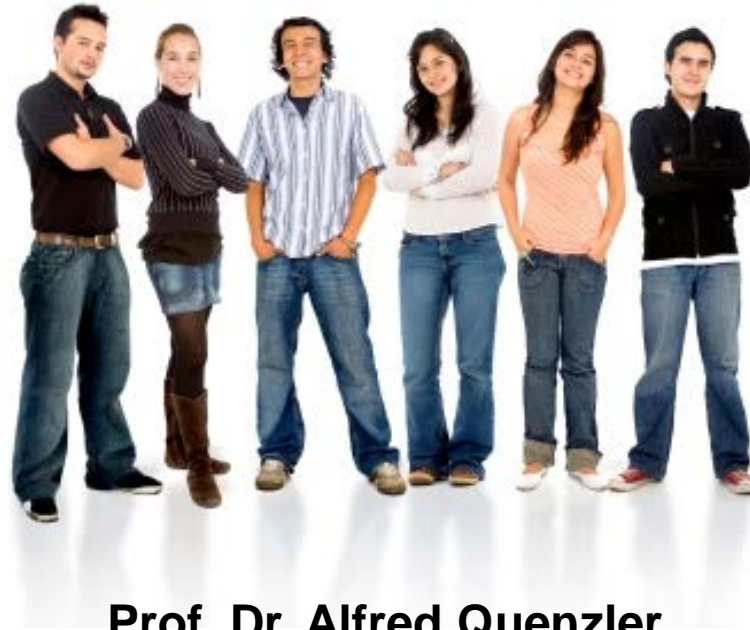


Anforderungen an eine veränderte Arbeitswelt?!

Das „Generation Y-Mysterium“



Prof. Dr. Alfred Quenzler

Technische Hochschule Ingolstadt

Internationales Personal- und Organisationsmanagement

22. Oktober 2014

Ausbilder Forum 2014, Enso Hotel

Ein paar Worte zum Einstieg

„ Alles, was es schon gab als Du geboren wurdest, ist normal.

Alles, was zwischen diesem Zeitpunkt und Deinem 30. Geburtstag erfunden wurde, ist unglaublich spannend und kreativ - und mit etwas Glück kannst Du eine Karriere darauf aufbauen.

Alles, was nach Deinem 30. Geburtstag erfunden wurde, ist gegen die natürliche Ordnung der Dinge und ist ein Vorbote des Endes der Zivilisation... bis es sich nach etwa 10 Jahren schrittweise als doch ganz ok herausstellt.“

Douglas Adams, Sunday Times, 29. August 1999

1



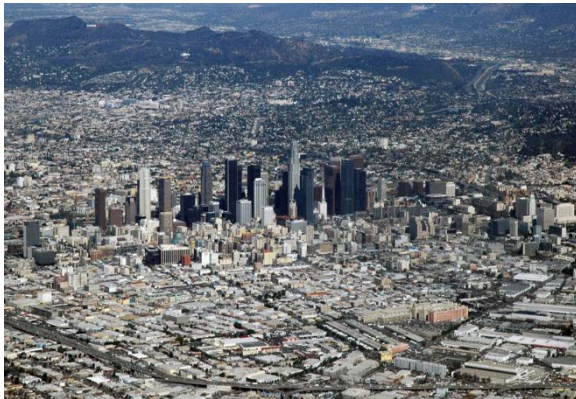
Herausforderungen, Trends, Tendenzen, Konsequenzen

Herausforderungen für die Zukunft: Generell



Städtebau - Zukunft

In Zukunft werden 6,5 Milliarden Menschen in Metropolen leben. Soviel wie heute auf der ganzen Welt



Metropolen mit ihren komplexen und zum Teil chaotischen urbanen Strukturen bilden dabei das entscheidende Labor, um eine Auseinandersetzung mit Architektur, Verkehrspolitik, Mobilitätskonzepten, Arbeitsplatzstrukturen und Stadtentwicklung voranzutreiben



Wesentliche Fragen:

Wird es in Zukunft noch Autos geben?

Welche Rolle wird eine elektronische Vernetzung von Informationen spielen,

Welche Rolle werden öffentliche Verkehrsmittel, der Individualverkehr, große Unternehmen und eine aktive Stadtplanung spielen?

Welche Rolle spielen Arbeitsplatzgestaltung und Standortfragen?

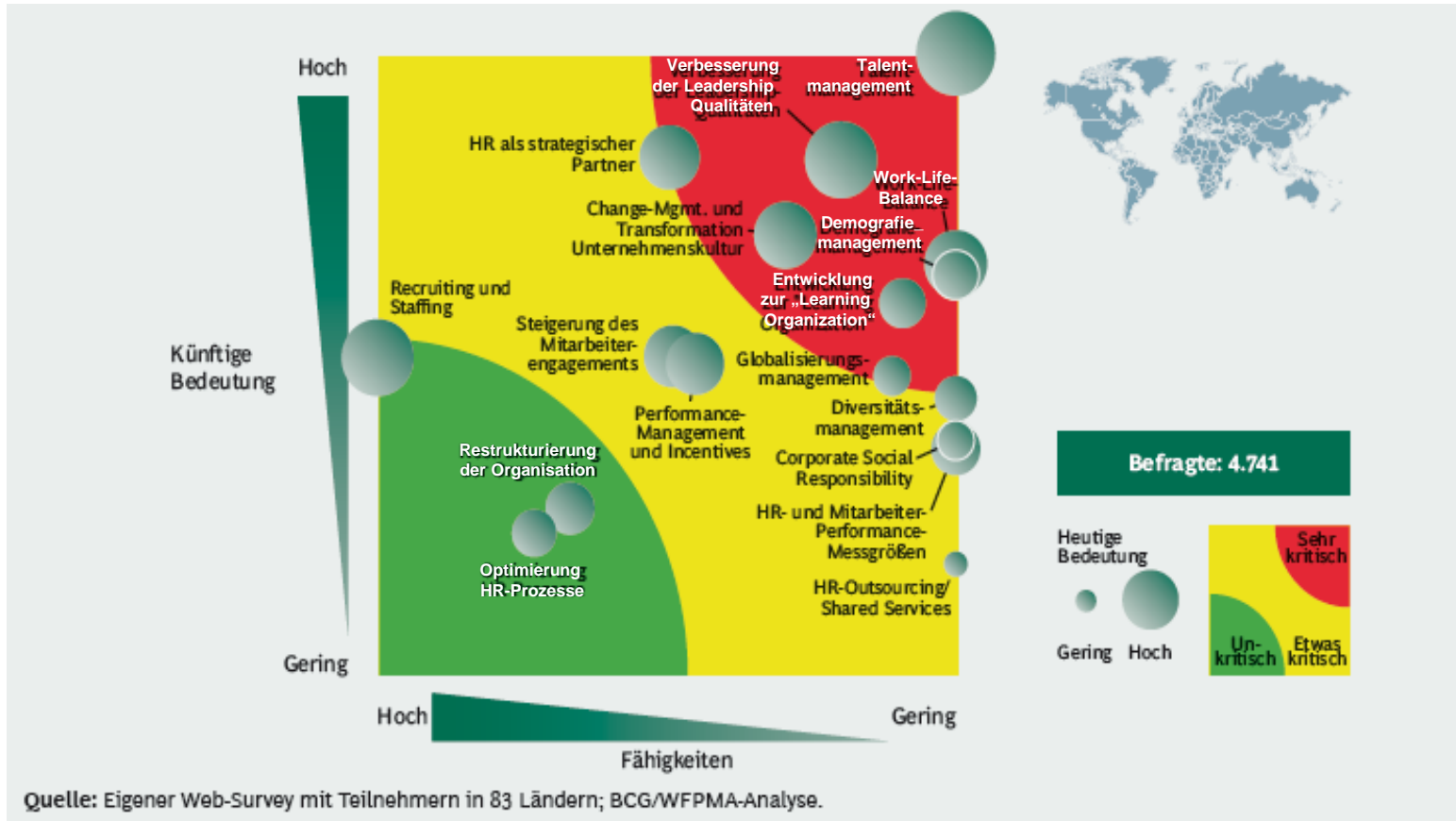
Examples– Architectural Thoughts Sustainability--CO2 Reduction-Green Architecture



BAYERN  INTERNATIONAL

Bachschuster
ARCHITECTS

Herausforderungen für das globale Personalmanagement



Personalmanagement-Trends in der zweiten Dekade

- Demographischer Wandel: Fachkräftemangel ab 2015
- **Generationswechsel: Von den Baby Boomers zur Generation Y: Web 2.0**
- Das Personalmanagement als strategischer Partner in Geschäftsprozessen
- **Talent Management:**
Talentidentifikation, -gewinnung und -bindung)
- Employer Branding
- Kreativität und Innovation in der Personalarbeit:
Talent Relationship Management
- Effizienz und Messbarkeit der Personalarbeit (nachhaltiges HR-Controlling)
- **Vermittlung von Werten und Sinn**
- **Verantwortungsvolle Führung**
- **Leistungserhalt und altersgerechte Arbeitsplätze**

Quelle: Inhaltsanalyse renommierter Zeitschriften des Personalmanagements, dgfp 2010

Herausforderungen für das Personalmanagement: Die zentralen derzeitigen europäischen Probleme

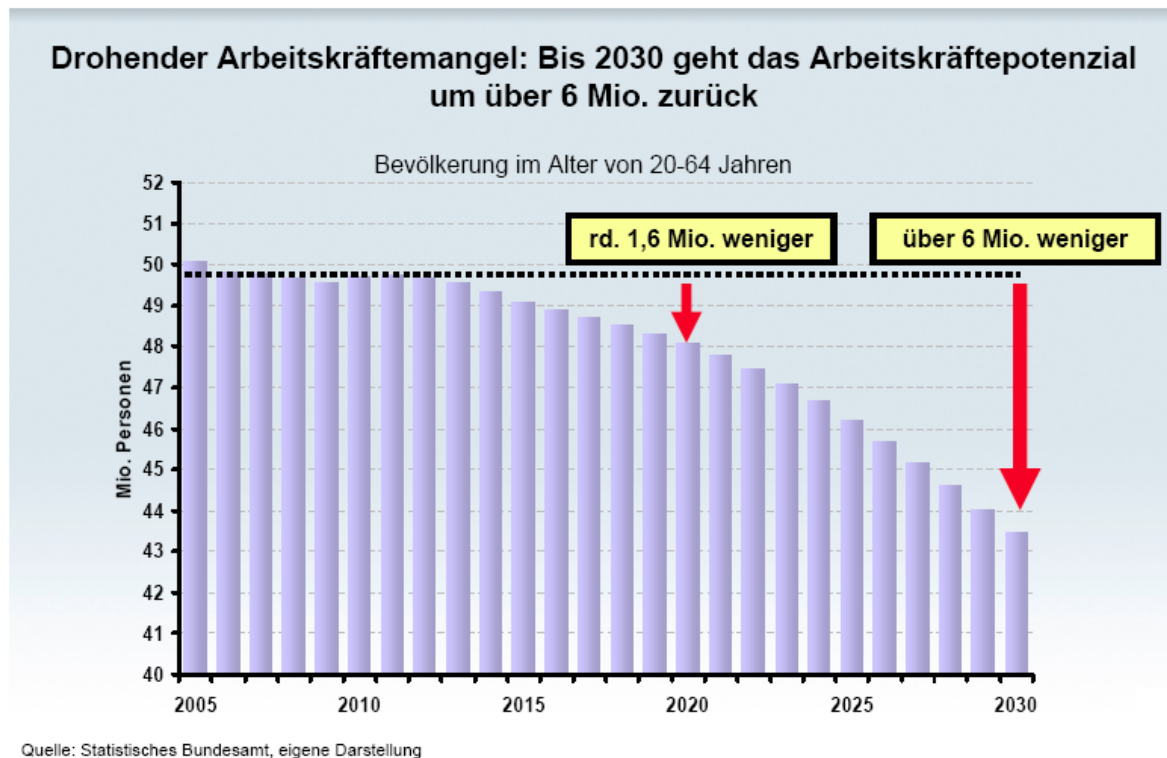


Trends werden sogar in der Werbung aufgegriffen: Die Kampagne von Benetton

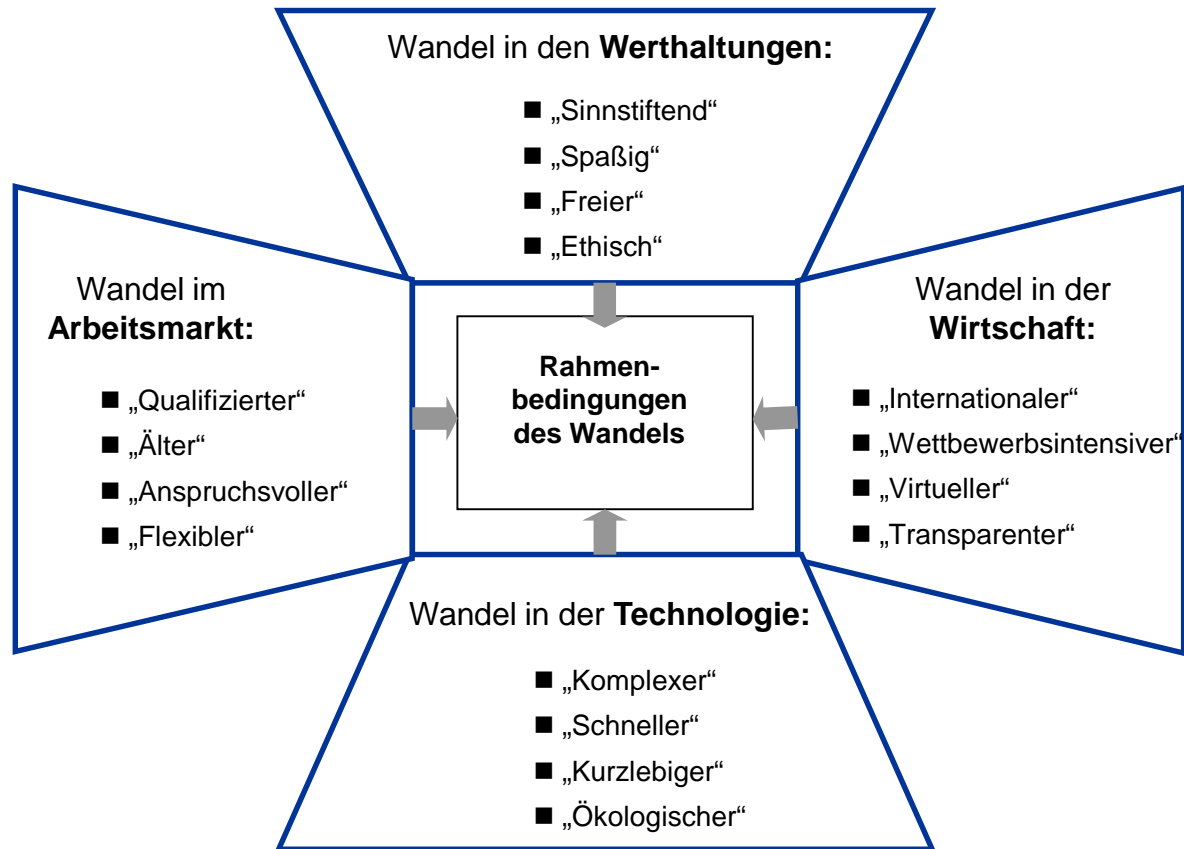


Zunehmender Wettbewerb um immer weniger Talente

Demographischer Wandel und Fachkräftemangel: Innerhalb einer schrumpfenden Bevölkerung nimmt zusätzlich noch der Anteil der Erwerbstätigen ab



