



Jeder sucht sie, die „Nadel im Heuhaufen“ und nur wenige finden sie: DEN PASSENDEN MITARBEITER:IN. Ungeachtet dessen, ob wir die Zeitung aufschlagen, im Internet suchen, den Fernseher einschalten, die Nachrichten hören oder an der guten alten Litfaßsäule schauen, überall wird nach neuem Personal gesucht.

## Arbeitnehmer-Markt-Daten

Im Deutschland leben rund 84,3 Mio. Menschen, davon 42,8 Mio. Frauen und 41,5 Mio. Männer. Im Jahr 2022 waren durchschnittlich 45,6 Mio. Menschen erwerbstätig.

Aufgeteilt nach Generationen entsteht folgendes Bild:

Babyboomer (1946-1964): rund 18,4 Mio.

Generation X (1965-1979): rund 29,05 Mio.

Generation Y (1980-1995): rund 15,7 Mio.

Generation Z (1996-2010): rund 9,1 Mio.

Generation Alpha (ab 2010-2025): rund 10,85 Mio.

## Generationseigenschaften

### **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 Überflusgesellschaft 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, Neuen Medien werden privat und beruflich genutzt  
Wunsch nach flexiblen 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

## **Generation Alpha (ab 2010-2025)**

Demografischer Wandel steigt stark an  
Politische Instabilitäten sind erkennbar

## Demografischer Wandel

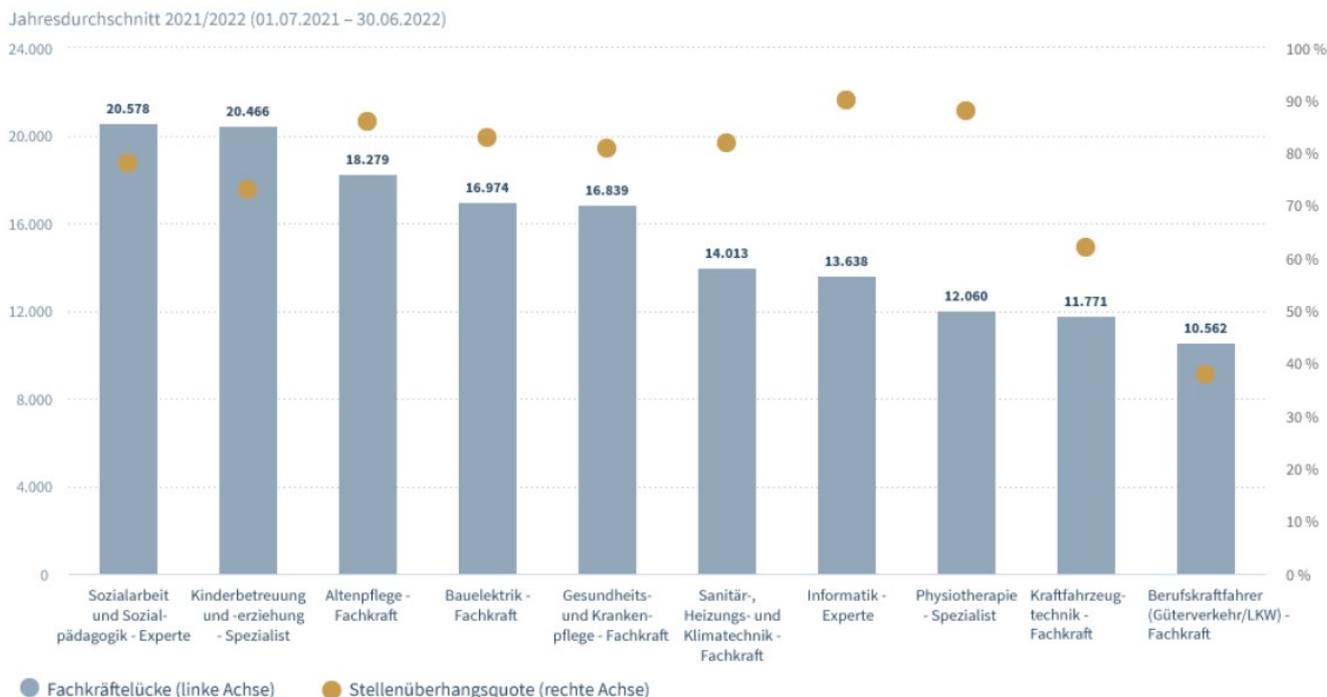
Die Anzahl älterer Menschen nimmt zu und die der Jüngeren nimmt ab. Die noch auf dem Arbeitsmarkt befindlichen **Babyboomer** gehen bald in Rente und die **Generation Z** rückt nach.

