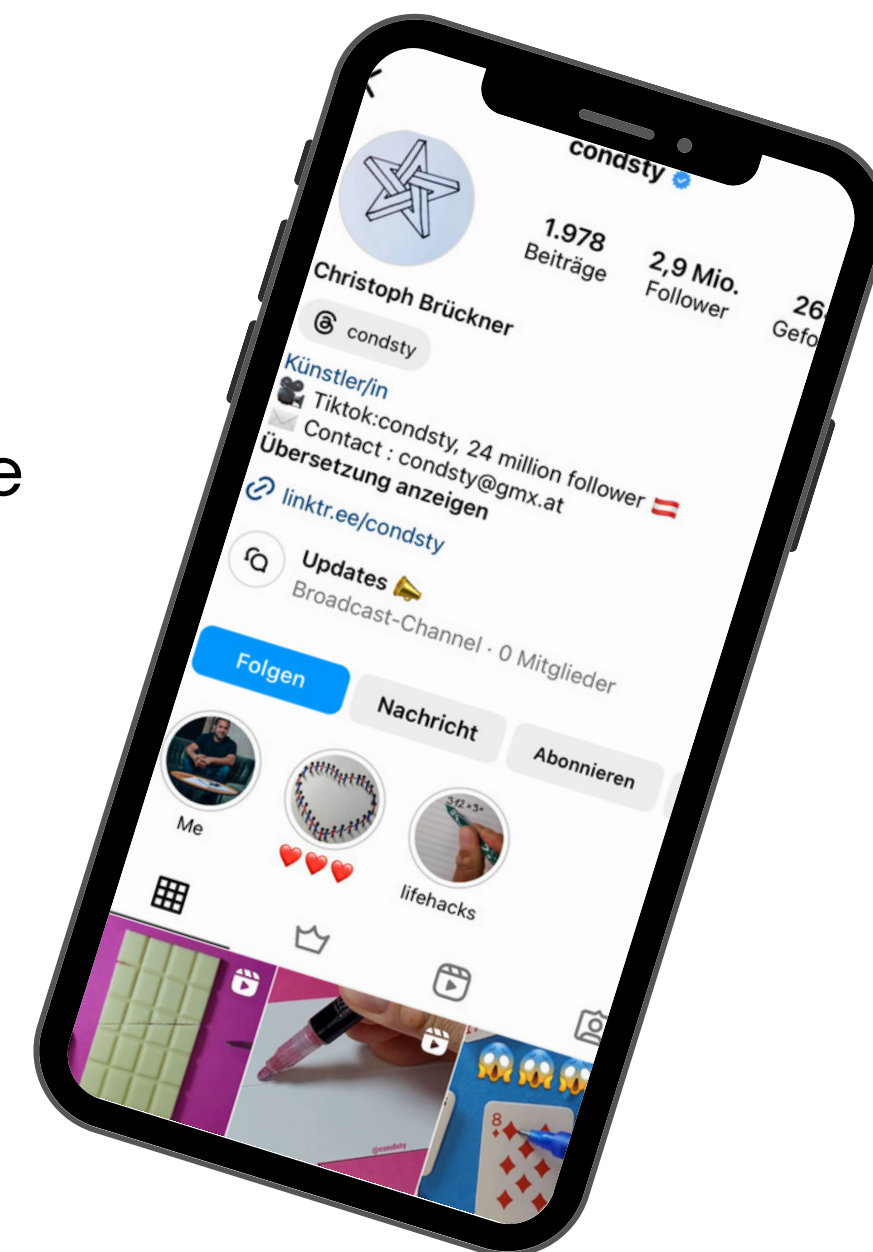


Altersverteilung:

62% < 34-jährige
30% 35-54-jährige
8% < 44-jährige



Top-Influencer:
Condsty 2,9 Mio.





2,3 Mio. User in Österreich
~ **25%** der Gesamtpopulation

♂ 59,6% ♀ 40,4%



Altersverteilung:

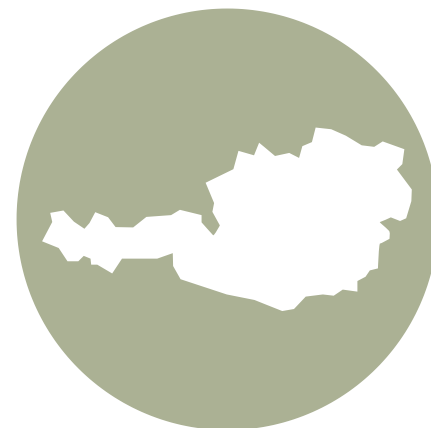
59 % 25-34-jährige

22% 35-54-jährige

16% 18-24-jährige

LINKEDIN





1,75 Mio. User in Österreich
~ **19%** der Gesamtpopulation

♂ 49,2% ♀ 50,8%



Altersverteilung:

46 % 13-24-jährige
26,7% 25-34-jährige
14,4% 35-44-jährige



95 Min. / Tag
90% verwenden die App täglich &
öffnen sie ca. **8x** /Tag.

SOCIAL MEDIA & GENERATION Z



2h Online-Videos / Tag



beliebteste Social Media-Kanäle:

88% WhatsApp

73% Instagram

56% YouTube

52% Snapchat

43% TikTok



PRIVATE

Snack-Content, Austausch mit Freunden,
Information & Inspiration von Lifestyle-Themen

Quelle: Statista & NapoleonCat, 2024, Handelsverband, 2023





Don't use Social Media
to impress people,
use it to impact people.

-D. Willis.

GENERATION- THINKING-STUDIE

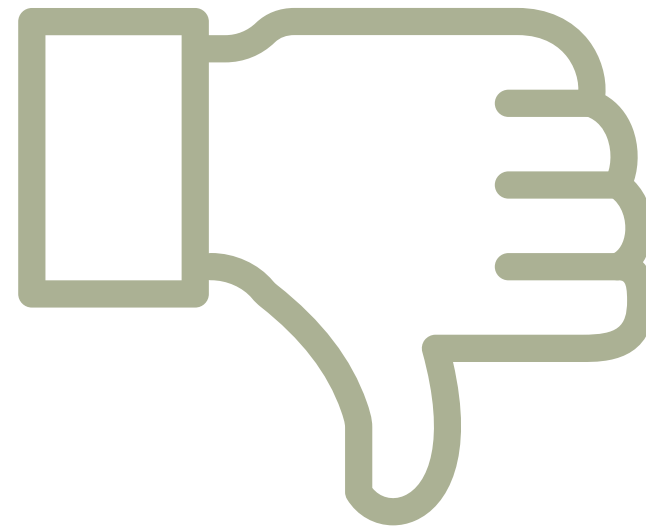
R. Maas, 2019

Frage: "Wie finden Sie es, wenn sich Ihr möglicher Arbeitgeber auf folgenden Plattformen präsentiert?"

FINDE ICH	SEHR SCHLECHT	SCHLECHT	NICHT GUT	OKAY	GUT	SEHR GUT
Messe	2,90%	2,30%	3,00%	23,60%	41,90%	26,20%
Jobportale	3,90%	2,10%	3,60%	21,30%	37,20%	31,80%
Firmen- webseite	1,60%	1,20%	1,00%	9,50%	27,70%	59,00%
Stellenan- zeigen i.d. Zeitung	3,30%	4,60%	7,60%	35,10%	35,20%	14,10%
Snapchat	38,00%	22,60%	18,40%	6,70%	7,10%	7,10%
Instagram	21,60%	19,40%	21,00%	12,30%	14,40%	10,40%
Facebook	23,30%	9,30%	13,10%	18,70%	23,90%	11,70%

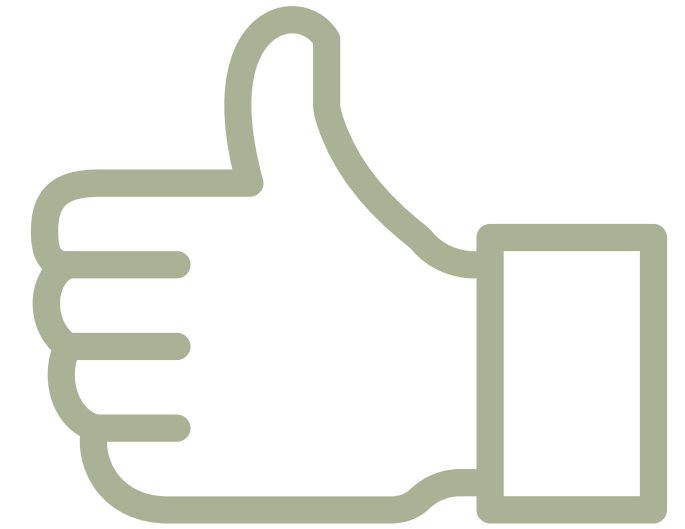
ERGEBNISSE

Frage: "Wie finden Sie es, wenn sich
Ihr möglicher Arbeitgeber auf folgenden
Plattformen präsentiert?"