Nichts ist so beständig wie der Wandel: Generelle Wertetafel



Konsequenzen

- **Die Deutschen werden insgesamt weniger** – Bevölkerungsrückgang von fast 25% bis 2050 in Deutschland
- **Der Anteil der Erwerbstätigen an der Bevölkerung geht zurück** – höhere Lebenserwartung, längere Ausbildungszeiten und zurückgehende Lebensarbeitszeit lassen den Anteil der Erwerbstätigen an der Gesamtbevölkerung (heute ca. 40%) weiter sinken. Der Ausgleich den die stärkere Erwerbsbeteiligung der Frau im 20. Jhd. brachte, lässt sich nicht wiederholen.
- **Der Bedarf an qualifizierter Arbeit steigt anteilmäßig an** – Der Strukturwandel hin zu Informations- und Dienstleistungswirtschaft und die Globalisierung lassen die Nachfrage nach Fachkräften in Deutschland steigen

Konsequenzen

- **Qualifizierte Arbeit als knappes Gut** – Die Nachfrage an qualifizierter Arbeit übersteigt das Angebot – Damit kehrt sich ein Trend wieder um, der in Deutschland ca. 40 Jahre anhielt.
- **Internationaler Wettbewerb um junge Talente** – Andere Länder sind eine Quelle für qualifizierte, junge Arbeitskraft – und Konkurrenten im Wettbewerb darum
- **Lebensarbeitszeit wird wieder ansteigen** – Viele Menschen werden länger arbeiten wollen und können, viele werden es müssen

2

Anforderungen an eine sich verändernde Arbeitswelt





DIE ZEIT



IS DEUTSCHLAND 4,20 €

WOCHENZEITUNG FÜR POLITIK WIRTSCHAFT WISSEN UND KULTUR

JUGEND

Faul und schlau!

Für manche Personalchefs sind sie ein Albtraum: Die heute 20- bis 30-Jährigen haben wenig Lust, sich zu Sklaven ihres Jobs zu machen. Das wird die Arbeitswelt verändern – zum Guten



Quelle: Die Zeit, 08.03.2013

Und um die geht's...

Generation Y

oder

Generation Why?

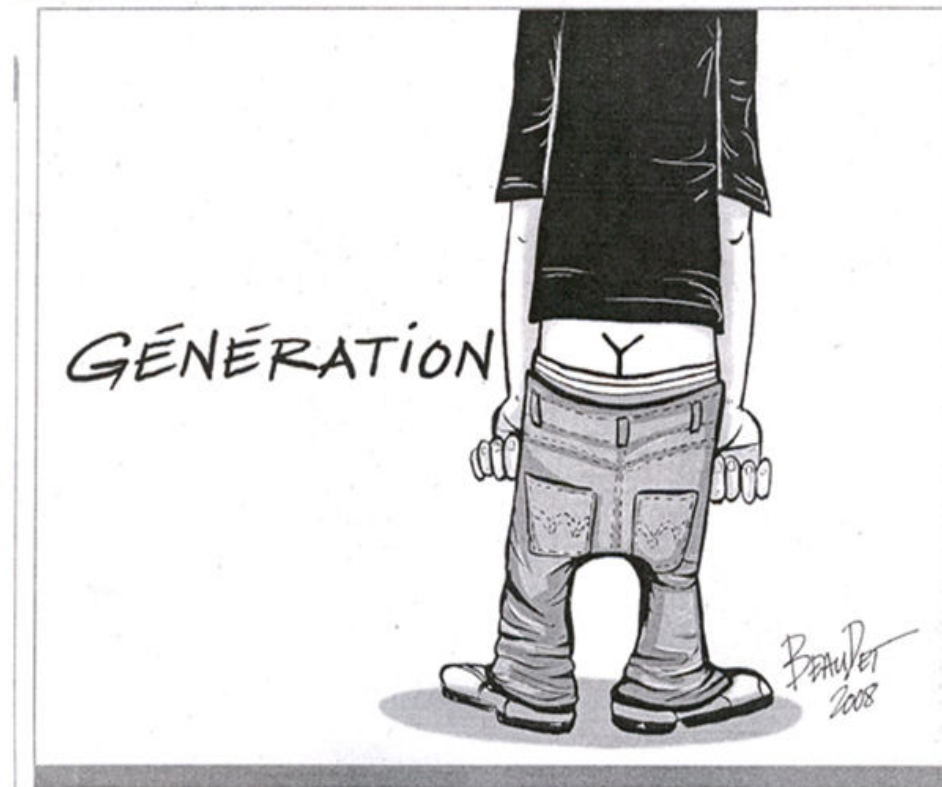
oder

Generation Whynot

oder

Generation Wei-chei

JOURNAL DE QUÉBEC | MARDI 22 JANVIER 2008



Generationswechsel

Derzeit arbeiten drei (teilweise bis zu fünf) Generationen in unseren

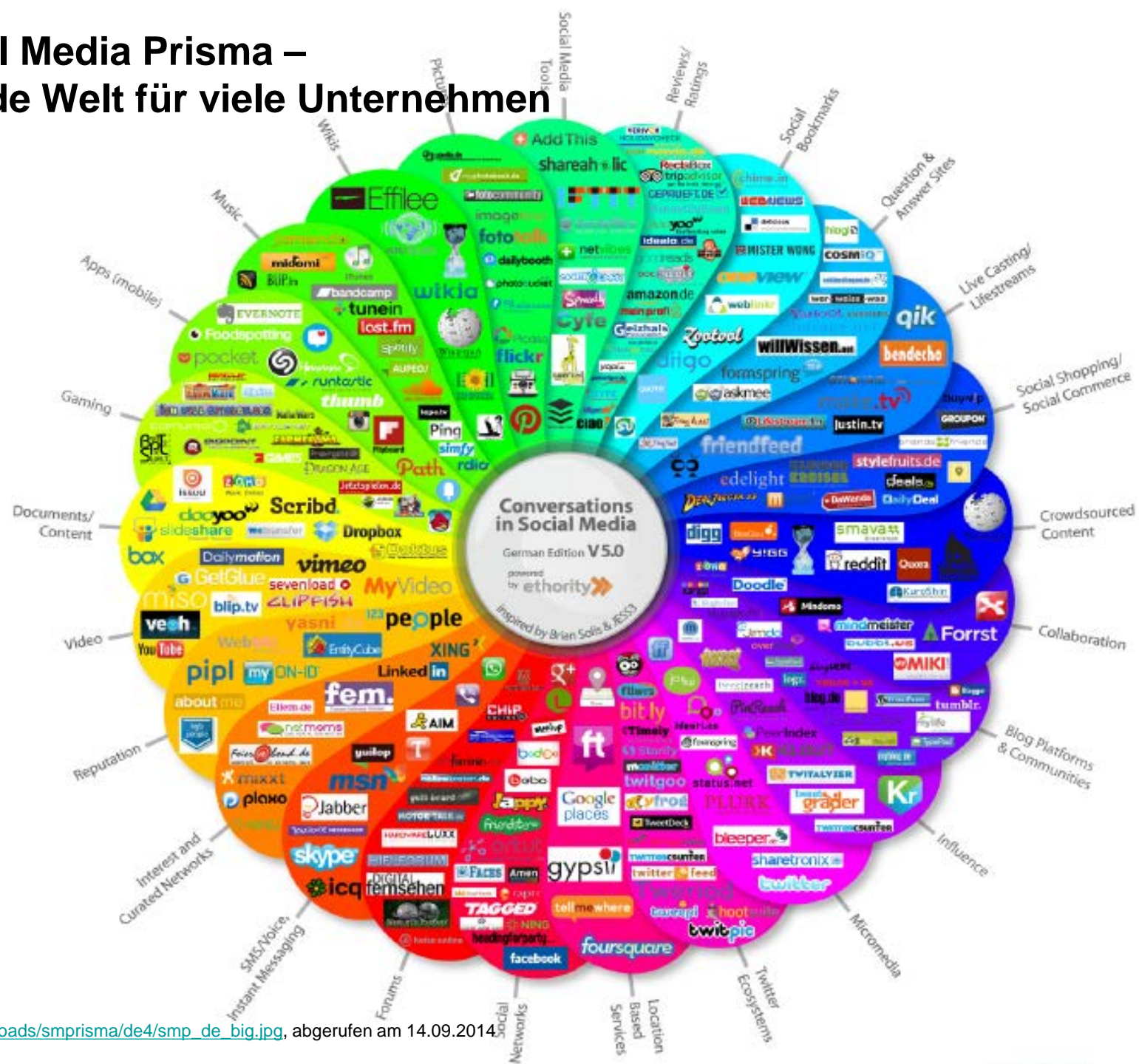
Unternehmen:

- Veteranen,
- Baby Boomers,
- Generation X und
- Generation Y



Jede Generation hat seine eigenen Wertvorstellungen, Verständnis von Autorität, Orientierung in der Welt und Erwartungen an Unternehmen, Führungskräfte, Arbeitsbedingungen **sowie an die Kommunikation**

Das Social Media Prisma – eine fremde Welt für viele Unternehmen



Web 2.0 als wesentliche Ausgangsbasis

Sich ausdrücken und andere wissen lassen, was man gerade tut...



Eigene Erlebnisse mit anderen teilen...



Oder eine Kombination von all dem...



Mit Freunden und Kollegen in Kontakt bleiben...



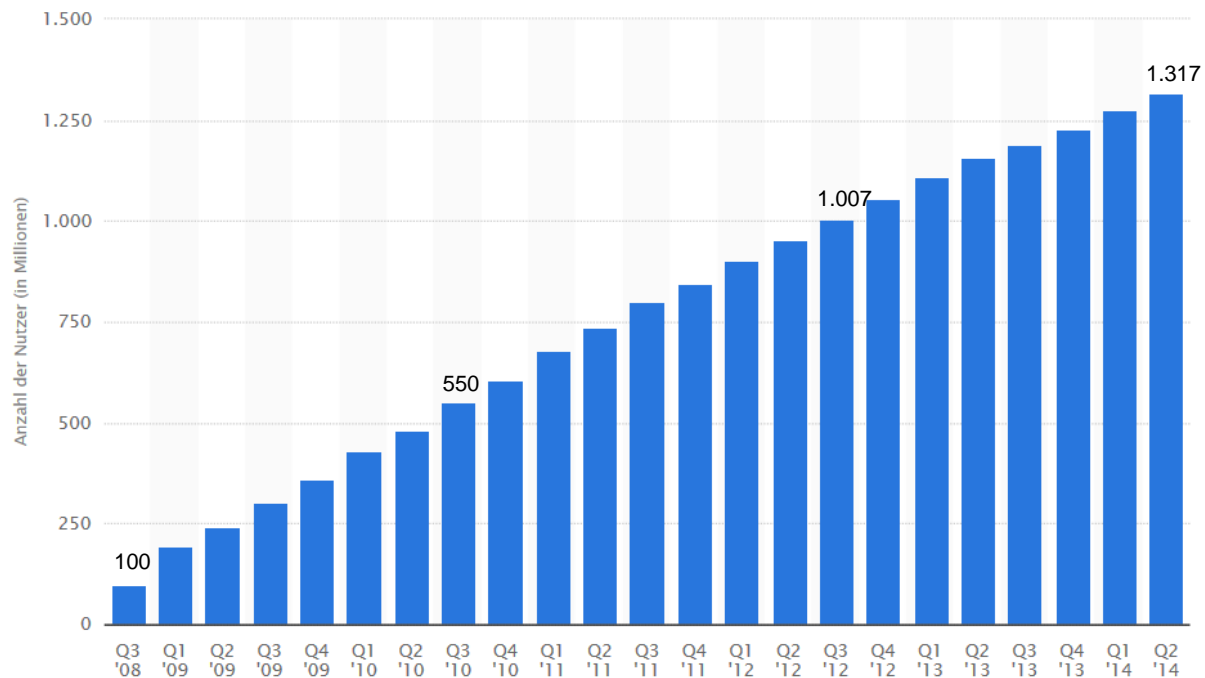
Mit anderen Leuten Spiele spielen...



