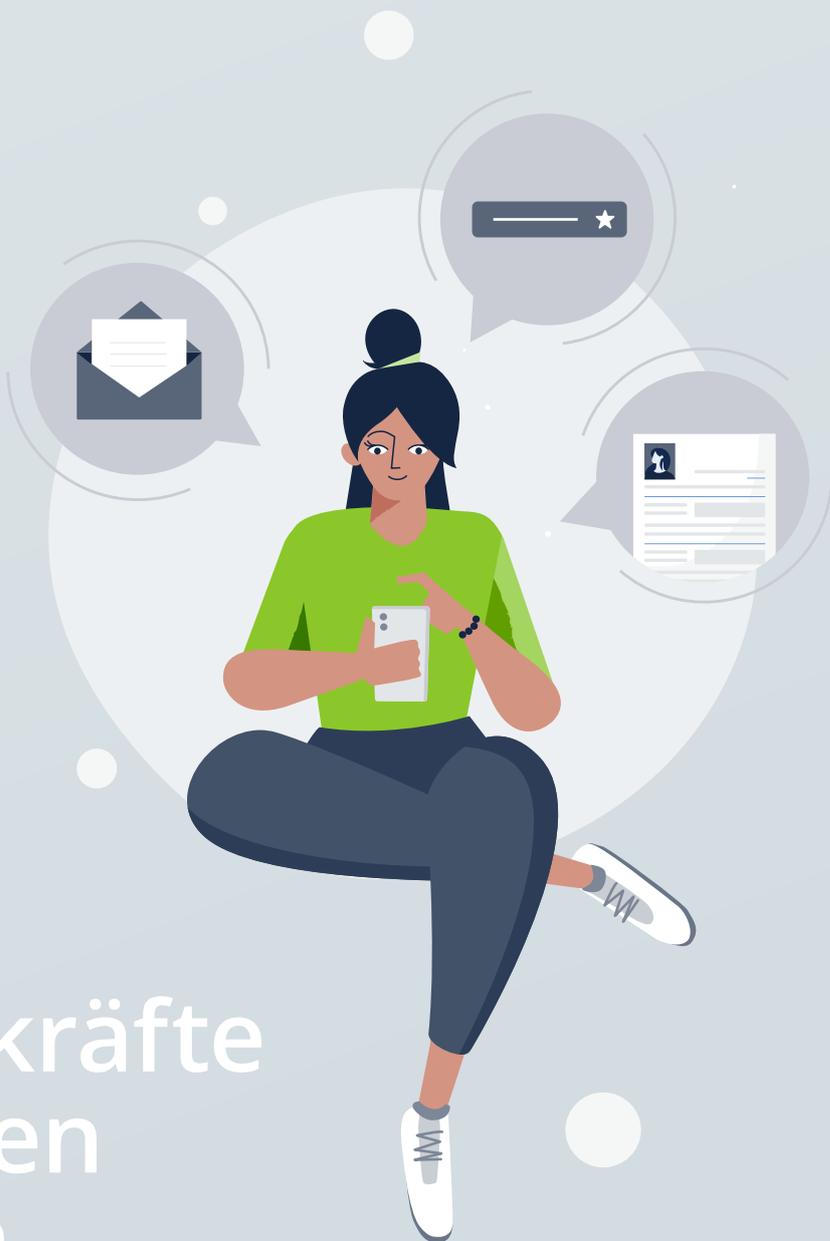




WHITEPAPER | MÄRZ 2023



Fach- und  
Führungskräfte  
von morgen  
verstehen

# SO TICKT DIE GEN Z

# Inhalt

<b>EINLEITUNG: DIE GENERATION Z IM FOKUS</b>	<b>4</b>
<b>METHODIK DER ERHEBUNG</b>	<b>4</b>
<b>DIE WICHTIGSTEN FAKTEN IM ÜBERBLICK</b>	<b>5</b>
<b>WER IST DIE GENERATION Z?</b>	<b>7</b>
Abgrenzung zu vorherigen Generationen	7
<b>DER STELLENWERT VON KARRIERE</b>	<b>9</b>
<b>ERWARTUNGEN AN DIE ARBEITSWELT</b>	<b>10</b>
Jobs müssen fordern und glücklich machen	10
9 Gen-Z-Erwartungen, die der perfekte Arbeitgeber erfüllen muss	11
<b>ABSOLUTE NO GO'S BEIM ARBEITGEBER</b>	<b>14</b>
<b>DIE UNTERSCHIEDE</b>	<b>14</b>
<b>Geschlecht als wesentlicher Einflussfaktoren</b>	<b>14</b>
Männer und Frauen im Vergleich:	
Karriere als Ziel, aber anderes Wording	15
Frauen wollen Fairness, Männer ein gutes Gehalt	16
<b>Altersunterschiede,</b>	
<b>zwischen Findungsphase und klarem Bild</b>	<b>17</b>
U24 will Gehalt, Ü25 freie Zeiteinteilung	17
<b>SELBSTVERSTÄNDNIS DER GENERATION Z</b>	<b>18</b>
<b>GEN Z BEI JOBSUCHE UND BEWERBUNG EHER UNERFAHREN</b>	<b>23</b>

<b>WOMIT PUNKTEN BERUFSTÄTIGE AM ARBEITSMARKT?</b>	<b>24</b>
<b>CORONA-PANDEMIE: Veränderungen spürbar</b>	<b>25</b>
<b>WO DIE GEN Z NACH JOBS SUCHT</b>	<b>27</b>
<b>GEN Z IM BEWERBUNGSKONTEXT</b>	<b>28</b>
5 Informationen, die die Gen Z unbedingt braucht	28
Faktoren, die über eine Bewerbung entscheiden	30
<b>LESEEMPFEHLUNG</b>	<b>31</b>
<b>ÜBER KARRIERE.AT</b>	<b>31</b>

Trotz sorgfältiger Bearbeitung erfolgen alle Angaben ohne Gewähr und eine Haftung der karriere.at GmbH ist ausgeschlossen. Bitte erkundigen Sie sich jedenfalls bei einem Experten Ihres Vertrauens über die individuellen Maßnahmen für Ihr Unternehmen.

# Einleitung: Die Generation Z im Fokus

Über die Generation Z, geboren zwischen 1995 und 2010, wird viel gesprochen – häufig nicht in einem wohlwollenden Ton. Junge Arbeitnehmer\*innen würden ständig am Smartphone kleben, seien faul und würden gleichzeitig zu hohe oder gar realitätsfremde Ansprüche an den Arbeitsplatz und Arbeitgeber stellen.