Das statistische Bundesamt prognostiziert, dass die **Lebenserwartung zunehmen** wird, während gleichzeitig die **Anzahl potenzieller Mütter zurückgehen** soll, da die schwachen Geburtenjahrgänge im gebärfähigen Altern sein werden.

## Mitarbeiter-Lücken nach Berufen

Im **primären Sektor** (Land-, Forstwirtschaft und Fischerei) arbeiten 1,2% der Erwerbstätigen, im **sekundären Sektor** (produzierendes Gewerbe) sind es 23,6 und im **tertiären Sektor** (Dienstleistungen und übrige Wirtschaftsbereiche) 75,2%.

Das deutsche Institut der Wirtschaft Köln e.V. hat die **Berufe mit dem größten Bedarf** an Mitarbeiter:innen erhoben und ist zu folgendem Ergebnis gekommen:



## Personal suchen und finden

Recruiter:innen werden aufgrund des hohen Mitarbeitermangels „erfinderisch“. Die Zeit der **klassischen Stellenanzeigschaltung** und die der **klassischen Bewerbungsmappe** sind vorbei.

Unternehmen sind nicht nur in **Online-Stellenbörsen** aktiv, sondern auch im **Social Media** wie LinkedIn, Twitter oder Instagram. Auch TikTok oder youtube Videos kommen immer mehr in Mode.

Das bekannte **Bewerbungsgespräch** ist vom persönlichen, zum digitalen Treffen geworden. Auch 90 Sekunden Videos von Bewerber:innen zur Erstvorstellung sind envouge.

**Quereinsteiger** haben - meiner Erfahrung nach - wenig Chancen, da Unternehmen den „perfekten Mitarbeiter“ suchen.

## Mitarbeiter binden

Mitarbeiterbindung kann ein Mittel sein, den Mitarbeitermangel im eigenen Unternehmen zu bremsen. Früher wurden Mitarbeiter:innen durch Gehälter oder Positionen an Unternehmen gebunden. Heute ist eine Mitarbeiterbindung durch andere **Maßnahmen**, wie: Führung in Teilzeit, Unternehmenskindergarten, sinnstiftende Tätigkeit, Weiterbindungsmöglichkeiten, Entscheidungsbefugnis und Handlungsrahmen oder Home Office usw. gegeben.

## Fazit

Als Nachhaltigkeitstreiberin liegt mir das Thema Mitarbeiter:innen besonders am Herzen. Ich befürworte **mehr „Klasse“, statt „Masse“**. Mehr **persönliche Gespräche** und die Möglichkeit nach **2-3 Schnupper-Tagen** im Job, da an Ort und Stelle sich ein Unternehmen und dessen Kultur schneller bewerten lässt, als digital.

Unternehmen brauchen ein **nachhaltiges Generationsmanagement** und eine entsprechende **Unternehmenskultur**, welche die Akzeptanz anderer Meinungen zulässt.



## Christine Mengelée

Autorin bei Zukunft des Einkaufens  
Nachhaltigkeitstreiberin

Ausbildung:

Bankkauffrau  
Diplom-Betriebswirtin  
M. Sc. Umweltwissenschaften (Ifd.)

Kontaktmöglichkeit:

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