Meinungen, Erfahrungen und Wissen austauschen...

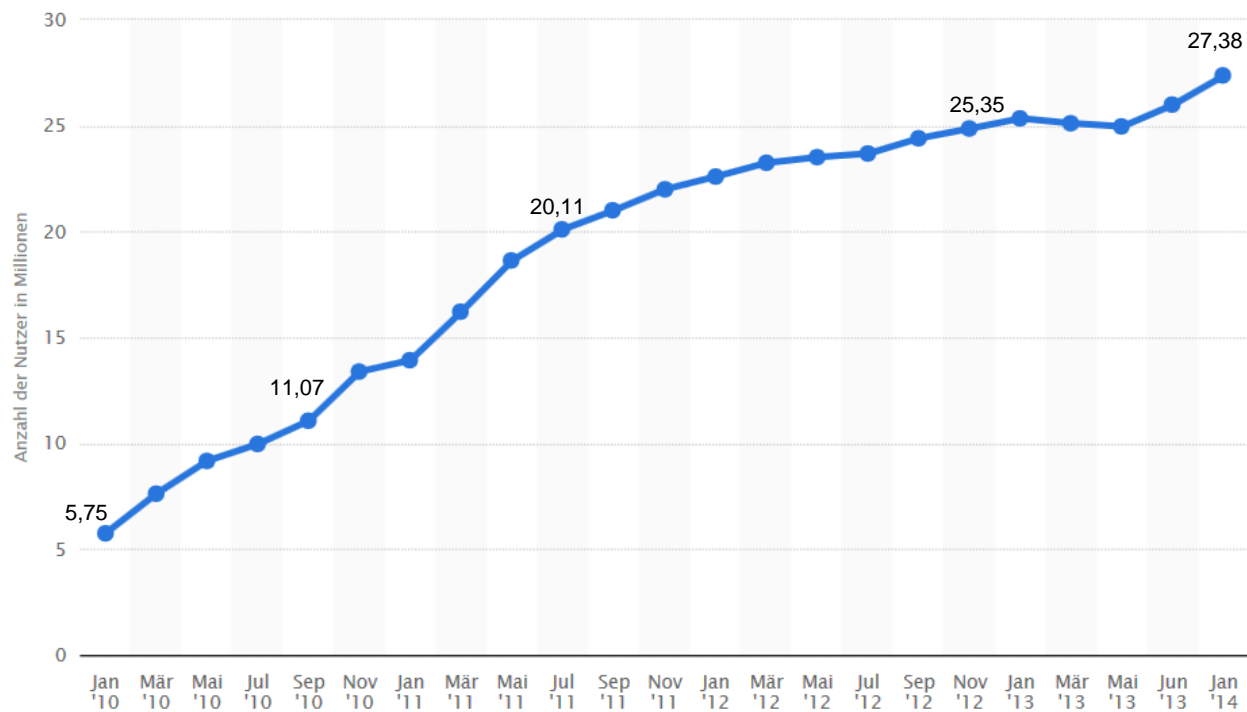


Anzahl der monatlich aktiven Facebook-Nutzer weltweit von 2008 bis zum 2. Quartal 2014 (in Millionen)



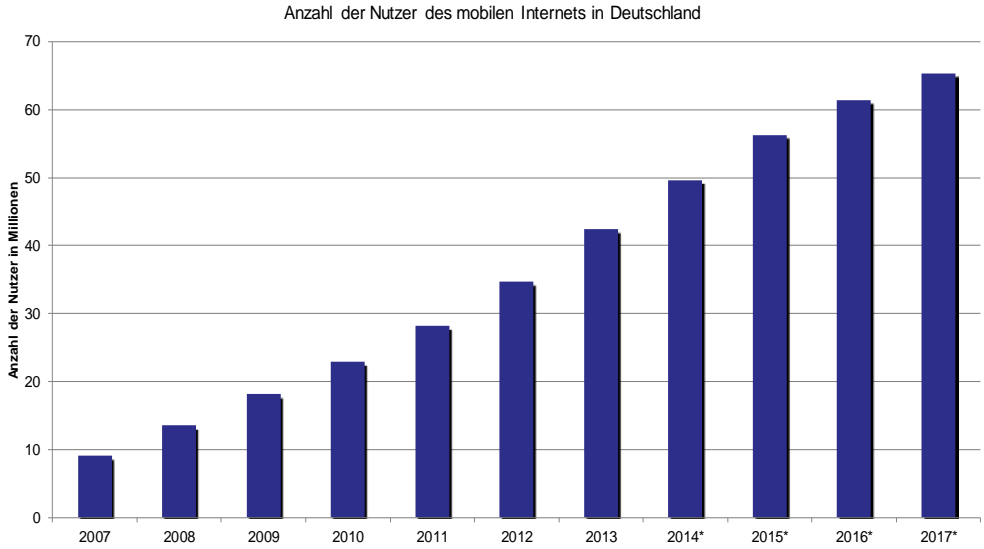
Quelle: <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/37545/umfrage/anzahl-der-aktiven-nutzer-von-facebook/>, abgerufen am 03.10.2014

Anzahl der aktiven Nutzer von Facebook in Deutschland von Januar 2010 bis Januar 2014 (in Millionen)



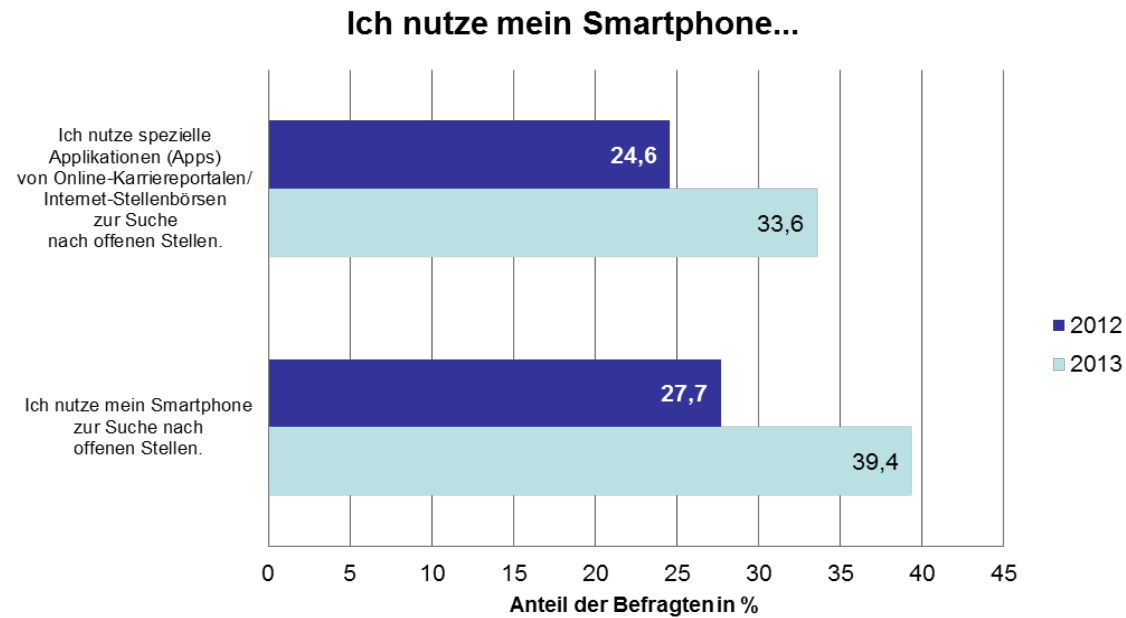
Quelle: <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/37545/umfrage/anzahl-der-aktiven-nutzer-von-facebook/>, abgerufen am 03.10.2014

Anzahl der Nutzer des mobilen Internets in Deutschland von 2007 bis 2017* (in Millionen)



Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an PricewaterhouseCoopers, German Entertainment and Media Outlook: 2013-2017, 2013. Zitiert nach Statista 2014

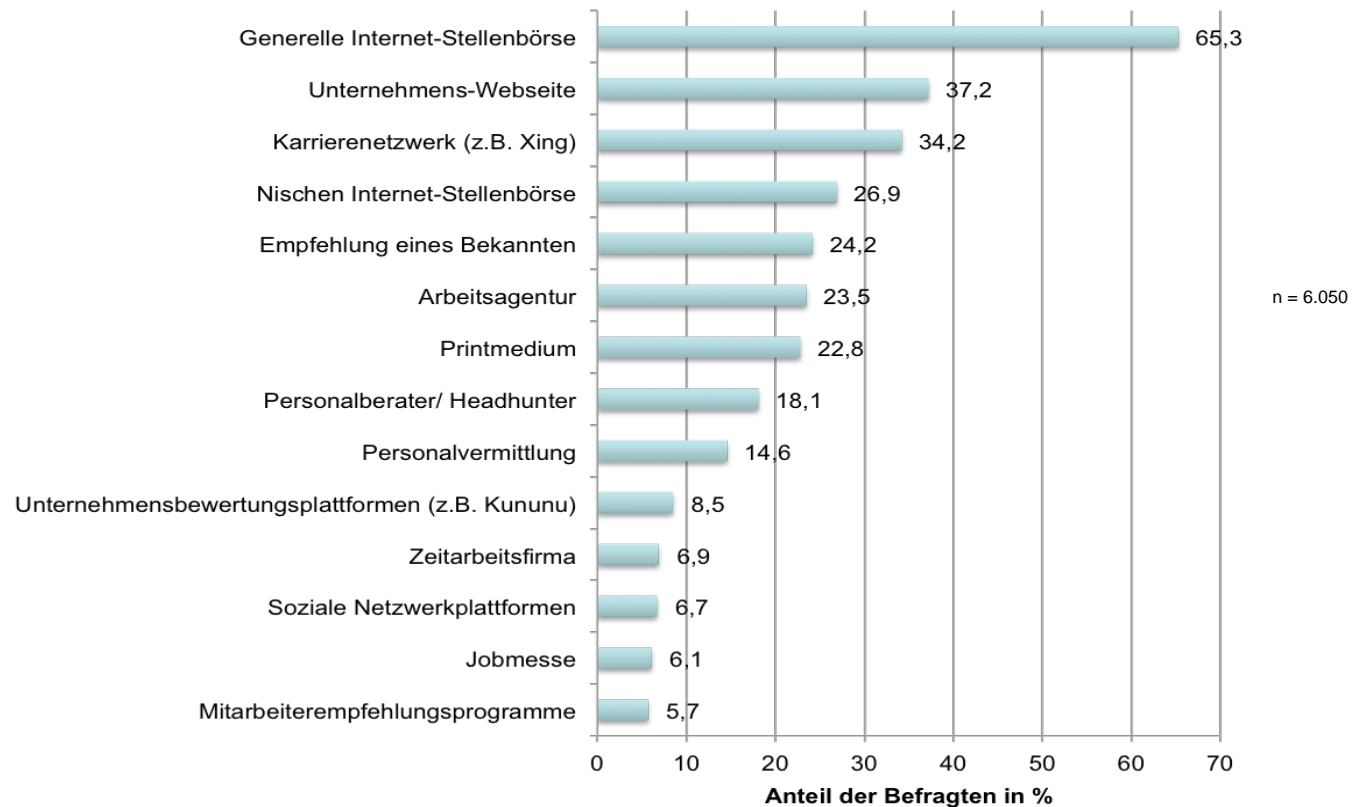
Die Bedeutung von Smartphones zur Stellensuche



Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an Centre of Human Resources Information Systems – CHRIS 2014, S. 10

Welche Informationskanäle haben Sie bei der aktiven Suche nach Stellenanzeigen genutzt?

Nutzung von Informationskanälen zur aktiven Stellensuche



Quelle: Centre of Human Resources Information Systems – CHRIS 2013, S. 36-38

Bewertungen von Unternehmen durch Internetuser Erfahrungsberichte / Blogs etc.



Arbeitgeber Bewertung

sitronic GmbH & Co. KG

Wie bewerten Mitarbeiter das Betriebsklima, den Job und das Gehalt bei sitronic GmbH & Co. KG

Arbeitgeber » Deutschland » Baden-Württemberg » Gärtringen » Elektro / Elektronik » sitronic GmbH & Co. KG

Arbeitgeberprofil

Zusammenfassung

Status

mangelhaft super

Benefits für Mitarbeiter: (4)

Arbeitgeberbewertung: (2,2)

Gesamtpunkte: (2,7)

Anzahl Bewertungen: 1



Bitte beachte: Bewertungen sind subjektive Momentaufnahmen! Eine geringe Anzahl von Bewertungen ist unter Umständen nicht repräsentativ.

	mangelhaft super	Details +
Der Chef / Chefs		Details +
Die Kollegen		Details +
Die Arbeit		Details +
Die Arbeitsatmosphäre		Details +
Die Kommunikation		Details +
Die Gleichberechtigung		Details +
Der Umgang mit Kollegen 45+		Details +
Die Karriere und Weiterbildung		Details +
Das Gehalt und Sozialleistungen		Details +
Die Arbeitsbedingungen (Räume, Computer, ...)		Details +
Das Bewusstsein für Umwelt / Soziales		Details +
Die Freizeit		Details +
Das Image		Details +

"Schlechtes Arbeitsklima, Kantine lässt sehr zu wünschen übrig"



sitronic GmbH & Co. KG

Hierarchie: Angestellte/r - Arbeiter/in
Jobstatus: Ex-Job seit 2008

Vor 4 Stunden

Verbesserungsvorschläge:

1. Führungskräfte müssen noch viel über Personalführung lernen

Bewertung selbst verschicken

Bewertung anonym verschicken

Arbeitgeber: Stellungnahme abgeben

Training

Company

International

Knowledge

mysqueaker.net

[Home](#) - [Company](#) - [CompanyReports](#) - show

Erfahrungsberichte Unternehmen

Dieser Report wurde 2594 mal gelesen

Unternehmen	(Burda Verlag), Mode	keine Wertung
Art	Job	
Stadt	Offenburg	
Land	Deutschland	
Studienfach Heimat	Medienwissenschaften	

Aufgaben und Herausforderungen

Beschreibung der Arbeit

Ich kann niemandem empfehlen einen Job in der Redaktion der ' ' anzunehmen. Besonders nicht in der Mode. Dort herrschen andere Gesetze als man es sich vorstellen kann. Ich gebe euch den Tipp nicht dort kein Praktikum in der Mode(was "wiedermal" angeboten wird!) zu machen, da deine Chefin dich ausnutzen wird, dich unrecht behandeln und du wirst immer den kürzen ziehen. Sie leitet alleine das Moderessort! kein wunder lange hat es dort keiner ausgehalten! Mir tut jeder leid der sich darauf einlässt und eingelassen hat. Besonders das Praktikum mit Aussicht auf Volontariat - und das weiß ich aus sichere Quelle - ist nur eine Fake! du wirst kein Volontariat dort machen, weil keine Kohle vorhanden ist. Aber schließlich muss man irgendwie günstige Arbeitskräfte ködern, besonders für dieses Ressort. Ich wünsche allen Jobsuchenden alles Gute !! Klasse das es dieses Forum gibt und ich hoffe, ich konnte einigen Leuten helfen.