Wenn man das so liest, könnte man denken, die Zukunft der Arbeitswelt sehe ganz schön düster aus, wenn solche „Faulpelze“ am Arbeitsmarkt vor- und nachrücken. Aber ist dem wirklich so oder tut man einer gesamten Generation Unrecht, weil das Verständnis der Generationen füreinander fehlt?

karriere.at wollte diesen Vorurteilen auf den Grund gehen und hat daher den Dialog mit Menschen der Generation Z gesucht.

## Methodik der Erhebung

### Diese qualitative Studie

soll helfen, die Wünsche und Bedürfnisse der Gen Z zu verstehen.

Gemeinsam mit dem Markt- und Motivforschungsinstitut **com-recon brand navigation** hat karriere.at im August und September 2022 eine qualitative Studie unter 18- bis 29-Jährigen, die in Österreich leben, durchgeführt. Basis für diese Motivstudie bilden 3400 abgegebene und analysierte Beiträge, ein 10-tägiges Online-Forum sowie 12 Tiefeninterviews. Die psychologische Repräsentativität ist damit gegeben.

- Auftraggeber:** karriere.at
- Methodik:** 3400 Beiträge, 10 Tage moderiertes Online-Forum mit 64 Teilnehmenden und 12 Tiefeninterviews à 45 Min.
- Kernzielgruppe:** in Österreich lebende 18- bis 29-Jährige, Fokus auf Bildungsgrad Matura oder höher
- Feldzeit:** August bis September 2022

# Die wichtigsten Fakten im Überblick



Die Gen Z ist bereit, für den passenden Job die

**Extra-meile** zu gehen.



Der perfekte Job ist **herausfordernd** und macht gleichzeitig

**Spaß.**

Die **persönliche Weiterentwicklung** hat oberste Priorität, danach folgt der berufliche Aufstieg – beides muss in einem Unternehmen möglich sein.



**Junge Arbeitnehmer\*innen** wollen trotz ihres Alters wertgeschätzt und ernstgenommen werden.

Arbeitgeber können mit **konkreten, aussagekräftigen und vor allem persönlichkeitsrelevanten Informationen** zum Unternehmen und der ausgeschriebenen Stelle bei Jobsuchenden punkten: zum Beispiel mit Angaben zu Nähe, Aufgabenbereich, Möglichkeiten und Flexibilität.



Viele **Frauen**

wollen Karriere machen, wollen diesen Begriff aber nicht verwenden. Karriere bedeutet vor allem, sich kontinuierlich zu verbessern. Frauen fühlen sich oftmals von im Inserat geforderten Qualifikationen abgeschreckt oder gar eingeschüchtert.



**Flexible**

**Arbeitszeiten** stehen bei der Gen Z ganz oben auf der Wunschliste – Leben und Job sollen idealerweise im Einklang sein.

Die Gen Z  
besteht  
aus *echten*  
Digital  
Natives.

# Wer ist die Generation Z?

Bevor wir die Generation Z – kurz Gen Z – analysieren, möchten wir betonen, dass Personen individuell sind, sich nicht einfach auf Stereotypen runterbrechen lassen und ergo nicht zwingend den Werten ihrer Generation folgen.

Je nachdem, auf welche Quelle man sich bezieht, umfasst die Generation Z jene Menschen, die ca. zwischen 1995 und 2010 geboren wurden. Expert\*innen zufolge würden sie sich durch den Wunsch nach beruflicher und privater Entfaltung auszeichnen. Ehrlichkeit, Authentizität und Flexibilität seien Werte, die nicht nur selbst gelebt, sondern auch vom Umfeld (und Arbeitgebern) erwartet würden.

Während die Vorgängergeneration der Gen Z, die Generation Y, noch optimistisch in die Zukunft blicke, hätten die zwischen 1995 und 2010 Geborenen eine realistischere und nüchternere Vorstellung davon. Mit traditionellen Idealen oder Vorstellungen vom „perfekten Leben“ könnten sie wenig anfangen – die

individuelle Selbstverwirklichung stehe bei ihnen stattdessen im Mittelpunkt.

Die Personen dieser Generation seien zudem **waschechte Digital Natives** – eine Welt ohne moderne Technologien sei für sie vollkommen unvorstellbar, das Smartphone fungiere als eine Art verlängerter Arm. Im Vergleich zu vorangegangenen Generationen agiere die Generation Z in der digitalen Welt wesentlich souveräner und versierter. Den Umgang mit der oft erwähnten Informationsflut seien sie gewöhnt. Das Internet und Social Media-Plattformen wie TikTok oder Instagram dienen nicht nur der Unterhaltung, sondern auch der Informationsbeschaffung. Sinnlos ins „Kastl“ schauen? Nicht unbedingt.

## Abgrenzung zu vorherigen Generationen

Die Gen Z scheint anders als ihre Vorgänger zu ticken – auch was Arbeit anbelangt. Umso spannender ist es, in dieser Hinsicht Vergleiche zu anderen Generationen zu ziehen. Wir beziehen uns dafür auf eine **Studie von Mercer**, einer international tätigen Unternehmensberatung, aus dem Jahr 2016.

In den Jahren nach dem zweiten Weltkrieg waren die Geburtenzahlen bedingt durch den Aufschwung und das Wirtschaftswachstum besonders hoch. Aus diesem Grund werden die zwischen 1950 und 1965 Geborenen als „**Baby-boomer**“ bezeichnet.



Für diese Menschen hat Arbeit einen sehr hohen Stellenwert und ist positiv konnotiert: Der Begriff „Workaholic“ wurde wesentlich von ihrer Arbeitsethik geprägt.

Zur darauffolgenden **Generation X** gehören die Jahrgänge zwischen 1966 und 1980. Wirtschaftlicher Wohlstand und Statussymbole waren in diesen Jahren für Arbeitnehmer\*innen besonders erstrebenswert. Diese Generation ist auch die erste, die sich auf technische Neuerungen einlassen musste, um am Arbeitsmarkt nicht abgehängt zu werden.

Für die **Generation Y**, geboren zwischen 1981 und 1995, rückt die Sinnsuche (Y als das englische „Why“ = „Warum“) in den Vordergrund. Der Beruf muss sinnvoll und abwechslungsreich sein und Spaß machen. Karriere? Ja, aber nicht um jeden Preis. Diese Generation weiß, was sie will und kann. Das Work-Life-Blending hält Einzug – die Trennung zwischen Arbeit und Beruf wird nicht ganz so ernst genommen.