**FINDE ICH
SEHR SCHLECHT**

38% Snapchat
23,3% Facebook
21,6% Instagram



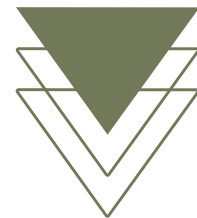
**FINDE ICH
SEHR GUT**

59% Firmenwebseite
31,8% Jobportale
26,2% Messe

- PERSONALMARKETING & RECRUITING



- BEWERBUNGSGESPRÄCHE & INTERVIEWS



- ONBOARDING & EINARBEITUNG



- BINDUNG AN DAS UNTERNEHMEN

27 EMPFEHLUNGEN
FÜR EINE EFFEKTIVE
KOMMUNIKATION MIT
DER GEN Z

R. Maas, 2019

PERSONALMARKETING & RECRUITING

1. ÜBERZEUGEN SIE INNERHALB VON 5 SEC.
2. ZEIGEN SIE SICH NICHT VON GESTERN
3. SCHALTEN SIE KEINE STELLENANZEIGEN
AUF SOCIAL MEDIA
4. SEIEN SIE SCHNELL

5. LASSEN SIE DIE BEWERBER NICHT DREIMAL
KOMMEN

6. SCHREIBEN SIE KEINEN EINHEITSBREI

7. LASSEN SIE TRANSPARENZ ZU

8. SPRECHEN SIE NICHT Y AN, WENN SIE Z
WOLLEN

PERSONALMARKETING
& RECRUITING

PERSONALMARKETING & RECRUITING

9. BAUEN SIE KEINE HÜRDEN AUF

10. DENKEN SIE DIE ELTERN IHRER BEWERBER
MIT

11. STELLENAUSSCHREIBUNGEN MÜSSEN MIT
MAX. 2 KLICKS ERREICHBAR SEIN

12. PERSONALER MÜSSEN SICHTBAR SEIN

13. ÜBERSTUNDEN KLAR REGELN

14. GEBEN SIE DEN BEWERBERN ETWAS MIT
AUF DEN WEG

15. AUCH IM INTERVIEW: SPRECHEN SIE NICHT
Y AN, WENN SIE Z WOLLEN

16. BEHANDELN SIE SELBST DIE
SCHLECHTESTEN BEWERBER GUT

IM BEWERBUNGS-
GESPRÄCH

ONBOARDING & EINARBEITUNG

17. KLEINE GESCHENKE BEGRÜNDEN DIE FREUNDSCHAFT

18. BIETEN SIE BERUFSEINSTIEGSBEGLEITER, ABER NENNEN SIE SIE BLOSS NICHT SO

19. ZEIGEN SIE IHREN NEUEN ENTWICKLUNGSMÖGLICHKEITEN AUF

20. SEIEN SIE NICHT “BOSSIG”

21. FRAGEN SIE Z-LER, WENN SIE Z-LER
BEGEISTERN MÖCHTEN

22. SEIEN SIE SELBST DIGITAL KOMPETENT

23. SEIEN SIE VORSICHTIG, WIE MIT EINER