3

Von Erwartungen, Wünschen und der Realität

Veränderte Lebensentwürfe – veränderte Vorstellungen von einem „guten Arbeitsplatz“

Ein sicherer Job
 Status und Gehalt
 Autoritäten
Leben um zu arbeiten
 Karriere bei einem Unternehmen
 „Corporate Man“



Baby Boomers: 1955-70



Employability
Arbeiten um zu leben
 Informell
 Kurzfristige Anreize
 Wechselbereitschaft
 „Individualisten“



Generation X: 1970-80



Digital Natives
 Lebensphasen Informiert
Arbeiten und Leben
 Karriere als Abfolge von Herausforderungen
 „Kreative Klasse“

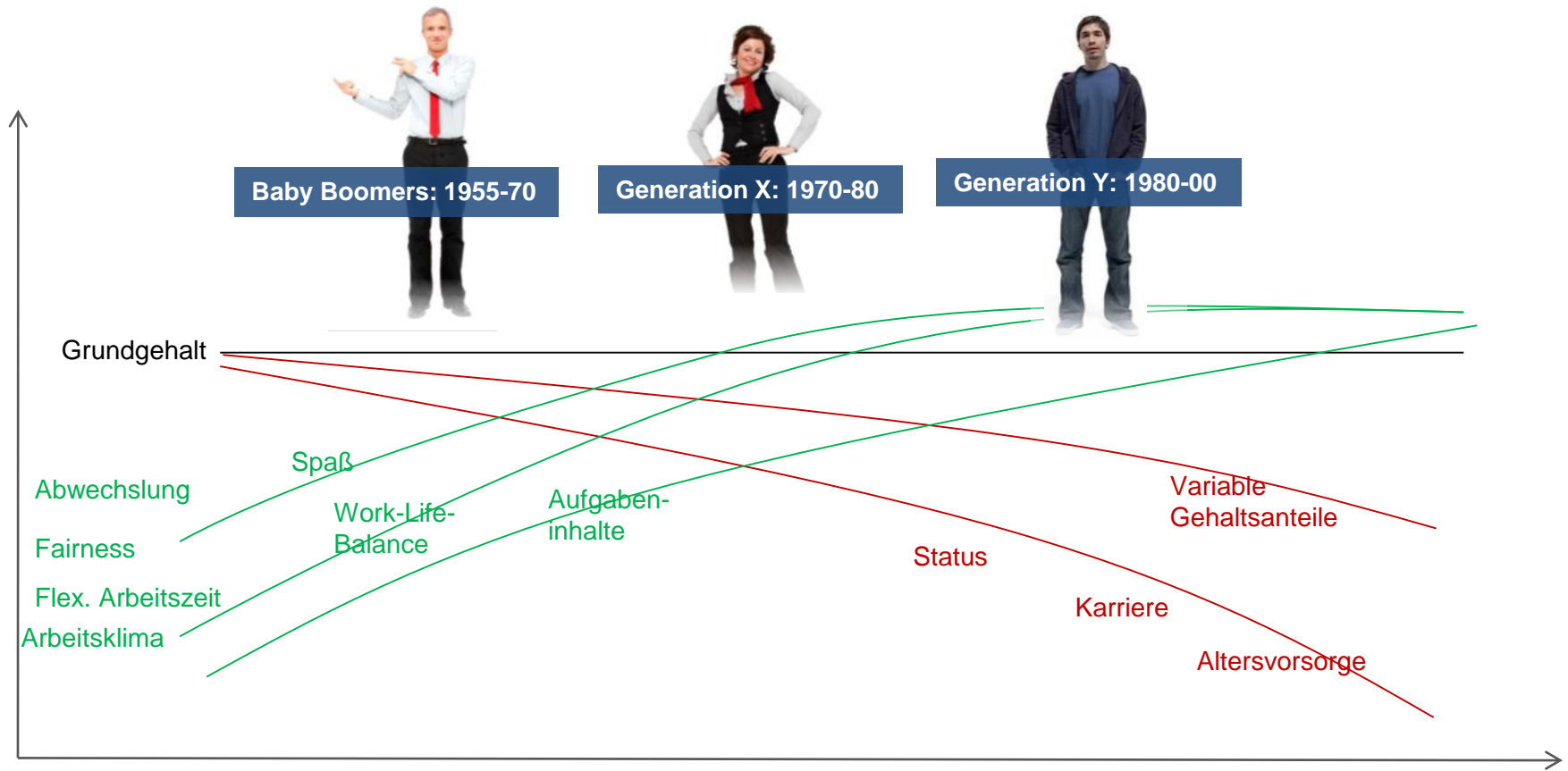


Generation Y: 1980-00



In Anlehnung an: Lufthansa-Studie zu Generationenpräferenzen in Personalmagazin 12/2008, *Item „Sinnhafte Aufgaben“ war nicht Bestandteil der LH-Studie, wird aber durch andere Untersuchungen bestätigt.

Die Anforderungen an einen „guten Job“ verändern sich: Weiche Faktoren gewinnen an Bedeutung



In Anlehnung an: Lufthansa-Studie zu Generationenpräferenzen in Personalmagazin 12/2008,
*Item „Sinnhafte Aufgaben“ war nicht Bestandteil der LH-Studie, wird aber durch andere Untersuchungen bestätigt.

Die Zielgruppe Schüler: Erwartungen an die Ausbildung Impressionen aus einem Chatforum



http://www.erdbeerlounge.de/erdbeertalk/Erwartungen-an-die-Ausbildung-_t1532310s1

Befragung von 525 Schülern auf Azubister

Top 10 Einflussfaktoren bei der Arbeitgeberwahl	
1	Akzeptanz und Wertschätzung
2	Sicherheit
3	Arbeitsklima eines Unternehmens
4	Ein geregeltes Arbeitsleben
5	Berufseinstieg und Entwicklungschancen
6	Identifikation mit dem Unternehmen
7	Entlohnung
8	Reputation und Prestige
9	Standort
10	Kreativität und Modernität

www.azubister.net

Die Zielgruppe Schüler: Erwartungen an die Ausbildung

Was Unternehmen für Auszubildende interessant macht

Der Köder muss dem Fisch schmecken, nicht dem Angler. Aber was schmeckt denn so einem Fisch von heute? Was erwarten junge Leute von ihrer Ausbildung, und womit kann man sie für sich gewinnen?

Was Auszubildende wollen

Respektvoller Umgang im Betrieb ist Auszubildenden laut einer Studie des Bundesinstituts für Berufsbildung (BIBB) am wichtigsten. Sie wollen "echte Arbeit" leisten, in größere Aufgaben miteinbezogen werden und auch mal etwas falsch machen dürfen. Überstunden machen zu müssen stört sie weniger.

Wie Schüler sich informieren

Die Berufswahl, das zeigt eine Studie der Bertelsmann Stiftung, ist einer der wenigen Bereiche, in denen Jugendliche noch Vater und Mutter um Rat fragen. Es lohnt sich also, auch die Eltern anzusprechen. Lehrer und Arbeitsagentur spielen eine viel geringere Rolle.

Welcher Einsatz sich lohnt

Was machen Unternehmen, die ihre Ausbildungsplätze besetzen können, besser als andere? Sie bieten jede Menge Praktika an, zeigt eine Studie des Bundesinstituts für Berufsbildung. Außerdem engagieren sie sich weit häufiger bei Infoveranstaltungen in Schulen.

Geld ist wichtig

67 Prozent der Auszubildenden sind mit ihrem Verdienst unzufrieden. Das gilt vor allem für Azubis in Betrieben mit weniger als neun Mitarbeitern, hier macht der Nachwuchs laut BIBB auch am häufigsten Überstunden. Für viele reicht das Geld für die Lebensführung nicht aus, was sie besonders ärgert, wenn sie für die Ausbildung umgezogen sind oder besonders viel produktiv arbeiten. 17 Prozent beklagen, dass sie ihren Verdienst nicht rechtzeitig ausgezahlt bekommen, durchschnittlich sind das im zweiten Ausbildungsjahr 466 Euro.

Bei der Suche nach Auszubildenden geht es darum, ob Azubi und Unternehmen zueinanderpassen, ob man gemeinsame Ziele und Erwartungen hat. "Ist ja genau wie in der Liebe!", dachte sich offenbar die IHK Hamburg und organisierte ein Wirtschafts-Speeddating. Vertreter von 16 Unternehmen und 55 Schüler, die sich für ein duales Studium interessieren, bekommen je zehn Minuten Zeit, sich zu beschnuppern. Im Anschluss gab fast jeder zweite Arbeitgeber an, dass er mindestens einen Schüler zum Vorstellungsgespräch einladen wolle, sagt Alexander Neunzig vom Veranstalter Hamburg School of Business Administration, einer Tochter der Handelskammer. "Es gibt keine schnellere Möglichkeit für Unternehmen, potenzielle Bewerber kennenzulernen", sagt Neunzig. Nächstes Jahr soll in Hamburg wieder ein Speeddating stattfinden.

[http://www.impulse.de/unternehmen/:Ausbildung--Azubi\(m\)angel/1015967.html?p=2](http://www.impulse.de/unternehmen/:Ausbildung--Azubi(m)angel/1015967.html?p=2), abgerufen am 29.03.2013

Die Zielgruppe Schüler: Beispiele für Kampagnen

AOK
Die Gesundheitskasse

„Großes Team, große Aufgaben.
Ich gehör dazu: als **Azubi** der AOK.“

Thomas Ob, AOK - Die Gesundheitskasse

Hannes Pitt hat sich sportliche Ziele gesetzt. Nicht nur auf dem Fußballplatz, sondern auch im Hinblick auf seine berufliche Zukunft. Deshalb hat er sich für eine Ausbildung zum Sozialversicherungsfachangestellten bei der AOK entschieden. Als herausragende Größe im Gesundheitswesen besitzen wir ihn bereits auf einem besonderen Berufsweg vor: mit viel Verantwortung und Engagement im Bereich der Sozialversicherung. Finden auch Sie Ihren Platz im unserem leistungsstarken Team.

#MehrGlücke. #MehrChancen. #MehrZukunft. AOK. aok.de/azubibildung

AOK
Die Gesundheitskasse

„Leistung begeistert mich. Gesundheit motiviert mich. Als **Azubi** bei der AOK.“

Sabrina Hahn, AOK - Die Gesundheitskasse

Katharina Hahn weiß als begeisterte Sportlerin, wie wichtig Gesundheit ist - und wie wichtig es ist, gesund zu bleiben. Als Azubi zur Sozialversicherungsfachangestellten bei der AOK kann sie auch viele weitere Talente einbringen und entwickeln: Menschen helfen, organisieren, wirtschaftlich denken. Zudem: auch ihr volles Engagement. Und entdecken Sie Ihre exzellenten Chancen und Entwicklungsperspektiven bei uns.

#AOK-Klein. #MehrChancen. #MehrZukunft. AOK. aok.de/azubibildung

AOK
Die Gesundheitskasse

„Talent beweisen und andere begeistern.
Das kann ich: als **Azubi** bei der AOK.“

Julian Rock, AOK - Die Gesundheitskasse

Julian Rock singt gerne, was er draufhat. Als Ländlerin seiner Band aber auch als Azubi bei der AOK. Denn hier kann er jeden Tag seine Stärken entfalten und weiterentwickeln. Als großer, bedeutendes Unternehmen im Gesundheitswesen können wir zahlreiche Ausbildungswege - sei es Abwechslung von Spiel und beide Ausrichtungen inklusive. Auch auf Sie warten spannende Aufgaben, der Kontakt zu vielen Menschen sowie Verantwortung und Förderung. Bühne frei für Ihre Bewerbung!

#Mehr machen. #Mehr erreichen. #Mehr Zukunft. AOK. aok.de/azubibildung



MACH DEINEN WEG.

DU HAST DIE ZUKUNFT!
WIR HABEN DEN PLAN.  MACH DEINEN WEG.

AUSBILDUNG

GASTRONOMISCH

KAUFMÄNNISCH

AKADEMISCH

AUSBILDUNG EINFACH ERKLÄRT! FACHMANN/FACHFRAU FÜR SYSTEMGASTRONOMIE

AZUBI-TV
YASEMINE UND ANDREJ // FACHMANN-FRAU FÜR SYSTEMGASTRONOMIE

AKTUELLES



DEIN PLAN: VOM AZUBI INS RESTAURANT MAI



MACH DEINEN WEG.

DU HAST DIE ZUKUNFT!
WIR HABEN DEN PLAN.  MACH DEINEN WEG.