Zur **Gen Z** zählen alle Menschen, die circa zwischen 1995 und 2010 zur Welt kamen. Ein Job muss weiterhin sinnvoll sein und die Möglichkeit zur Selbstverwirklichung bieten. Zudem fordern junge Arbeitnehmer\*innen eine strikte Abgrenzung zwischen ihrem Job und ihrem Privatleben. Generell traut sich die Gen Z, ganz selbstbewusst ihre gewünschten Rahmenbedingungen zu kommunizieren – und stößt dabei so manche alteingesessenen Arbeitgeber vor den Kopf. Aber: Sie sind bereit, für den Erfolg ihres Unternehmens alles zu geben.

*Der Beruf*  
soll für  
die Gen Z  
Sinn und  
Möglichkeiten  
zur Selbst-  
verwirklichung  
bieten.



**Babyboomer**  
1950–1965



**Generation X**  
1966–1980



**Generation Y**  
1981–1995



**Generation Z**  
1996–2010



**Generation Alpha**  
ab 2011

## Herausforderungen für Unternehmen mit Mitarbeitenden aus unterschiedlichen Generationen

„**Babyboomer, Generation X, Y und Z** prallen in den meisten Unternehmen aufeinander. Jede Generation hat ihre Werte, Vorstellungen und Glaubenssätze in Bezug auf Arbeit und Beruf. Das macht ein Zusammenarbeiten oftmals nicht so einfach, weil verschiedene innere Landkarten und damit Erwartungen und Vorstellungen aufeinanderprallen. Solange jede Generation nicht bereit ist, die andere zu verstehen und zu hinterfragen, wird es Spannungen und vor

allem abwertende Vorurteile geben. Es ist also wichtig, die Generationenvielfalt zu erkennen, zu nutzen und vor allem auch zu sehen, dass jede ihren Wertvorstellungen folgt. So sind die „Jungen“ nicht faul, sondern sie wollen nur ihr Leben in den Beruf integrieren. Umso jünger die Generation, desto stärker ist der Wunsch, integrativ zu denken und zu leben und nicht in Kategorien, wie es die älteren Generationen gern machen, ausgeprägt.“

**Charlotte Hager, Motivforscherin & Semiotikerin**

## Der Stellenwert von Karriere

**Die groben Unterschiede zwischen der Gen Z und ihren Vorgängern sind umrissen. Aber wie tickt diese Generation in Kontext Arbeit und Lebenseinstellung im Detail?**

Die Hälfte der Befragten gab an, dass Karriere in ihrem Leben einen hohen Stellenwert hat und es ihnen auch wichtig ist, beruflich aufsteigen zu können. Konkret wird diese Einordnung von Karriere aber erst ab dem Alter von 25 Jahren. Davor befinden sich junge Menschen noch in einer Findungs- und Orientierungsphase.

Je stärker die Gewichtung, desto mehr Druck lastet auf den Schultern der jeweiligen Arbeitnehmer\*innen. Eine Sorge dieser Personen ist, die Motivation nicht aufrecht erhalten zu können. Rückschläge, zum Beispiel in Form von Jobabsagen, gehören zum Arbeitsleben zwar dazu, können die Euphorie aber dämpfen. Positiv zu bleiben und sich wieder in den Sattel zu schwingen, kann eine Herausforderung darstellen.

Falsche Entscheidungen zu treffen oder Chancen ungenutzt vorbeiziehen zu lassen, sind weitere Gründe, die ambitionierten Arbeitnehmer\*innen Kopfzerbrechen bereiten. Die Befürchtung, den falschen Schritt zu tun, kann im Arbeitsleben eine Bremswirkung entfalten und Menschen daran hindern, ihr Potenzial auszuschöpfen. Der Druck, den für sich selbst richtigen Weg zu finden, ist bei einer schier unbegrenzten Anzahl an Möglichkeiten groß.

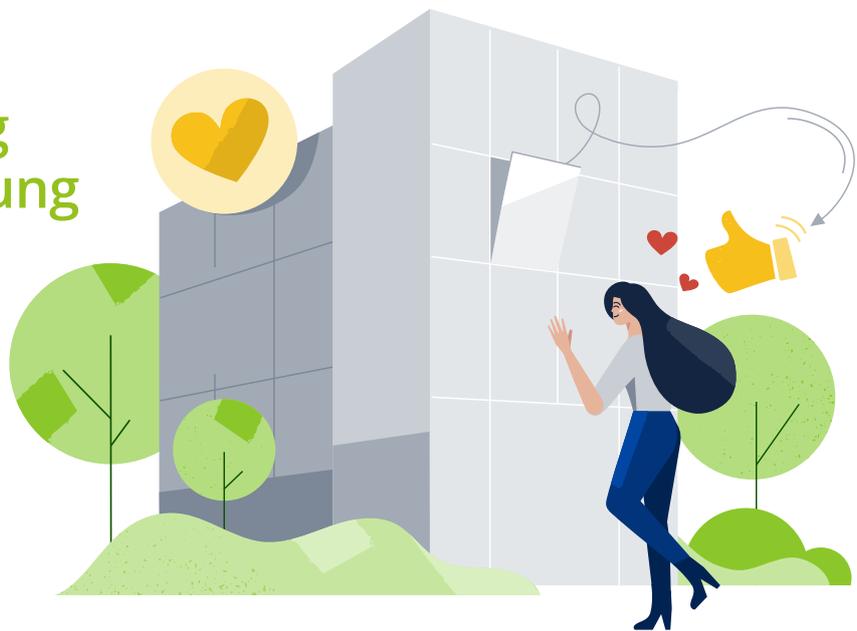
Junge Menschen, denen Karriere nicht so wichtig ist, tendieren dazu, in dieser Hinsicht eine eher passive Haltung einzunehmen. Sie zeigen wenig Eigeninitiative, wenn es um die eigene Weiterentwicklung geht und scheinen das Gefühl zu haben, ihre berufliche Zukunft nicht selbst positiv beeinflussen zu können.

# Erwartungen an die Arbeitswelt

„Die wollen viel verdienen und wenig arbeiten ...“ Diesen Vorwurf hört man oft, wenn über die Gen Z gesprochen wird. Und ja, eine Work-Life-Balance und strikte Trennung zwischen Beruf und Privatleben ist den Menschen dieser Alterskohorte wichtig. Und das Gehalt reicht im Idealfall für notwendige Ausgaben, aber auch Urlaube, Investitionen usw.

Aber das bedeutet noch lange nicht, dass junge Arbeitnehmer\*innen keine Lust haben, in ihrem Job etwas zu leisten. Unsere Ergebnisse zeigen, dass man der Gen Z Unrecht tut, wenn man sie voreilig als faul abstempelt.

