



In jeder Branche werden **händeringend Mitarbeiter:innen gesucht** und das nicht ohne Grund:

Menschen auf dem Arbeitsmarkt

In Deutschland leben rund 84,3 Mio. Menschen, gemäß dem Statistischen Bundesamt.

20% davon sind 67+

67% zwischen 22 und 66 und

18% jünger als 20 Jahre

Und das Rentenalter liegt bei rund 64,1 Jahren und wird tendenziell geringer.

Generationen auf dem Arbeitsmarkt

Demzufolge sind aktuell die Geburtsjahrgänge von 1957 bis 2001 auf dem Arbeitsmarkt. Ausgedrückt in Generationen und deren zugesprochenen Charakteristika sind das die Babyboomer, Generation X, Y und Z.

Babyboomer (1946-64)

Hohe Identifikation mit der Arbeit

Arbeiten auch weit über das Maß hinaus „**Workaholic**“

Hohes Interesse daran, Karriere zu machen

Hohe Loyalität, gute Teamarbeiter:innen

Regelmäßiger, persönlicher Austausch steht im Fokus

Im Umgang mit Technik kaum versiert

Telefon als Kommunikationsmittel ist am beliebtesten

Brauchen das Gefühl gebraucht zu werden

Nutzen klassische Werbeformen wie Print oder Radio

Motto: Leben, um zu arbeiten

Generation X (1965-79)

Freizeitgestaltung mit neuen Technologien (Computer, Videospiele)

Oft waren beide Elternteile berufstätig oder geschieden „**Schlüsselkinder**“

Diese Generation wurde in einer Überflussgesellschaft groß

Hohe Konfrontation mit Werbeeinflüssen

Hoher Bildungsgrad, hohe Qualifikationen

Finanzielle Absicherung ist wichtig

Beruflich voranzukommen durch Erfolge, für eine Lebensqualität

Allgemeine Charaktereigenschaften: eigenverantwortlich, pragmatisch, unabhängig,

ehrgeizig, ambitioniert, individualistisch, ergebnisorientiert

Work-Life-Balance hat einen hohen Stellenwert

Handy und E-Mail sind bereits feste Arbeitsbestandteile

Motto: Arbeiten, um zu leben

Generation Y (1980-95)

Der digitale Wandel nimmt stark zu

Computer gehören zum Alltag, neue Medien werden privat und beruflich genutzt

Wunsch nach flexibler Arbeitszeitregelung wie Homeoffice und Sabbatical

Sehr gutes Bildungsniveau

Starke Online- und Offline-Vernetzung

Wunsch nach abwechslungsreicher Arbeit mit Spaß wächst

Arbeit soll sinnstiftend sein **„Generation Why?“**

Klare Trennung von Beruf und Privat wird gefordert

Arbeiten gerne im Team mit flachen Hierarchien

Karriere steht nicht im Vordergrund

Wohlfühlfaktor im Unternehmen steht im Vordergrund (Wechseln häufig den Job, wenn die Umstände nicht passen)

Erreichbar über Online-Jobbörsen

Generation Z (1996-2010)

Klare Trennung von Arbeit und Freizeit

Work-Life-Balance und soziale Kontakte werden großgeschrieben

Führungspositionen verlieren an Bedeutung

Persönliche Verwirklichung im Privatleben steht im Vordergrund

Weiterer Anstieg der Digitalisierung, Informationsflut nimmt zu

Moderne Technologien wie Smartphones, Tablets und Social Media sind beruflich und privat nicht mehr wegzudenken **„Digital Natives“** oder **„Generation YouTube“**

Bindung an ein Unternehmen fällt schwer

Beruflich sind klare Strukturen und klare Abgrenzungen gewünscht

Beste Kontaktmöglichkeit über digitale Werbeformen

Renteneintritt

Bis zum Jahr 2030 werden die Jahrgänge 1957 bis 1963 in Rente sein, was rund 4 Mio.

Menschen entspricht. Die nachfolgenden Generationen hatten geringere Geburtenraten und somit kommt es zu einer Lücke.

Arbeitnehmermarkt

Bereits heute sprechen wir vom sogenannten **„Arbeitnehmermarkt“**. Jedes Unternehmen buhlt um potentielle Bewerber:innen und das mit allen Mitteln:

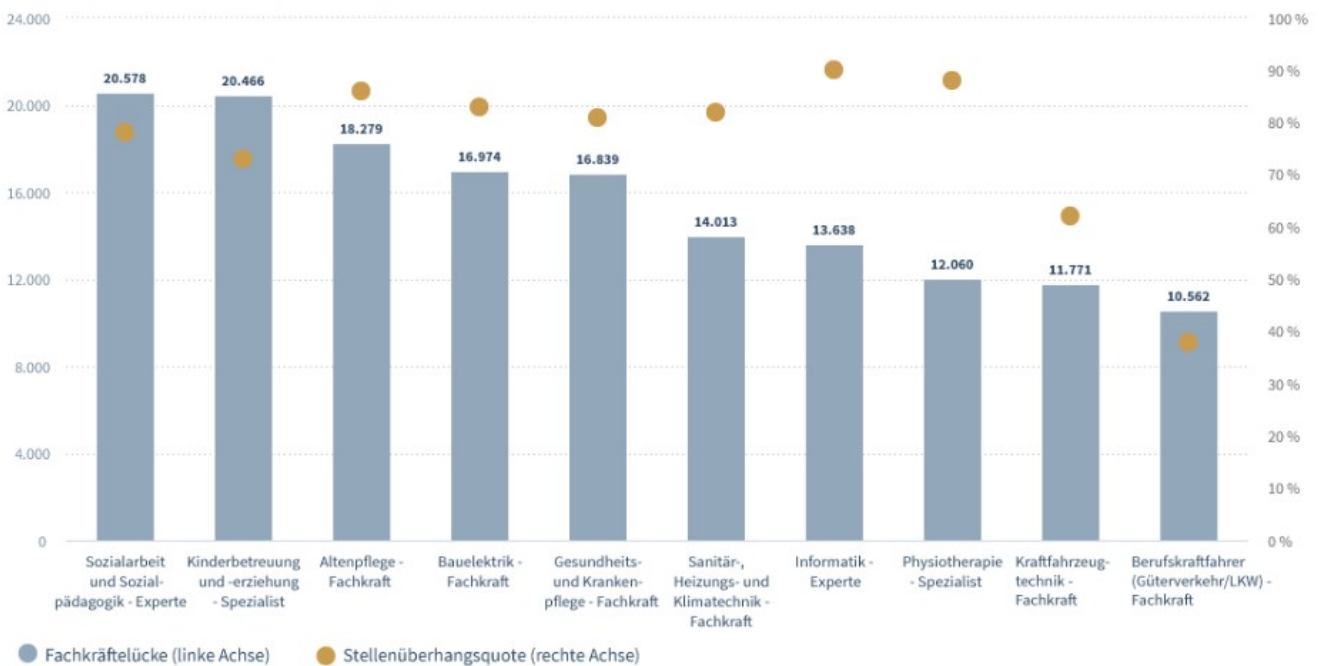
- Videos auf YouTube
- TikTok Werbung
- LinkedIn Aufrufe
- Bewerbertage und Jobbörsen

Berufsbilder

Besonders betroffen von fehlenden Fachkräften sind gemäß dem Institut der deutschen Wirtschaft:

Die Berufe mit den größten Fachkräftelücken

Jahresdurchschnitt 2021/2022 (01.07.2021 – 30.06.2022)



Quelle: IW-Berechnungen auf Basis von Sonderauswertungen der BA und der IAB-Stellenerhebung, 2022

Mögliche Maßnahmen

Die grafische Darstellung des Instituts der deutschen Wirtschaft lässt auch mich blass werden. Wie könnten Maßnahmen für Sie aussehen, um **Fachkräfte** für die einzelnen Berufe zu finden, abgesehen von allen politischen Maßnahmen.

Ganz ehrlich, schwierig....

Grundsätzlich sollten Sie sich, aus meiner Sicht, erstmal die Frage stellen, **welche Altersgruppen** Sie ansprechen wollen. Denn die Art der Kommunikation mit Ihrer Zielgruppe ist entscheidend. Haben Sie hierüber Klarheit sollten Sie sich Gedanken darüber machen, was diese **Generation(en)** a) vom Arbeitsleben erwarten und b) angesprochen werden möchten.

Denn während der eine potentielle Kandidat:in nur digital erreichbar ist, möchte ein anderer gerne persönlich angesprochen werden. Und während der eine das Finanzielle in den Vordergrund stellt, möchte der andere lieber ein ausgewogenes Arbeits- und Berufsleben.

Grundsätzlich allerdings fällt mir auf, dass zwei bis drei „**Schnuppertage**“ sowohl für den Arbeitgeber, als auch den Arbeitnehmer sinnvoll wären, um sich gegenseitig näher kennenzulernen.

Des Weiteren bin ich Freund davon, auch **Quereinsteigern** eine Chance zu geben. Menschen, die sich in Ihrer Freizeit mit neuen Themen beschäftigen zeigen ein extrem hohes Engagement und sind in der Lage, aufgrund ihres großen Interesses, sich schnell einzuarbeiten und durch die praxisnahen Erfahrungen zum Experten zu werden.

Schieben Sie ältere Menschen nicht ab und trauen Sie jungen Menschen etwas zu. Denn der Mix macht es aus, sofern sich alle darauf einlassen. Heterogene Gruppen, gemixt aus Menschen mit viel Erfahrung und unbändigem, innovativen Tatendrang, werden immer ein besseres Ergebnis erzielen, da mehrere Perspektiven eines Themas, einer Herausforderung betrachtet werden.

Quellen: Statistisches Bundesamt; Institut der deutschen Wirtschaft; eigene Erfahrungen

A portrait of Christine Mengelée, a woman with long, wavy brown hair, wearing a bright yellow long-sleeved top and blue jeans. She is leaning on a grey metal railing and smiling slightly. The background is a blurred green foliage.

Christine Mengelée
Autorin bei Zukunft des Einkaufens
Nachhaltigkeitstreiberin

Ausbildung:
Bankkauffrau
Diplom-Betriebswirtin
M. Sc. Umweltwissenschaften (Ild.)

Kontaktmöglichkeit:
www.greenfairworld.com
christine@greenfairworld.com
[Christine Mengelée](#) | [LinkedIn](#)