AUSBILDUNG

GASTRONOMISCH

KAUFMÄNNISCH

AKADEMISCH

FÜR ELTERN!

IST EINE AUSBILDUNG BEI McDONALD'S DAS RICHTIGE FÜR IHR KIND?



Kind, was soll nur aus dir werden?

Die Wahl der richtigen Ausbildung ist für Jugendliche nach dem schulabschluss die erste wichtige Entscheidung. Auch als Eltern stellt Sie das vor eine große Herausforderung. Mit welcher Ausbildung wird mein Kind wirklich glücklich? Ist mein Kind in guten Händen? Hat der Wunschberuf wirklich Zukunft? Und was ist überhaupt der Wunschberuf meines Kindes? **Mit dieser Seite wollen wir Ihnen als Eltern eine Orientierung über das Ausbildungsangebot bei McDonald's geben.**

UNSERE AUSBILDUNG
DEINE FRAGEN

FAQ

JETZT FRAGEN >>

AUSBILDUNG EINFACH ERKLÄRT!
FACHKRAFT IM GASTGEWERBE (M/W)



ZUM VIDEO >>

AUSBILDUNG EINFACH ERKLÄRT!
FACHMANN/FACHFRAU FÜR SYSTEMGASTRONOMIE

< AKTUELLES

< CHEF VOR ORT

< BEWERBUNGSTIPPS

< KARRIEREPLANER

< DEINE FRAGEN

< STELLENANGEBOTE

< PRAKTIKUM/NEBENJOB

< **FÜR ELTERN**

Die Zielgruppe Schüler: Beispiele für Kampagnen



Berufsinfomedienstag
26. Juli 2015, ab 14:00 Uhr

LIEBE ELTERN, ES REICHT!

SIE HABEN SICH LANGSAM AN DIESE DINGE GEWÖHNT. JETZT SIND WIR DA! – BERUFSINFOMEDIENSTAG BEI DER BMW GROUP

Bis zu 1.000 Stellen, 1.000 Jahre, daran arbeiten wir mit Euch! 100mal Neuzulassungen geteilt, 1.000mal mehr, 1.000mal Vielfalt. – Ja, ein Elternteil zu helfen, ist manchmal ganz schön herausfordernd. Das hat jetzt ein Ende. Schicken Sie Ihr Kind auf die Fachschulen. Mit einer Marke, die weltweit bekannt ist. Und einer Ausbildung, die dem Gewerbe für eine sehr gute Zukunft legt. Wir von BMW wissen, was es zu erlernen. Fast 90 Jahre erfolgreicher Ausbildungs-aktivität sprechen für sich. In dieser Zeit haben wir immer nur ein Ziel vor Augen: Jugendlichen, die sich uns bewähren können, eine langfristige Perspektive zu bieten. Was für ein Glück ist es, wenn sie es tun! Geben Sie Ihren Jugendlichen den Wind, sich bei uns zu beweisen. Ab sofort registrieren wir folgende unternehmerische Ausbildungsstellen:

- Fertigungsmechaniker (m/w) (jahr 2016)
- Konstruktion- und Fertigungsmechaniker (m/w), Karosseriebau (jahr 2016)
- Elektrotechniker (m/w) Elektro- und Elektronik (jahr 2016)
- Technischer Zeichner (m/w) Karosserie und Pressblech
- Mechaniker (m/w) (jahr 2016)

Mehr dazu erfahren Sie und Ihr Kind auf unserem Berufsinfomedienstag für unternehmerische Ausbildungsstellen am 26. Juli 2015, ab 14:00 Uhr. Anmelden können Sie die Teilnahme unter der E-Mail-Adresse berufsinform@bmw.de bis zum 16. Juni 2015.

Zu sehen von 01.07.2015 und dem 31.12.2015 kann sich Ihr Kind bei uns bewerben
www.bmwgroup.com/ausbildung

 www.facebook.com/bmwkarriere

BMW GROUP
Recruiting





Positionierungsansätze: Abholen und Möglichkeiten aufzeigen



„Mit Hauptschule einen Ausbildungsplatz finden? Meine Eltern haben nicht mehr dran geglaubt!“

Kübra (20), Auszubildende

[Steckbrief von Kübra ▶](#)

trendence Schülerbarometer: Die beliebtesten Arbeitgeber 2013, Schüler der allgemeinbildenden Schulen der Klassen 8-13

Beteiligung

Anzahl der Antworten:

9.992

Rang 2012	Top-Arbeitgeber 2012	% 2012
1	Polizei	10,6%
2	ProSiebenSat.1 Media AG	9,2%
3	Bundeswehr	7,4%
4	BMW	7,2%
5	H&M Hennes & Mauritz B.V. & Co. KG	6,5%
6	adidas AG	6,4%
7	Microsoft	5,9%
8	AUDI AG	5,5%
9	Porsche AG	5,3%
10	Deutsche Lufthansa AG	5,2%
11	ZDF	5,0%
12	Daimler AG (Mercedes-Benz)	3,9%
13	Volkswagen AG	3,8%
14	Sparkassen-Finanzgruppe (Sparkassen, Landesbanken, DekaBank)	3,6%
15	Auswärtiges Amt (Akademie Auswärtiger Dienst)	3,4%
16	Deutsches Rotes Kreuz (DRK)	3,3%
16	IKEA Deutschland	3,3%
18	AOK - Die Gesundheitskasse	3,1%
18	HUGO BOSS AG	3,1%
18	Sony Deutschland GmbH	3,1%
21	New Yorker	3,0%
22	Hilton Worldwide	2,8%
22	Zoll	2,8%
24	BASF - The Chemical Company	2,7%

Rang 2012	Top-Arbeitgeber 2012	% 2012
25	Axel Springer AG (WELT, BILD, TV Digital, Rolling Stone)	2,4%
26	airberlin group	2,3%
26	Deutsche Bank AG	2,3%
26	DOUGLAS Gruppe (u.a. Douglas, Thalia, Christ)	2,3%
29	Peek & Cloppenburg / Anson's	2,2%
30	Max-Planck-Gesellschaft	2,1%
30	Siemens AG	2,1%
32	Bayer	1,9%
32	Coca-Cola	1,9%
34	Volksbank/Raiffeisenbank	1,7%
35	Deutsche Bundesbank	1,5%
35	Fraunhofer-Gesellschaft	1,5%
37	Allianz	1,4%
37	DFS Deutsche Flugsicherung GmbH	1,4%
37	dm-drogerie markt GmbH + Co. KG	1,4%
37	IBM Deutschland GmbH	1,4%
41	Bertelsmann AG (RTL Group, Random House, Gruner+Jahr, Arvato)	1,3%
41	Esprit	1,3%
41	McDonald's Deutschland Inc.	1,3%
41	ThyssenKrupp AG (Konzern)	1,3%
45	Robert Bosch GmbH	1,2%
46	Commerzbank AG	1,1%
46	Deutsche Bahn AG	1,1%
46	Deutsche Telekom AG	1,1%
46	EADS (Airbus, Astrium, Cassidian, Eurocopter)	1,1%
46	TUI AG (World of TUI)	1,1%
51	C&A Mode GmbH & Co. KG	1,0%
51	E.ON	1,0%
51	Fraport AG	1,0%
54	Accor Hotellerie (u.a. Sofitel, Pullman, Novotel, Mercure, Ibis)	0,9%
54	ALDI SÜD	0,9%
54	METRO Group	0,9%
54	PUMA SE	0,9%
58	Beiersdorf AG (NIVEA, Labello, 8x4, Florena, Eucerin)	0,8%
59	B.Braun	0,7%
59	Boehringer Ingelheim	0,7%
59	Fielmann AG	0,7%



Quelle: http://www.trendence.com/fileadmin/trendence/content/Unternehmen/Rankings/trendence_Germany_BUS_2013.pdf, abgerufen am 30.05.2013

Die Zielgruppe Schüler: Geht da die Reise hin?: SZ vom 02.04.2013

Auszubildende verzweifelt gesucht

Schulabgänger mit guten Noten haben die Auswahl – Geschenke für den Nachwuchs

Von Christine Schultze

München/Berlin (dpa) Not macht erfinderisch – auch bei der Lehrlingssuche. Weil immer mehr Ausbildungsplätze leer bleiben, gehen Firmen inzwischen mit wertvollen Prämien auf Nachwuchsfang.

Sie sind heiß begehrt. Schulabgänger mit guten Noten können sich ihren Ausbildungsplatz in vielen Regionen Deutschlands mittlerweile aussuchen und dabei auch auf manches Bonbon hoffen. Weil durch Geburtenrückgang und den Trend zum Studium immer weniger geeignete Bewerber am Markt unterwegs sind, müssen sich die Unternehmen viel einfallen lassen, um den Nachwuchs zu locken. Ob Dienstwagen und Smartphone oder eine Schippe drauf bei den Vergütungen – in der Not scheuen manche Firmen keine Kosten und Mühen, um die wachsende Zahl freier Ausbildungsplätze doch noch irgendwie zu besetzen.

Noch vor fünf oder sechs Jahren sah das ganz anders aus, sagt Alexander Legowski, Sprecher des Zentralverbandes des Deutschen Handwerks: „Damals gab es einen enormen Überhang an Jugendlichen, die auf der Suche waren.“ Doch inzwischen seien die Verhältnisse gekippt. Rund 15 000 Lehrstellen blieben 2012 im deutschen Handwerk leer, so viele wie nie zuvor. Auch in Industrie und Handel wächst die Zahl unbesetzter Ausbildungsplätze – im vergangenen Jahr waren es schätzungsweise 60 000, sagt Ausbildungsexperte Markus



Die Auszubildende Eileen Schombert sitzt an ihrem Arbeitsplatz in Frankfurt bei der Deutschen Bahn. Schulabgänger mit guten Noten können sich ihren Ausbildungsplatz mittlerweile aussuchen.
Foto: Holschneider/dpa

Kiss vom Deutschen Industrie- und Handelskammertag.

Besonders schwer tun sich bei der Nachwuchssuche seit vielen Jahren das Gastgewerbe und die Betriebe im Lebensmittelhandwerk. Sie fallen offenbar durchs Raster, wenn ausbildungswillige Jugendliche bei ihrer Suche Kriterien wie Arbeitsplatzsicherheit, Arbeitszeiten, Verdienstmöglichkeiten oder Status des Berufs anlegen, sagt Klaus Troeltsch vom Bundesinstitut für Berufsbildung (BIBB) in Bonn. Hinzu kommt der Drang an die Hochschulen.

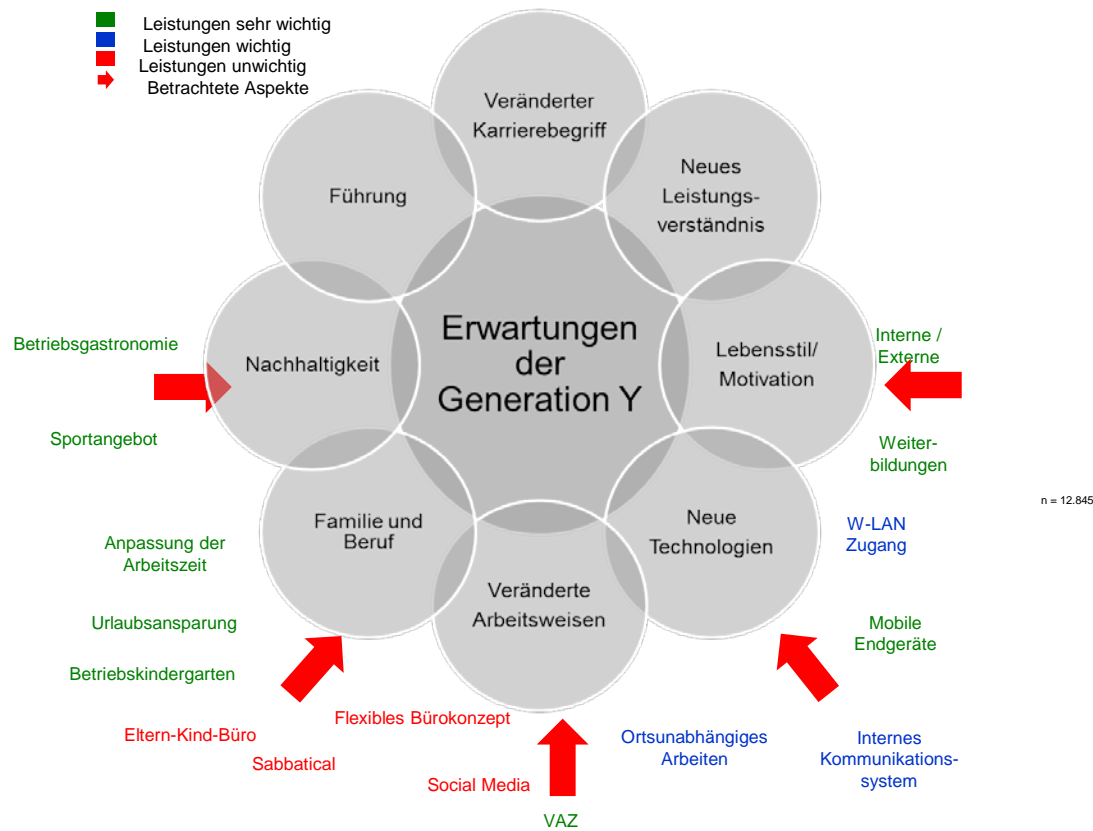
Gut die Hälfte der jungen Leute eines Jahrgangs in Deutschland beginnt nach Schulende ein Studium und ist zunächst weg vom Bewerbermarkt der dualen Berufsausbildung. Darauf hat die Schweizer Gastronomie-kette Marché reagiert, die den besten Lehrlingen eines Jahrgangs Dienstwagen zur Verfügung stellt, auch winken Geldprämien für gute Noten. Die Angebote zielen darauf, mehr junge Leute für eine Ausbildung zu gewinnen, sagt Christa Heinke, die für die Aus- und Weiterbildung zuständig ist.