PUSTEBLUME

24. SCHMEISSEN SIE DIE NEUEN NICHT INS
KALTE WASSER

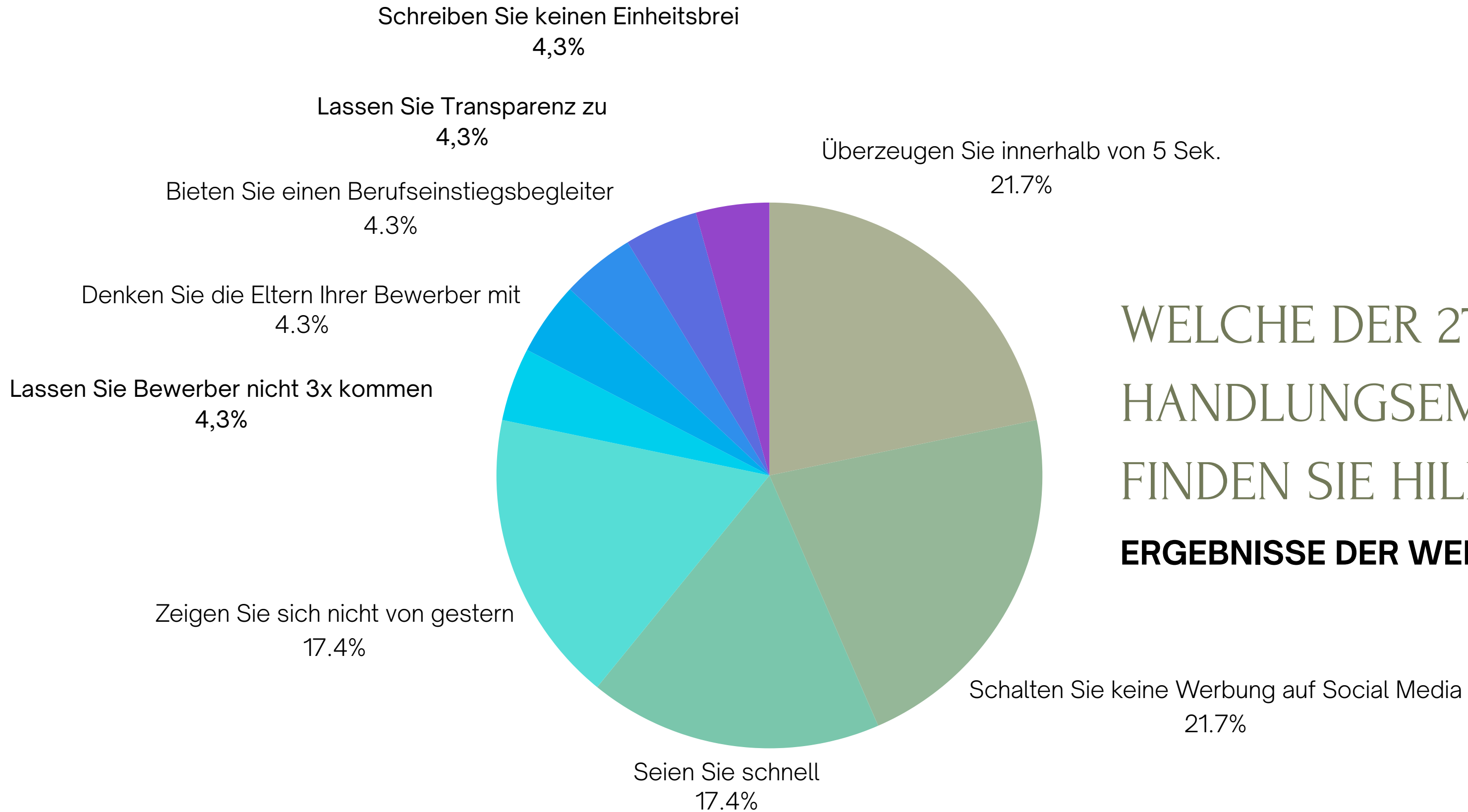
BINDUNG ANS
UNTERNEHMEN

BINDUNG ANS
UNTERNEHMEN

25. ERKENNEN SIE DIE ÜBERLEGENE DIGITALE
KOMPETENZ DER NEUEN AN

26. ERMÖGLICHEN SIE TEAMARBEIT

27. BEACHTEN SIE DAS FOMO



WELCHE DER 27
HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN
FINDEN SIE HILFREICH?
ERGEBNISSE DER WEBINAR-UMFRAGE



In Generationen denken ist erlernbar und heute eine der wichtigsten Fähigkeiten, die in der Arbeit mit Menschen gefordert werden.

-R. Maas

NICHTS IST SO BESTÄNDIG WIE DER WANDEL.

-Heraklit

QUELLEN & WEITERFÜHRENDE LINKS

Maas, R. (2019): Generation Z für Personaler und Führungskräfte.
Ergebnisse der Generation-Thinking-Studie

PwC Europe Consumer Insights Series (2020): So tickt die
Generation Z.

ePunkt, Schwarz, N. (2023): Generation Z: Gestalter der Zukunft -
Ihre Einflussnahme und Potenziale.

Statista, (2024): Bevölkerung von Österreich nach Generationen.

QUELLEN & WEITERFÜHRENDE LINKS

<https://de.statista.com/themen/2841/social-media-in-oesterreich/#topicOverview>

<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/296115/umfrage/facebook-nutzer-in-oesterreich/>

<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/512308/umfrage/instagram-nutzerzahlen-fuer-oesterreich-nach-alter/>

<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/512552/umfrage/linkedin-nutzerzahlen-in-oesterreich-als-zeitreihe/>

<https://www.artworx.at/magazin-social-media-report-23>

<https://www.handelsverband.at/presse/presseaussendungen/gen-z-best-ager/>