Wertschätzung  
und Anerkennung  
im Job sind für  
die Gen Z ein  
Zeichen von  
*Erfolg.*



## Jobs müssen fordern und glücklich machen

Wie sieht für jemanden aus der Gen Z der ideale Job aus? In erster Linie muss er Spaß machen. Immerhin verbringen wir den Großteil unseres Tages in der Arbeit. Aber: Der perfekte Job muss auch fordern, denn die Generation Z will sich stets weiterentwickeln. Der Tätigkeitsbereich muss zudem spannend und abwechslungsreich sein sowie glücklich machen. Im Idealfall ist eine ausgewogene Work-Life-Balance gegeben.

Spannend ist auch, woran Arbeitnehmer\*innen aus der Generation Z Erfolg im Job festmachen: Wertschätzung und Anerkennung stehen auf der Liste ganz oben, gefolgt von Spaß und Freude an der Arbeit. Weiterentwicklung ist, wie bereits erwähnt, ein absolutes Muss! Zufriedenheit mit der eigenen Arbeit, beruflicher Aufstieg und Belohnungen wurden ebenfalls genannt.

## 9 Erwartungen der Gen Z, die der perfekte Arbeitgeber erfüllen muss

**Arbeitnehmer\*innen der Generation Z sind selbstbewusst, kennen die eigenen Bedürfnisse und haben daher eine klare Vorstellung davon, was ein perfekter Arbeitgeber bieten muss. Folgende Aspekte wurden von den Studienteilnehmenden genannt:**



### **Potenzial ausschöpfen können**

Die Generation Z will in einem Unternehmen arbeiten, das ihnen die Möglichkeit gibt, ihr Potenzial voll auszuschöpfen. Dieser Wunsch schließt auch die Möglichkeit für eine Beförderung mit ein: Die Gen Z will beruflich weiterkommen und kontinuierlich an Herausforderungen wachsen.



### **Gutes Gehalt und Benefits**

Das Gehalt ist bei der Jobsuche weiterhin der ausschlaggebendste Faktor: Fast jede\*r Zweite (44 Prozent) würde laut unserer Studie „So ticken Kandidat\*innen“ aus dem Jahr 2022 für ein höheres Gehalt den Job wechseln. Auch die Gen Z erwartet sich eine angemessene Entlohnung. Eine Auswahl an ansprechenden Benefits, das über den traditionellen Obstkorb oder gratis Kaffee hinausgeht, rundet ein attraktives Angebot ab. Bei der Bewertung von „gut“ vergleichen sie gerne und manche überprüfen auch ihren Marktwert immer wieder, indem sie sich bewerben.



### **Nähe zum Wohnort**

Die Gen Z hat keine Lust, Zeit durch weite Anfahrtswege zu verlieren. Der Arbeitsplatz sollte idealerweise gut erreichbar sein und in unmittelbarer Nähe zum Wohnort liegen. Maximal 100 Kilometer bzw. eine Stunde in eine Richtung ist die Gen Z bereit zurückzulegen. Die Bereitschaft, für einen Job den Wohnort zu wechseln, ist hingegen nur in Einzelfällen vorhanden.



### **Gutes Arbeitsklima**

Ein angenehmes Arbeitsklima und ein Team, das sich gegenseitig unterstützt, stehen ebenfalls auf der Wunschliste. Ihnen ist das Menschliche wichtig. Sie wollen wissen, mit wem sie es zu tun haben. Sie suchen gezielt nach Einblicken ins Unternehmen, um ein Gespür für das Arbeitsklima und potenzielle Kolleg\*innen zu bekommen. Diese finden sie zum Beispiel auf den unternehmenseigenen Karriereseite. Aber auch Arbeitgeberprofile können einen Blick hinter die Kulissen ermöglichen.



### **Flexible Arbeitszeiten**

Flexibilität ist bei der Generation Z ein wichtiges Stichwort. Auch in Bezug auf Arbeitszeiten wünschen sich junge Arbeitnehmer\*innen mehr Spielraum. Homeoffice wird ebenso vorausgesetzt und laut unserer Studie „So ticken Kandidat\*innen“ von den in Österreich lebenden Berufstätigen nicht mehr als Benefit verstanden. Dass das Arbeiten nur im Büro möglich sein soll, trifft bei ihnen auf Unverständnis.



### **Möglichkeit zur Weiterentwicklung bzw. -bildung**

Unsere Ergebnisse zeigen: Die Gen Z sucht von sich aus nach Herausforderungen und ist lernfreudig. Sie will in einem Unternehmen arbeiten, das die Weiterentwicklung von Mitarbeitenden im Hinblick auf das eigene Können und die eigene Persönlichkeit fördert – und das unabhängig von der Hierarchieposition. Dahinter steckt der Wunsch, als Person erkannt und wertgeschätzt zu werden. Die Gen Z will nicht Arbeitskraft sein, sondern ein Mensch, der sein Können und Wissen einbringen kann.



### **Respekt und Wertschätzung**

Junge Arbeitnehmer\*innen wollen für ein Unternehmen arbeiten, das ihnen mit Fairness, Respekt und Wertschätzung begegnet. Hinter diesen Wörtern steckt die Sehnsucht, als Mensch einen Platz im Unternehmen zu bekommen, gesehen und anerkannt zu werden. Dafür unerlässlich sind eine transparente Kommunikation sowie ehrliches und laufendes Feedback, um sich zu verbessern.



### **CSR**

Immer häufiger fällt im Kontext von Employer Branding der Begriff CSR – kurz für Corporate Social Responsibility. Antikorruption, Nachhaltigkeit und Diversität sind Themen, die auch die jungen Arbeitnehmer\*innen beschäftigen. Dass Unternehmen in diesen Bereichen verantwortungsbewusst handeln, ist ein wesentliches Kriterium bei der Arbeitgeberwahl. Die Gen Z gibt sich aber nicht mit Buzz Words zufrieden, sondern will genau wissen, durch welche Maßnahmen sich der Arbeitgeber im CSR-Bereich engagiert.



### **Krisensicherheit**

Die vergangenen Jahre waren von Krisen gezeichnet. Ob Corona-Pandemie, Krieg oder Rekordinflation – wir leben in unsicheren Zeiten. Umso wichtiger ist es der Gen Z, bei einem krisenresistenten Unternehmen zu arbeiten, das sich gegen solche Umwelteinflüsse resistent zeigt. Auch in unserer bereits erwähnten „So ticken Kandidat\*innen“-Studie hat sich herausgestellt, dass der Sicherheitsaspekt bei den Erwartungen an den Arbeitgeber eine große Rolle spielt. Finanzielle Sicherheit und Jobsicherheit finden sich unter den Top 5 meistgenannten Antwortmöglichkeiten.

# Junge Menschen fühlen sich weniger *wertvoll,*

... nicht ausreichend  
wahrgenommen und  
oft ausgenutzt.