Aber auch das Abo fürs Fitnessstudio oder ein iPhone sind für Azubis bei manchen Firmen drin, sagt Kiss. Für wichtiger hält er aber, den Bewerbern die Ausbildung über Zusatzqualifikationen schmackhaft zu machen. Das Erlernen einer Fremdsprache oder ein Auslandsaufenthalt gehörten zu den attraktiven Angeboten. Immer mehr junge Leute nutzen auch die Möglichkeit, ihre Ausbildung mit einem begleitenden Studium zu krönen, sagt Kiss.

Der Trend zu Belohnungen und Geschenken wird sich nach

Einschätzung von Troeltsch nicht durchsetzen. Zwar reiche es nicht aus, wenn Firmen einfach nur offene Ausbildungsplätze melden. Wer sich darauf ausruht, hat im Verteilungskampf um die besten Köpfe das Nachsehen. „Große Unternehmen grasen den Markt schon sehr früh ab.“ Gerade für kleinere Anbieter gelte deshalb das Motto: Jugendliche möglichst schon in der Schule ansprechen, umfassend über Lehrstellen informieren, am besten auch mittels Einladungen in den Betrieb.

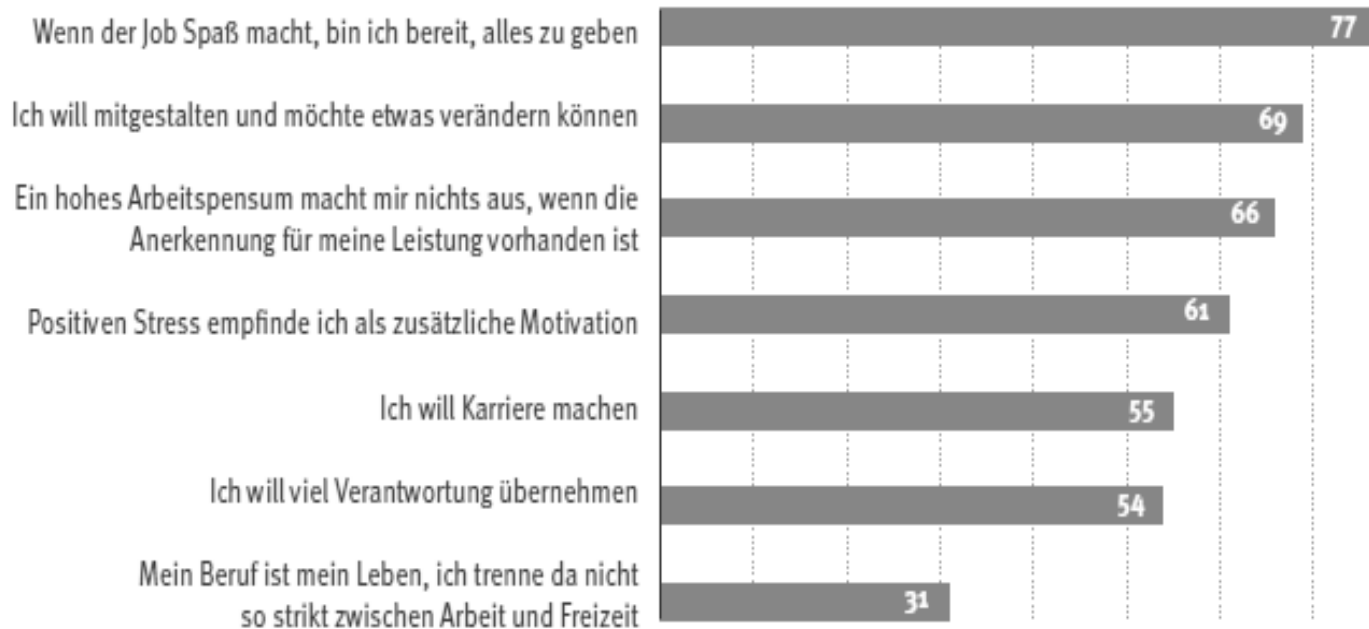
Übersicht Erwartungen der Generation Y



Das Leistungsverständnis der Generation Y

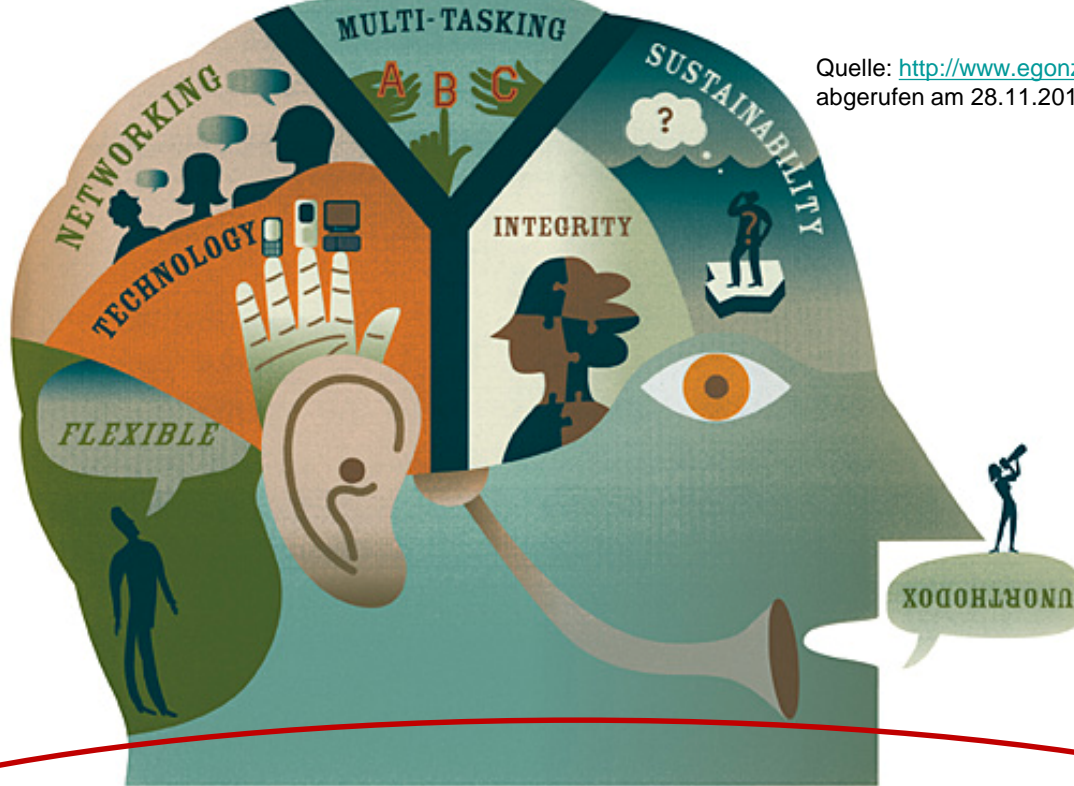
Neues Leistungsdenken

Wenn Sie an Ihre Arbeit/Ihren Beruf denken, wie sehr stimmen Sie folgenden Aussagen zu? (Angaben in Prozent)



n = 12.845

Quelle: Zukunftsinstitut

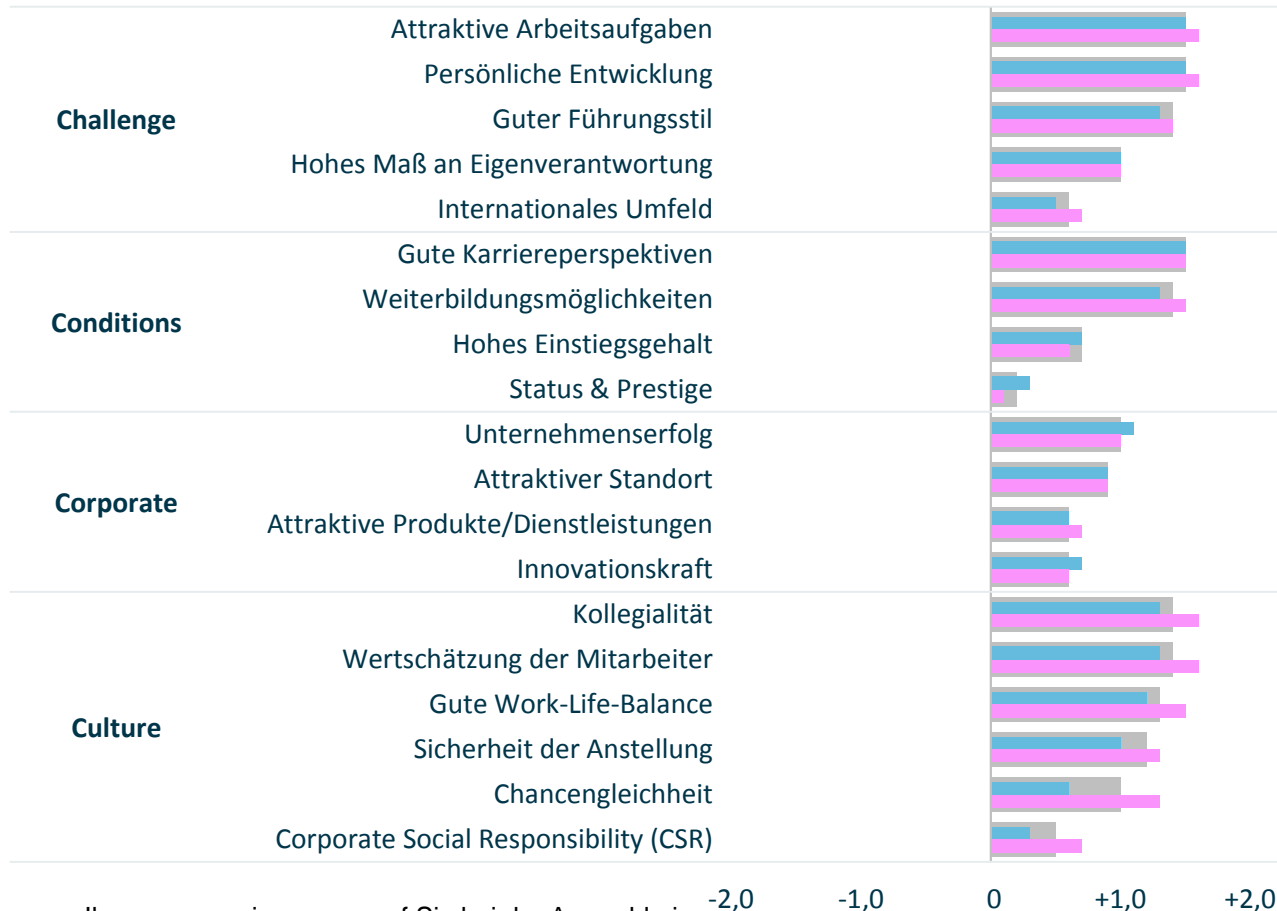


Feste Präsenzzeiten machen aus der Sicht der jungen Generation wenig Sinn. Die Millennials wollen ihre Arbeitszeiten selbst gestalten können – sei es zu Hause, im Büro oder auch am Strand. Die NetGen bevorzugt locker reglementierte Arbeitsplätze ohne einengende Bekleidungs Vorschriften und ohne Einwände gegen gelegentliche Entspannungspausen mit dem mitgebrachten MP3-Player oder beim Einloggen in Social Networks. Aber Flexibilität und Individualität haben in der Arbeitswelt natürlich ihre Grenzen. Ihre Vorgesetzten werden der Generation Y klarmachen müssen, dass die Forderung nach persönlicher Interaktion zwischen Teammitgliedern ihre Berechtigung hat und dass ungeachtet der Bedeutung der Work-Life-Balance die Einhaltung von Deadlines und die Erfüllung von Kundenwünschen und -aufträgen an erster Stelle kommen. Dafür fällt es dieser Generation leicht, sich über Bereichs- und Landesgrenzen zu vernetzen und zusammenzuarbeiten. Den Unternehmen bietet eine höhere örtliche und zeitliche Flexibilität die Chance, die hohe Einsatzbereitschaft der ehrgeizigen NetGens in schlagkräftigen Teams ohne Rücksicht auf frühere Grenzen zu bündeln.

