

ZUSAMMENFASSUNG DER PRÄSENTATION: GENERATION Z & ARBEITSWELT

Am 12. September 2024 hielt Stephanie Amstad, Chief Strategy & Operating Officer sowie Partnerin bei NEOVISO AG, eine Präsentation vor dem Schweizer Notarenverband. Der Titel der Präsentation lautete "Generation Z & Arbeitswelt: Wie junge Talente gewinnen & binden?". Ziel der Präsentation war es, Strategien und Ansätze vorzustellen, wie Unternehmen die Generation Z erfolgreich anziehen und halten können.

DIE GENERATION Z VERSTEHEN

Die Generation Z, definiert als jene Menschen, die zwischen 1995 und 2010 geboren wurden, stellt etwa 15% der Schweizer Bevölkerung dar. Diese Generation ist in einer digitalen Welt aufgewachsen und bringt daher andere Erwartungen und Ansprüche an die Arbeitswelt mit als ihre Vorgängergenerationen. Sie zeichnen sich durch ihre Technikaffinität aus und sind stark durch soziale Medien geprägt.

EINFLUSS UND ANSPRÜCHE DER GENERATION Z

Die Generation Z hat hohe Ansprüche und setzt eigene Standards in Bezug auf ihre Arbeit und ihren Arbeitsplatz. Diese Generation fordert Organisationen heraus, ihre Strategien zu überdenken und anzupassen, um im Wettbewerb um talentierte Arbeitskräfte bestehen zu können. Eine wichtige Erkenntnis der Präsentation war, dass der Arbeitsmarkt sich verändert hat und vorerst ein Arbeitnehmermarkt bleiben wird. Dies bedeutet, dass die Bedürfnisse und Wünsche der Arbeitnehmenden eine bedeutendere Rolle spielen als früher.

WICHTIGE TRENDS UND HERAUSFORDERUNGEN

Die Präsentation hob mehrere aktuelle Trends hervor, die die Arbeitswelt beeinflussen:

1. Neue Arbeitsformen: Flexible Arbeitsmodelle und die Integration von digitalen Technologien sind für die Generation Z entscheidend.
2. Gleichberechtigung und Klimawandel: Diese Themen sind für die junge Generation von großer Bedeutung und beeinflussen ihre Entscheidung für einen Arbeitgeber.
3. Automatisierung und mentale Gesundheit: Die Generation Z ist sich der Auswirkungen der Automatisierung bewusst und legt großen Wert auf die psychische Gesundheit am Arbeitsplatz.

ARBEITSWEISE UND ERWARTUNGEN

Die Generation Z bevorzugt Arbeitsumgebungen, die Flexibilität und Sinnhaftigkeit bieten. Sie sind bereit, für sinnvolle Arbeit Lohnneinbußen in Kauf zu nehmen und erwarten eine schnelle und direkte Kommunikation, einschließlich regelmäßigem Feedback. Klare Zielvorgaben und inspirierende Führung sind ebenfalls wichtig für sie.

EMPLOYER BRANDING UND REKRUTIERUNG

Employer Branding Kampagnen spielen eine entscheidende Rolle bei der Gewinnung neuer Mitarbeitender aus der Generation Z. Unternehmen müssen schnell und kreativ im Bewerbungsprozess agieren, um diese talentierten Arbeitskräfte für sich zu gewinnen. Der Bewerbungsprozess sollte mehrere Phasen umfassen, von der Aufmerksamkeitserrregung bis zum erfolgreichen Onboarding.

PRAKTISCHE BEISPIELE

Stephanie Amstad stellte erfolgreiche Beispiele von Employer Branding Projekten vor, darunter Projekte für die Kapo Uri und Schindler Aufzüge. Diese Projekte zeigten, wie starke Arbeitgebermarken aufgebaut und gezielt an die Zielgruppe der Generation Z kommuniziert werden können.

KONTAKT

- E-Mail: stephanie@neoviso.ch
- Telefon: +41 41 631 01 05
- Social Media: [@neoviso](#)