# Absolute No Go's beim Arbeitgeber

Womit vergrault man eigentlich die Gen Z? Diese Frage hat sich auch [karriere.at](https://www.karriere.at) gestellt und in der Studie erhoben, welche Verhaltensweisen jungen Arbeitnehmer\*innen sauer aufstoßen.

Ungerechtigkeit ist etwas, womit die Gen Z gar nicht kann. Ob falsche Versprechungen, unfaires Gehalt oder Aufgaben, die sich nicht mit dem Profil decken, keine oder heuchlerische Feedbacks – die Gen Z setzt Ehrlichkeit und Transparenz für eine gute Zusammenarbeit voraus. Werden einzelne Mitarbeitende bevorzugt oder gibt es nur fürs Management Lob, kommt das bei ihnen ebenfalls nicht gut an.

Fehlt ihnen die Wertschätzung, dann macht Arbeiten keinen Spaß. Aufgrund ihres Alters wird die Gen Z häufig als nicht so wertvoll oder kompetent eingeschätzt und entsprechend behandelt. Dadurch fühlen sich junge Menschen ausgenutzt und zu einem „Mittel zum Zweck“ degradiert.

Ein gutes Arbeitsklima steht auf der Wunschliste der Generation Z ganz weit oben. Wird

in einem Betrieb ständig über Kolleg\*innen gelästert oder sogar gemobbt, sorgt das für Unmut, denn das steht konträr zum Wunsch der Gen Z nach einem Miteinander am Arbeitsplatz. Sie sind mehr an den Arbeits- und Themenbereichen orientiert als an persönlichen Befindlichkeiten. Fehlt es an Unterstützung oder zieht das Team nicht an einem Strang, ist die Motivation schnell weg.

## Die Unterschiede



### Geschlecht als wesentlicher Faktor

Unsere Studienergebnisse zeigen: In mancherlei Hinsicht gehen die Vorstellungen von Männern und Frauen, die der Gen Z zugehörig sind, auseinander. Während Frauen beispielsweise als Lebensziel Zufriedenheit nennen, streben Männer vor allem nach Erfolg. Danach gefragt, welchen Stellenwert Karriere im Leben der Teilnehmenden hat, zeigt sich: Männer und Frauen meinen dasselbe und drücken sich bloß anders aus.

## Männer und Frauen im Vergleich: Karriere als Ziel, aber anderes Wording

Männer wollen **Karriere machen** – und sagen das auch ganz offen. Aufstiegschancen und ein gutes Gehalt stehen hier im Fokus. Frauen hingegen wollen dieses vermeintlich „harte“ Wort nicht verwenden – meinen aber genau das. Statt von „Karriere“ zu sprechen, ist von **persönlicher Weiterentwicklung** die Rede. Der Wunsch, etwas zu erreichen und damit glücklich und zufrieden zu sein, ist stark ausgeprägt. Sie wollen Karriere nicht um jeden Preis, sondern vorankommen. Frauen sind also genauso ambitioniert wie Männer, drücken sich aber anders aus.

Arbeitnehmerinnen scheinen beim Benennen ihres Karrierebestrebens **weniger Selbstbewusstsein** zu haben als ihre männlichen Kollegen. Auch im Bewerbungskontext sind weibliche Talente zurückhaltender: Unserer Studie „**So ticken Kandidat\*innen**“ zufolge haben sich 42 Prozent der Frauen schon einmal nicht beworben, weil sie der Meinung waren, die geforderten Qualifikationen nicht zu erfüllen. Bei Männern ist das hingegen nur bei jedem Dritten (30 Prozent) der Fall.

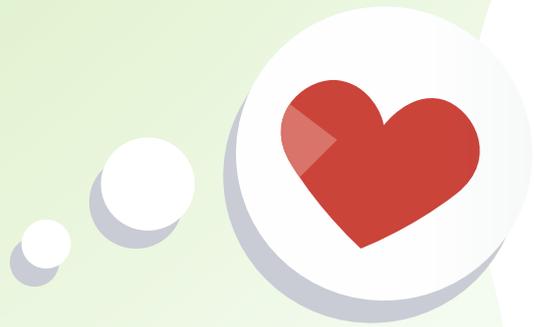
*Frauen*  
definieren  
den Begriff  
„Karriere“ und  
ihre Lebens-  
ziele weniger  
bezogen auf  
den Status als  
Männer.



### Warum definieren Frauen den Begriff „Karriere“ und ihre Lebensziele weniger auf den Status als Männer?

„Die Belohnungsmotive Status, Ruhm, Überlegenheit scheinen schon immer eher männliche Codes und Denkweisen zu sein. Auch wenn wir in Zeiten der Emanzipierung leben, so haben Frauen vorwiegend immer noch andere Motive und Ideale, denen sie folgen. Es gibt zwar auch karriereorientierte Frauen, doch sind diese im Vergleich zu karriereorientierten Männern eher seltener anzutreffen. Frauen wollen sozusagen nicht in der „Schusslinie“ stehen. Sie sind gute Zweite, die die auf Platz eins unterstützen. Man sieht auch, dass sie persönliche Ziele verfolgen und selbst weiterkommen wollen, um sich sicherer und gestärkter zu fühlen, Aber nicht mit dem Ziel, besser als andere zu sein, sondern mehr, um den Ansprüchen noch besser gerecht zu werden. Damit stehen sie sich leider selbst im Weg.“

Charlotte Hager, Motivforscherin & Semiotikerin



# Karriere

## hat sowohl bei Männern als auch bei Frauen einen hohen Stellenwert.

### Frauen wollen Fairness, Männer ein gutes Gehalt

Bei der Frage nach dem idealen Arbeitgeber zeigt sich erneut, dass Frauen und Männer sehr unterschiedliche Aspekte priorisieren.

Für Frauen ist vor allem **Fairness** ein Thema – beispielsweise in Bezug auf Bezahlung oder die Corporate Social Responsibility eines Unternehmens. Doch auch ein gutes Umfeld hat Relevanz. Der Arbeitgeber muss Sicherheit vermitteln, vertrauenswürdig und freundlich sowie kommunikativ sein.

Männer hingegen wollen vorrangig für ein Unternehmen arbeiten, das ihnen ein **gutes Gehalt** zahlt und ihren Wert erkennt. Und: Aufstiegschancen und Weiterbildungsmöglichkeiten müssen gegeben sein. Flache Hierarchien und ein angenehmes Arbeitsklima wurden von den Teilnehmern ebenfalls genannt. Gemeint ist damit, dass man gerne auf Augenhöhe kommuniziert und ernst genommen wird.