Welche Faktoren beeinflussen die Arbeitgeberwahl?



trend
CHECK
Gender



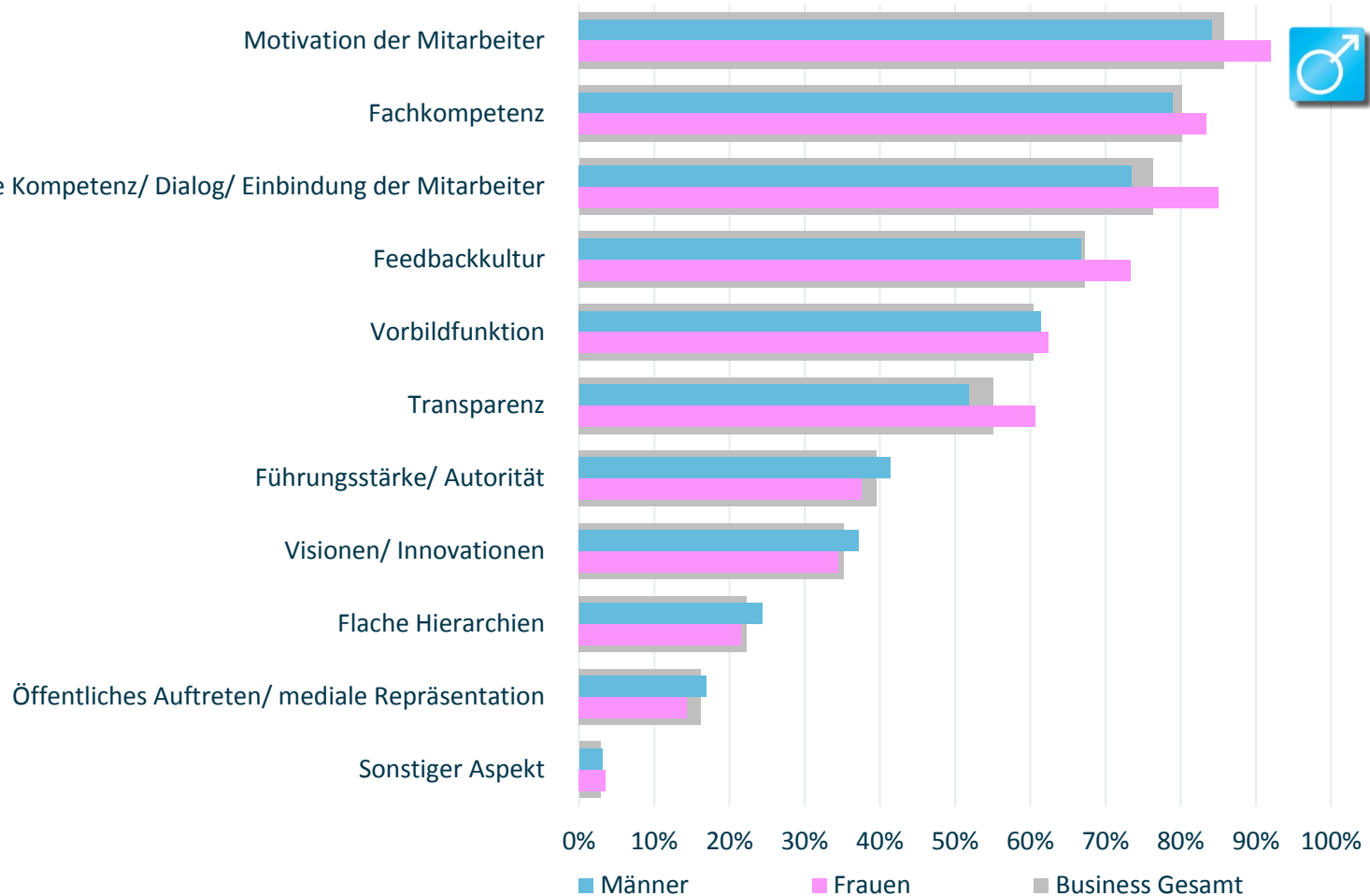
- Frage: Wir möchten von Ihnen gerne wissen, worauf Sie bei der Auswahl eines möglichen Arbeitgebers besonders achten. Bitte beurteilen Sie, wie WICHTIG Ihnen folgende Karriereaspekte sind.
- Den Befragten lag eine vierstufige Skala von „-2=unwichtig“ bis „+2=sehr wichtig“ vor.

■ Männer ■ Frauen ■ Business Gesamt

Was verstehen die Studierenden unter gutem Führungsstil?

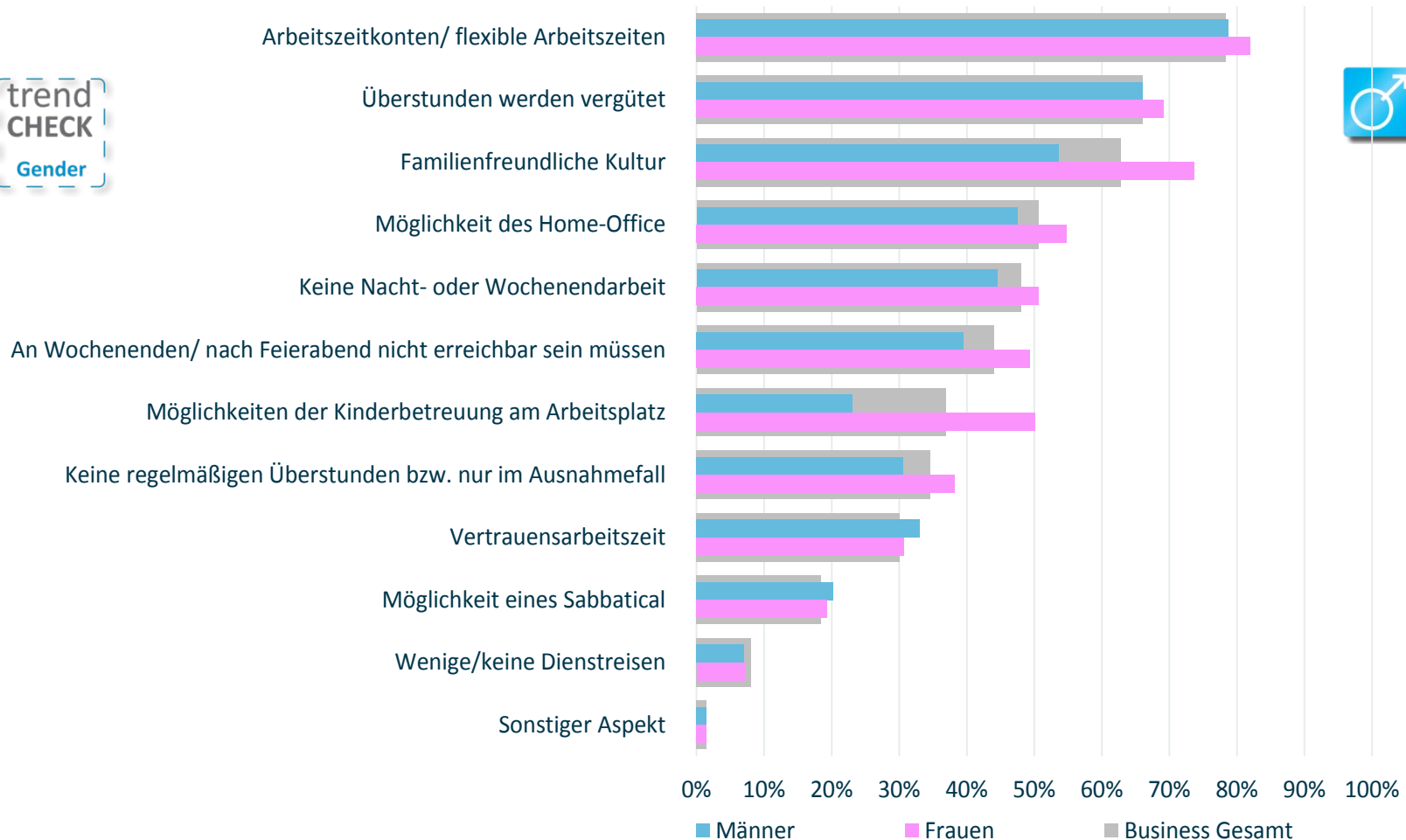


Soziale Kompetenz/ Dialog/ Einbindung der Mitarbeiter



- Die obige Grafik zeigt, was die Befragten persönlich mit "gutem Führungsstil" in Verbindung bringen.
- Frage: Sie haben angegeben, dass Ihnen ein guter Führungsstil bei der Auswahl eines möglichen Arbeitgebers (sehr) wichtig ist. Welche der folgenden Aspekte bringen Sie mit gutem Führungsstil in Verbindung?
- Nur Befragte die zuvor den Faktor "Guter Führungsstil" als (sehr) wichtig ausgewählt haben, wurden in einem zweiten Schritt zu den Aspekten des Führungsstils befragt.

Was verstehen die Studierenden unter guter Work-Life-Balance?



- Die obige Grafik zeigt, was die Befragten persönlich mit "guter Work-Life-Balance" in Verbindung bringen.
- Frage: Sie haben angegeben, dass Ihnen eine gute Work-Life-Balance bei der Auswahl eines möglichen Arbeitgebers (sehr) wichtig ist. Welche der folgenden Aspekte bringen Sie mit guter Work-Life-Balance in Verbindung?
- Nur Befragte die zuvor den Faktor "Gute Work-Life-Balance" als (sehr) wichtig ausgewählt haben, wurden in einem zweiten Schritt zu den Aspekten der Work-Life-Balance befragt.

Generation Y: Angekommen in der Realität (?)



Analyse der Präferenzen

Worauf legen Zielgruppen bei der Arbeitgeberwahl Wert?

Unterschiedliche Generationen haben unterschiedliche Präferenzen.

Thema/Generation	Veteranen	DLH	Baby Boomer	DLH	Generation X	DLH	Generation Y	DLH
Grundvergütung	+++	+	+++	+	+++	+	+++	+
Fringe Benefits	+++	+	++	+	+	+	+	+
Travel Benefits	++	+	+++	+	(+)	+	(+)	+
Stock options	+	+	+++	+	++	+	+	+
Bonus	++	++	+++	++	++	++	++	++
Pensionen	+++	+	+++	+	+	+	(+)	+
Vertragsbasis	+	-	++	-	+++	-	-	-
Aufgabe/Herausforderung	+	+	++	+	+++	+	+++	
AZ/TZ, Sabbaticals	+	+	+	+	+++	+	+++	
Work-Life-Möglichkeiten	(-)	(+)	+	(+)	+++	(+)	+++	
Abwechslung	(+)	-	++	-	+++	-	+++	
Rotation	(+)	++	++	++	+++	++	+++	++
Karriere	+++	+	+++	+	++	+	+	+
(Fremd-) Motivation	+	-	++	-	+++	-	+++	-
Fairness	+	+	++	+	+++	+	+++	+
Arbeitsatmosphäre	+	+	+	+	+++	+	+++	+
Gesundheitsvorsorge	+++	++	+++	++	+	++	(+)	++
LLL/Training	-	+++	+	+++	++	+++	+	+++
Status	+++	-	++	-	+	-	+	-
Spaß	-	-	+	-	+++	-	+++	-

Legende

- +++ sehr wichtig
- ++ wichtig
- + relevant
- (+) noch relevant
- nicht wichtig

Die Zielgruppe „Junge Berufserfahrene“: access-Studie Young Professionals 2012: Entscheidungsfaktoren

Was Young Professionals für wichtig halten: 26 Ansprüche an das Unternehmen ihrer Wahl*

Interessante Aufgaben	6,4
Kollegiales Betriebsklima	6,3
Eigenständige Verantwortung	6,3
Angemessenes Einkommen	6,3
Gute Weiterbildung	6,2
Kooperativer Führungsstil	6,1
Flexible Arbeitszeit	6,1
Hohes fachliches Niveau	6,0
Freiraum für eigene Ideen	5,9
Gute Aufstiegschancen	5,9
Zeit für Privatinteressen	5,7
Sorgfältige Einarbeitung	5,7
Schnelle Verantwortung	5,6
Identifikationsstarke Produkte	5,6
Gute Sozialleistungen	5,5
Sicherheit des Arbeitsplatzes	5,4
Gute Wachstumschancen	5,4
Innovationskraft der Firma	5,4
Richtiger Standort	5,4
Ethische Unbedenklichkeit	5,2
Technisches Know-how	5,1
Ansehen des Unternehmens	4,9
Internationalität	4,6
Forschungsorientierung	4,3
Auslandstätigkeiten	4,3
Job-Rotation	4,2

Quelle: <http://www.manager-magazin.de/unternehmen/karriere/0,2828,182303,00.html>, abgerufen am 05.02.2013

* Bedeutung auf einer siebenstufigen Bewertungsskala (7 = sehr wichtig)

Basis: alle 3708 Befragten der Access-Young-Professional-Studie

3



Ausblick

Klingt gut – aber warum ist das wichtig für mich?

Viele Stichworte dazu, wo das Unternehmen gut ist...

Eigenverantwortung

Technologischer Standard

Moderne Organisation

Führungsstil

Anspruchsvolle Projekte

Mittelständler

Weiterbildung

Flache Hierarchien

...aber wenig Information darüber, was darin der Vorteil für den Kandidaten ist.



Generation Y – Arbeitskräfte der Zukunft

- Im Mittelpunkt steht die **Aufgabe**, nicht die Arbeitszeit:
Kein „Absitzen“ der Zeit im Büro; flexible Arbeitszeitmodelle sind gefragt
- **Teamwork** ist eine Selbstverständlichkeit:
Multikulturell und weltoffen; Zusammenarbeit ohne sich den Kopf über traditionelle Rollen oder ethnische Herkunft zu zerbrechen
- Ausgewogene **Work-Life-Balance** ist wichtiger als eine steile Karriere:
Hohe Bereitschaft vollen Einsatz im Job zu bringen, aber Freizeit und Privatleben sind ein wichtiger Gegenpol, der aktiv eingefordert wird
- **Technologieaffine Lebensweise** muss sich auch im Berufsleben widerspiegeln:
Virtuelle Teams, Echtzeit-Kommunikation und Verfügbarkeit von interaktiven Medien/Tools als wichtige Voraussetzung für einen interessanten Arbeitsplatz
- **Unabhängigkeit** und **Eigenverantwortung** wird groß geschrieben:
Ablehnung starrer (hierarchischer) Raster; Freier Zugang zu Informationen, Möglichkeit Inhalte selbst zu erstellen und zu verteilen wird gewünscht
- **Jobwechsel** haben ihr Stigma verloren:
Latent wechselwilliger als Vorgängergenerationen; mehrere Stationen im Lebenslauf werden nicht mehr (zwangsläufig) negativ ausgelegt



Das Beispiel: Züricher Verkehrsbetriebe

↑ Startseite Portal der Stadt Zürich

English

VBZ ZüriLinie

Startseite VBZ

Jobs Kontakt Medien Sitemap

Die Stadt Zürich

nach Stichworten

Suchen

in der ganzen Stadt

in den VBZ

Fahrplan Tickets Aktuelles Produkte & Dienstleistungen Freizeit & Events **Die VBZ** Dialog

Startseite VBZ > Die VBZ > Arbeiten bei den VBZ > Offene Stellen VBZ

Offene Stellen VBZ

Seite vorlesen

Lassen Sie sich von uns wöchentlich über die freien Stellen bei den VBZ informieren und abonnieren Sie unseren [Job-Newsletter per E-Mail oder SMS](#).