## Altersunterschiede: Zwischen Findungsphase und klarem Bild

Unterschiede werden auch deutlich, wenn man verschiedene Altersgruppen nach ihrer Definition und Priorisierung von „Karriere“ befragt.

Junge Menschen zwischen 18 und 24 Jahren befinden sich in einer **Findungsphase** und stellen sich die Frage, was sie vom Berufsleben erwarten und wo sie genau hinwollen. Ihre größte Sorge ist in diesem Alter, dass sie den falschen beruflichen Weg einschlagen. Welchen Stellenwert Karriere in ihrem Leben einnimmt, ist in diesem Alter noch eher unklar.

Die 25- bis 29-jährigen hingegen haben schon ein **konkreteres Bild** vor Augen. In diesem Alter wissen Arbeitnehmer\*innen schon eher, wie sie sich beruflich entwickeln möchten und wo sie sich selbst in Zukunft sehen.



## U24 will Gehalt, Ü25 freie Zeiteinteilung

Danach gefragt, was den idealen Arbeitgeber ausmacht, nannte der Großteil der 18- bis 24-jährigen das Gehalt. Dies stellt den ersten Orientierungspunkt im Leben dar. Wichtig sind aber auch Zusatzleistungen, flache Hierarchien und Fairness. Auch Autonomie im Sinne von Verantwortungsübernahme im Job wurde genannt. Diese Nennung lässt sich auch mit dem Wunsch nach Weiterbildung und -entwicklung erklären – wer den Freiraum hat, sich in der Arbeit auszuprobieren, hat eine steilere Lernkurve. Ein gutes Arbeitsklima sowie ein unterstützendes Verhältnis zu den Kolleg\*innen ist ebenfalls ausschlaggebend.

Unter 24-Jährige fokussieren sich auf den Aufbau ihres **Marktwerts.**

Ab dem Alter von 25 Jahren steht für die Arbeitnehmer\*innen dann Flexibilität, also eine möglichst freie Zeiteinteilung, an erster Stelle. CSR-Themen wie ökologische und soziale Verantwortung sind ihnen ebenfalls wichtig. Auch die Work-Life-Balance sowie die Möglichkeit, im Homeoffice zu arbeiten, wurde von den Studienteilnehmer\*innen im Alter zwischen 25 und 29 Jahren genannt. Der perfekte Arbeitgeber hat im Idealfall auch noch einen Standort, der sich in unmittelbarer Nähe zum Wohnort befindet.

# Selbstverständnis der Generation Z

Über die Gen Z wird viel geredet – mit ihr zu reden oder ihr gar das Wort zu überlassen, das sieht man seltener. karriere.at hat daher mit den Studienteilnehmenden über ihr Selbstverständnis gesprochen.



## Jobwechsel nur dann, wenn unbedingt notwendig

Die Annahme, dass die Gen Z aus Jobhoppern besteht, die nur für kurze Zeit in einem Unternehmen verweilen, hat sich im Rahmen unserer Studie nicht bestätigt. Die Loyalität zum Unternehmen ist unseren Ergebnissen zufolge vor allem bei Frauen stark ausgeprägt sowie bei Personen, die älter als 25 Jahre sind. Vor allem jene, deren Qualifikationen am Markt nachgefragt werden, stufen ihren Marktwert hoch ein, überprüfen ihn immer wieder und nehmen Chancen am Arbeitsmarkt auch wahr.

**Solange die Umstände passen,**

möchte der Großteil der Befragten im Job bleiben.

## Karriere im jungen Alter attraktiv, dann Fokus auf Work-Life-Balance

Entgegen dem Vorurteil, dass die Gen Z nicht leistungswillig ist und nur so viel wie unbedingt nötig arbeiten möchte, gab der Großteil jener Menschen, die jünger als 24 Jahre sind, an, aufsteigen zu wollen – was untrennbar mit Einsatz verbunden ist.

Ab dem Alter von 25 Jahren rücken dann andere Aspekte stärker in den Fokus, nämlich der Wunsch nach einer Work-Life-Balance und die Suche nach dem Sinn im Leben. Auch hier gibt es eine Überschneidung mit anderen karriere.at-Studien: 90 Prozent der Teilnehmenden unserer Kandidat\*innen-Studie gaben an, dass ihnen ein ausreichendes Ausmaß an Freizeit wichtig ist. 77 Prozent wünschen sich einen Job, mit dem sie etwas Sinnvolles bewirken können.

**Die Gewichtung von Karriere**

ist bei Frauen weniger stark ausgeprägt als bei Männern – das liegt unter anderem an ihrer weniger statusbezogenen Interpretation von „Karriere“.

## Gen Z ist bereit, alles zu geben

Das Vorurteil, die Gen Z wolle wenig arbeiten, dafür aber viel verdienen, hält sich hartnäckig. Doch unsere Studienergebnisse zeichnen ein anderes Bild: Die unter 24-Jährigen sind bereit, für ihr Unternehmen die Extrameile zu gehen und solange zu arbeiten, bis sie ihre Aufgaben

erledigt haben. Diese Leistungsbereitschaft hängt unter anderem auch damit zusammen, dass diese Altersgruppe darauf fokussiert ist, ihren Marktwert aufzubauen und sich weiterzuentwickeln.

Die Gen Z geht für den richtigen Job auch die *Extrameile* und arbeitet, bis die Aufgabe erledigt ist.



Ab dem Alter von 25 Jahren zeigt der Großteil immer noch enorm viel Einsatz. Doch es kristallisiert sich gleichzeitig ein Bewusstsein für die eigenen Grenzen heraus. Arbeitnehmer\*innen schauen verstärkt auf das eigene Wohlbefinden und achten auf ein gutes Zusammenspiel von Privatem und Beruflichem.

Die Bereitschaft, beim Job über das erforderliche Maß hinaus Leistung zu bringen, ist

unseren Ergebnissen zufolge vor allem bei Männern ausgeprägt. Das könnte man darauf zurückzuführen, dass Männer – wie oben bereits ausgeführt – stärker daran interessiert sind, im Sinne von beruflichem Aufstieg erfolgreich zu sein.

### Sind Männer wirklich leistungsbereiter als Frauen oder glauben sie das nur?

„Männer sind zielstrebig. Wenn sie sich ihrer Stellung bewusst sind, dann spielen sie das auch aus. Frauen sind eher zurückhaltend und suchen nach dem, was ihnen noch fehlt, um die 100 Prozent zu erreichen. Männer haben ein anderes Selbstverständnis von sich und ihrer Arbeit.“

**Charlotte Hager, Motivforscherin & Semiotikerin**



## Flexible Arbeitszeiten ganz oben auf der Wunschliste

**Frauen**  
sind pflicht- und  
regelkonformer.  
Wenn Dinge vor-  
gegeben sind,  
halten sie sich  
eher daran als  
Männer.

Wie oben bereits erwähnt, zeichnet sich die Generation Z durch eine hohe Präferenz für flexible Arbeitszeiten aus. Work-Life-Balance bedeutet für junge Arbeitnehmer\*innen, den Tag so strukturieren zu können, dass Beruf und Privatleben gut miteinander vereinbar sind.

Den Studienergebnissen zufolge sind flexible Arbeitszeiten besonders für Menschen über 25 Jahren relevant. Bei Frauen in dieser Altersgruppe ist die Gewichtung nicht so stark wie bei den männlichen Studienteilnehmern.

### Warum ist der Wunsch nach flexiblen Arbeitszeiten bei Frauen weniger stark ausgeprägt?

„Frauen haben das Leben mehr strukturiert, so dass die Flexibilität dann einem bestimmten Muster folgen kann. Männer wollen da spontaner agieren. Frauen suchen auch eher den stabilen Anschluss an das Arbeitsteam.“

**Charlotte Hager, Motivforscherin & Semiotikerin**



## Erreichbarkeit als großes Thema

Bereits bei den Wünschen, die die Generation Z an den idealen Arbeitgeber stellt, war die Rede von einer guten Erreichbarkeit. Maximal eine Stunde bzw. 100 Kilometer pro Strecke sind junge Arbeitnehmer\*innen bereit in eine Wegstrecke zu investieren.

Jede zweite österreichische Arbeitnehmer\*in (51 Prozent) hat laut einer **karriere.at Umfrage** die Möglichkeit, im Homeoffice zu arbeiten. Damit

können Fahrtwege deutlich reduziert werden. Bei den Unter-24-Jährigen ist Homeoffice noch kein großes Thema – nur wenige setzen dieses Angebot bei ihrem Arbeitgeber voraus. Ab dem Alter von 25 Jahren beginnt sich die Präferenz fürs Homeoffice herauszukristallisieren, bei Männern stärker als bei Frauen – was möglicherweise auch mit der Gewichtung von flexiblen Arbeitszeiten zusammenhängt.

## Abenteuer Ausland? Nur auf kurze Sicht!

Im Berufskontext zeigt die Gen Z wenig Reisebereitschaft. Jobs im Ausland kommen beispielsweise nur in Frage, wenn sie zeitlich begrenzt sind – also zum Beispiel für Praktika – mit dem Ziel, Berufserfahrung zu sammeln. Die Bereitschaft, für den Job umzuziehen, ist bei jungen Arbeitnehmer\*innen kaum vorhanden.

### Warum wollen junge Arbeitnehmer\*innen nicht langfristig ins Ausland?

„Die jungen Menschen sind – entgegen aller Vorstellungen – doch mit ihrer Heimat verwurzelt. Im jungen Alter den Wohnort langfristig zu verlassen, birgt einige Unsicherheiten. Zudem sind die Jungen eher sicherheitsorientiert und wollen einen gewohnten Rahmen haben. In diesem dürfen die Dinge dann flexibel sein.

Das Ausland ist für den Lebenslauf sehr attraktiv – aber vorerst nur mal temporär. Dass sich dann im Anschluss etwas Längeres ergeben kann, ist aber noch nicht im primären Fokus. Lieber das Gute im näheren Umfeld, als das Ungewisse weiter weg.“

Charlotte Hager, Motivforscherin & Semiotikerin



Die Gen Z ist  
sicherheits-  
orientiert  
und zudem  
stark mit  
ihrer Heimat  
*verwurzelt.*

# Viele haben beim Thema Bewerbung keine *Erfahrung.*

weil sie sich selten  
bewerben (müssen).

# Gen Z bei Jobsuche & Bewerbung eher unerfahren

Der Großteil der jungen Arbeitnehmer\*innen hat, was Jobsuche und Bewerben angeht, eher wenig Erfahrung. Der Großteil der Studienteilnehmer\*innen wünscht sich aber, diese in Zukunft auszubauen. Nur wenige von ihnen sind „always-on“ und haben auch Spaß daran, sich regelmäßig bei Unternehmen zu bewerben. Ihr erklärtes Ziel ist es, nicht suchen zu müssen, sondern gefunden zu werden – beispielsweise über Talentedatenbanken.

karriere.at wollte von den Studienteilnehmer\*innen wissen, wie groß nach einer Bewerbung die Zuversicht ist, eine Jobzusage zu erhalten. Stark verunsichert sind nur unerfahrene Personen, jene, die nicht auf Jobsuche sind sowie Menschen, die sich wenig umhören oder weiterbilden.

Wenig zuversichtlich sind vor allem Frauen – diese fühlen sich, wie weiter oben bereits angesprochen, häufiger als Männer von den im Stelleninserat geforderten Qualifikationen eingeschüchtert und bewerben sich deshalb nicht.

Das Selbstbewusstsein, bei der Bewerbung erfolgreich zu sein, ist bei Menschen, die in stark nachgefragten Berufsfeldern und Branchen tätig sind (z.B. IT, Finance, Maschinenbau usw.), besonders stark ausgeprägt. Und auch jene Arbeitnehmer\*innen, die „always on“ sind und mitunter auch Job Ghosting betreiben, machen sich in dieser Hinsicht kaum Sorgen.



## always on

bezeichnet jene, die ständig auf Jobsuche sind und sich regelmäßig bewerben. Häufig sind das strebsame, karriereorientierte Personen, denen der Bewerbungsprozess Spaß macht, und die genau wissen, wie man Job sucht, sich bewirbt und präsentiert.



## job ghosting

Einst war „Ghosting“ nur im Dating-Kontext relevant. Mittlerweile wird der Begriff Job Ghosting regelmäßig verwendet, um ein unschönes Verhalten von Bewerbern zu beschreiben: Wenn diese plötzlich im Bewerbungsprozess den Kontakt abbrechen und auf jegliche Kontaktaufnahme nicht mehr reagieren, ist davon die Rede.

# Womit punkten Berufstätige am Arbeitsmarkt?

Die Befragten wurden gebeten auszuführen, welche Faktoren Arbeitnehmer\*innen ihrer Meinung nach Vorteile am Arbeitsmarkt verschaffen.