» [InstandhalterIn Tram](#)
Hansjörg Fink, Stv. Leiter Instandhaltung Tram bei den VBZ, bewirbt sich bei Ihnen als Ihr neuer Chef.

» [Stv. LeiterIn Detailschlosserei](#)
Peter Läubli, Leiter Detailschlosserei bei den VBZ, bewirbt sich bei Ihnen als Ihr neuer Chef.

» [TramführerIn](#)
Walter Bernegger, Leiter Betrieb Tram, bewirbt sich als Ihr neuer Chef

» [BusführerIn](#)
Hansjörg Feurer, Leiter Betrieb Bus, bewirbt sich bei Ihnen als Ihr neuer Chef.

jobs@VBZ Züri-Linie auf **facebook** Mehr

- Porträt
- Unternehmensentwicklung
- Geschäftsbericht
- Arbeiten bei den VBZ**
- ArbeitgeberIn VBZ
- Berufswelten
- Archiv Jobvideos
- [Offene Stellen VBZ](#)
- Lehrstellen
- Kontakt
- VBZ Job News
- Medien
- Fahrzeuge
- Mitbetreute Bahnen
- ÖV im Kanton Zürich
- Standort
- Sitemap

Quelle: http://www.stadt-zuerich.ch/content/vbz/de/index/die_vbz/arbeiten_bei_den_vbz/offene_stellen_vbz.html; abgerufen am 31.01.2014

Arbeitszeit

Beispiel: TRUMPF Laser GmbH + Co. KG

Mitarbeiter dürfen ihre wöchentliche Arbeitszeit je nach Lebensphase und persönlichen Bedürfnissen alle zwei Jahre selbst neu bestimmen

PRODUKTE LÖSUNGEN SERVICES ÜBER TRUMPF english TRUMPF International

Willkommen bei TRUMPF

Home / ÜBER TRUMPF / Karriere

Organisation
Geschichte
Qualität
Ressourceneffizienz
Standorte
Mediathek
Termine
Presse
Karriere
Kontakt

Ihre Karriere bei TRUMPF

Wir sind ein weltweit führendes Familienunternehmen, das für Hochtechnologie in den Bereichen Maschinenbau, Laser- und Medizintechnik steht. Als Arbeitgeber zeichnen uns hervorragende Karriereoptionen im In- und Ausland, Innovationskraft und Beständigkeit aus. Wir setzen nicht nur bei unseren Produkten auf Qualität, sondern haben auch höchste Ansprüche an unsere internen Prozesse und die Zusammenarbeit im Unternehmen.

Ihr Weg zu TRUMPF
Sie möchten verantwortungsvolle Aufgaben übernehmen und arbeiten gerne leistungsorientiert? Wir suchen begeisterte, engagierte Mitarbeiter, die bereit sind, Bestehendes infrage zu stellen und zu verbessern. Mit frischen Ideen leisten Sie einen Beitrag zum Unternehmenserfolg. Als schwäbisches Familienunternehmen mit Tradition ist unsere Strategie langfristig ausgerichtet. Wir suchen Mitarbeiter, die genauso denken und sich neben den eigenen Zielen auch für Teamerfolg und Unternehmenskultur einsetzen.

<http://www.trumpf-laser.com/de/uebertrumpf/karriere.html>, abgerufen am 20.10.2014

Veranstaltungen
Hier können Sie TRUMPF persönlich kennenlernen. ▶

Zahlen & Fakten
TRUMPF Geschäftsbericht
Informieren Sie sich über das Unternehmen
▶ PDF, 14869 kB
Die Welt von TRUMPF
Eine Kurzübersicht
▶ PDF, 11146 kB

TRUMPF als Arbeitgeber Fach-/Führungskräfte Absolventen/ Schüler

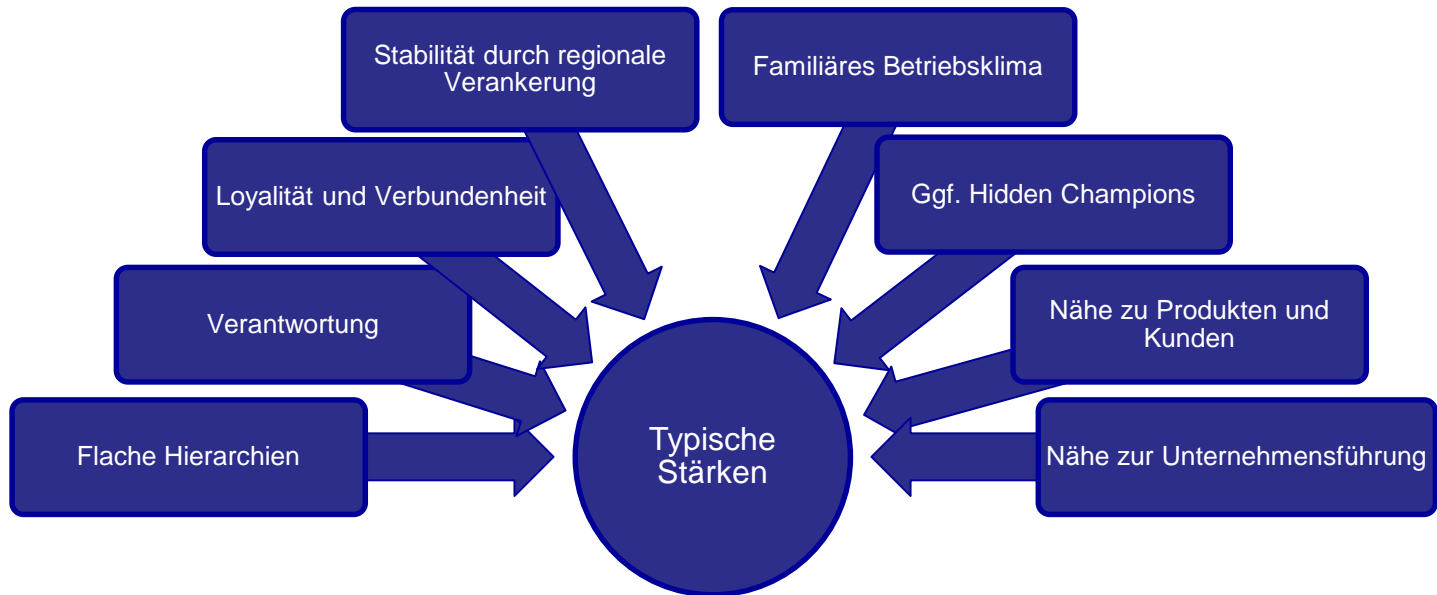
Generation Y	Was bedeutet das für Sie als Arbeitgeber?
Fokus auf Aufgaben mit Sinnhaftigkeit	Vermittlung attraktiver und wertorientierter Aufgaben im Rahmen eines Employer Brandings
Karriere als Kette von Herausforderungen und Projekten	Aufzeigen flexibler und individueller Karrierepfade anhand unternehmensinterner Erfolgsgeschichten
Vernetzung als Lebensform	Personalgewinnung über Social Communities im Internet Mitarbeiter zu Botschaftern machen und Kandidaten frühzeitig durch Integration in das Unternehmensnetzwerk binden Nutzungsmöglichkeiten von Web 2.0-Funktionen im Business-Kontext
Technische Affinität Web-basierte Echtzeit-Interaktion	Nutzung von Web 2.0 und mobiler Kommunikationstechnologie im Rahmen der Personalgewinnung Mitarbeitern zeitgemäße IT-Infrastruktur und technische Ausstattung zur Verfügung stellen
Work-Life-Balance Flexibilität	Gezieltes Angebot flexibler Arbeitsformen mit der Möglichkeit individuelle Lebensentwürfe umzusetzen
Transparenz und Authentizität	Realistische und ehrliche Darstellung des Arbeitsumfelds und der Aufgaben Keine weichgespülten Personalmarketing-Aussagen, sondern authentische und glaubwürdige Aussagen von Mitarbeitern

Generation Y - Ansprechen, Rekrutieren und Binden

- Weg von den klassischen Kanälen hin zu interaktiveren Medien
- Botschaften des Employer Brandings müssen konsistent und belegbar sein, da Aussagen viel mehr hinterfragt und überprüft werden
- Mitarbeiter und Kunden zu „Botschaftern“ für das Recruiting machen, denn die Generation Y vertraut mehr Empfehlungen und Mund-zu-Mund-Propaganda
- Veränderten Bedürfnissen und Erwartungen in der Ausgestaltung der Werbe-/ Kommunikationsmittel Rechnung tragen
- Gestaltung des Arbeitsplatzes/der Arbeitsbedingungen gemäß der Arbeits- und Lebensweise der Generation Y, um die Freude am Job zu erhalten
- Angebote von flexiblen Arbeitszeitmodellen

Seien Sie sich Ihrer Stärken bewusst:

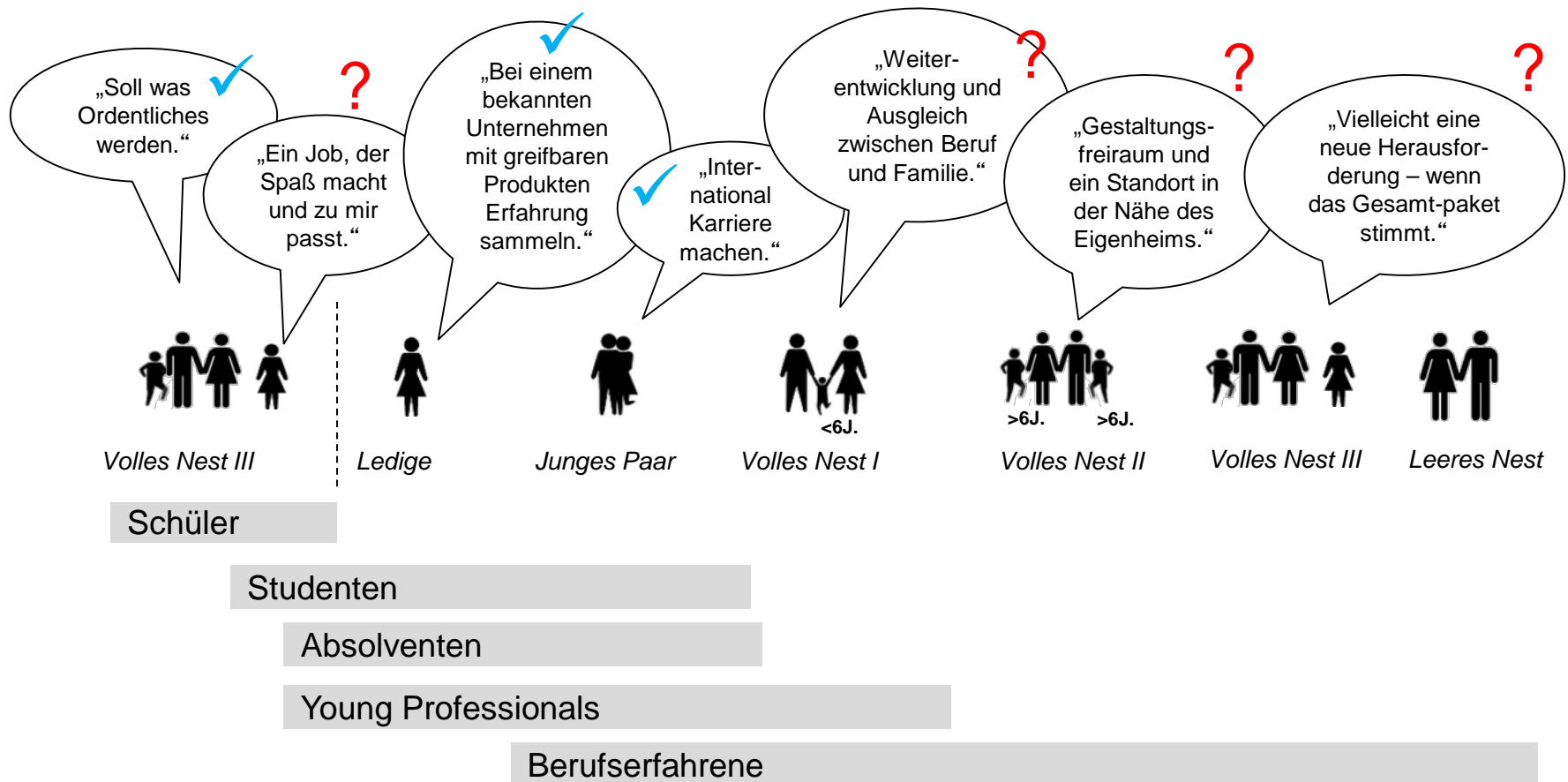
Attraktivitätsfaktoren von KMU's



Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an: BEITRANING (2012)

Das wird wichtiger: Kann ein Unternehmen Mitarbeitern (und Kandidaten) in allen Lebensphasen etwas bieten?

Attraktivitätsfaktoren eines Arbeitgebers verändern sich mit den Lebensphasen
(Beispielhafte Darstellung auf Basis von aktuellen Studienergebnissen)



Familienlebenszyklus in Anlehnung an: Wells / Gubar 1966

Kontakt

Prof. Dr. Alfred Quenzler

Technische Hochschule Ingolstadt

Internationales Personal- und Organisationsmanagement

Studiengangleiter „Management in Gesundheitsberufen“

Vorsitz Fachbeirat Beruf und Arbeitsmarkt VDI e.V.

Beirat Queb e.V.

Kompetenz Zentrum HR Controlling - Geschäftsführer

Esplanade 10

85049 Ingolstadt

Tel.: 0160 / 904 17 064

alfred.quezler@thi.de

www.thi.de