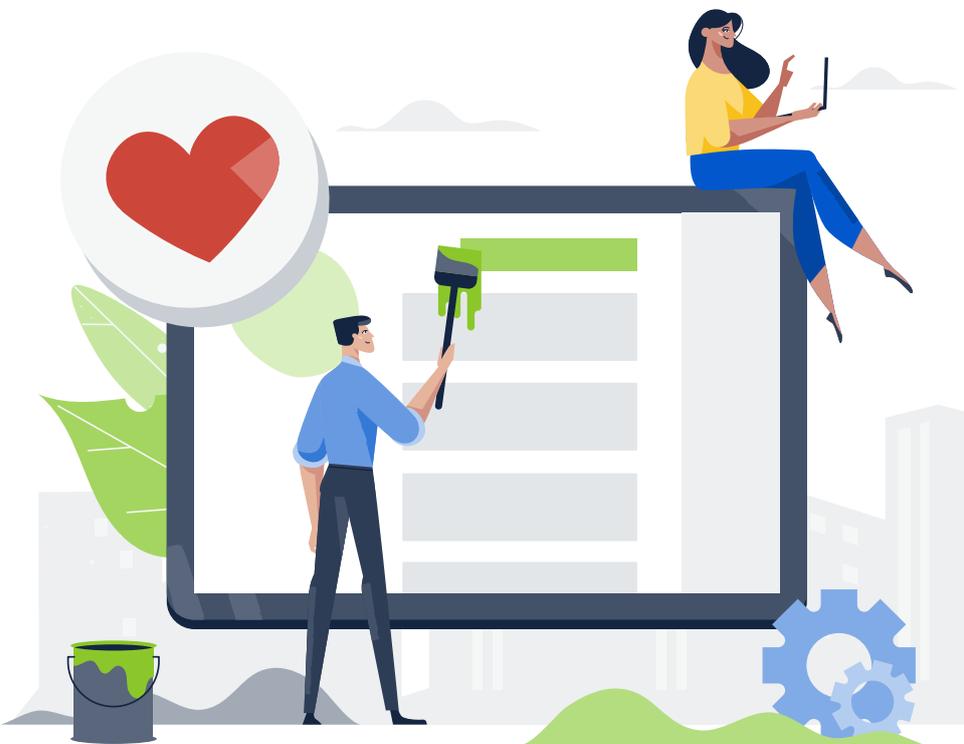
Wenig überraschend: **Berufserfahrung** ist in den Augen der Gen Z ein wesentlicher Vorteil, wenn man bei der Bewerbung überzeugen möchte. Für junge Arbeitnehmer\*innen ist diese Forderung aber oftmals problematisch ... Ist beispielsweise in Stelleninseraten für Junior-Positionen von mehrjähriger Berufserfahrung die Rede, löst das bei der Gen Z Unmut aus. Wer gerade erst im Berufsleben durchstartet bzw. durchgestartet ist, kann nicht mit fünf Jahren Berufserfahrung aufwarten.

Auch eine **solide Ausbildung** sowie die Bereitschaft zur Weiterbildung schätzt diese Generation als Merkmale ein, mit denen Arbeitnehmer\*innen sich positiv hervorheben können. **Flexibilität** wurde ebenfalls genannt – eine wichtige Eigenschaft in Zeiten, die von ständigem Wandel geprägt sind. Spannend ist bei diesem Punkt auch, dass die Gen Z Flexibilität nicht nur einfordert, sondern sich auch bewusst ist, dass diese auch von Arbeitgeberseite erwartet wird. **Teamfähigkeit, Soft Skills und Persönlichkeit** wurden ebenso genannt.

Und: Die Fähigkeit, den Markt zu beobachten und sich an die gegebenen Umstände **anzupassen** wird von Mitgliedern der Gen Z als ein weiterer Faktor genannt, der Arbeitnehmer\*innen für Unternehmen attraktiv macht.

## Flexibilität

wird sowohl von den Arbeitnehmer\*innen als auch von der Arbeitgeberseite erwartet.



# Corona-Pandemie: Veränderungen spürbar

Die Gen Z bestätigt, was auch in anderen Alterskohorten wahrgenommen wurde: Der Ausbruch der Corona-Pandemie hat die Art, wie Menschen arbeiten und über Lohnarbeit denken, grundlegend verändert.

Auch die Befragten aus der Studie gaben an, dass bei ihnen ein **tiefergehendes Umdenken**

stattgefunden hat. Das betrifft unter anderem die Einstellung zur Arbeit, Erwartungen an den Arbeitgeber und das Bild der idealen Arbeitsweise. Die Forderung nach einer verbesserten Work-Life-Balance durch Homeoffice und flexible Arbeitszeiten – bei gleichzeitiger Leistungsbereitschaft! – hat sich bei der Gen Z ebenfalls in Pandemiezeiten entwickelt.



Ein sicherer  
Arbeitsplatz  
ist für die  
*Gen Z*  
keine Selbst-  
verständlichkeit.

Welche Erkenntnisse junge Arbeitnehmer\*innen aus dieser krisengeprägten Phase mitnehmen konnten? Unter anderem die Bedeutung von **Erholungspausen** für die Leistungsfähigkeit: Nur wer sich genügend Zeit nimmt, um runterzukommen und zu verschlafen, kann langfristig produktiv bleiben.

Ein sicherer Arbeitsplatz wird nicht länger als selbstverständlich betrachtet. Wer im Ver-

lauf der Pandemie seinen\*ihren Job behalten konnte, während viele andere in Kurzarbeit geschickt oder sogar entlassen wurden, weiß die **Krisenbeständigkeit** des Arbeitgebers nun mehr zu schätzen.

Und ein weiterer, positiver Outcome: Festgefahrene Muster konnten durchbrochen und damit **Neues ausprobiert** werden.

Bei der  
Jobsuche  
spielen  
persönliche  
Kontakte  
eine wichtige  
*Rolle.*

# Wo die Gen Z nach Jobs sucht

Bei der Gen Z spielen unter anderem persönliche Kontakte eine Rolle bei der Jobsuche. Ob (ehemalige) Arbeits- oder Studienkolleg\*innen, Familienmitglieder oder Kontakte aus dem Wohnort – Arbeitnehmer\*innen hören sich gerne direkt nach einem neuen Job um. Aber auch Karriereportale wie [karriere.at](https://www.karriere.at) spie-

len bei der Jobsuche eine wesentliche Rolle. Denn der Großteil der Studienteilnehmenden gab an, über [karriere.at](https://www.karriere.at) schon einmal einen Job gefunden zu haben. Ergänzend werden das persönliche Netzwerk sowie analoge Touchpoints wie Zeitungsanzeigen oder Aushänge herangezogen.

## Gen Z sucht

vor allem auf Karriereportalen und im eigenen Umfeld nach passenden Jobs. Analoge Touchpoints werden ergänzend herangezogen.



## Empfehlungsprämien als Recruiting-Unterstützung

Es gibt unterschiedliche Möglichkeiten, als Arbeitgeber das Recruiting neuer Mitarbeitenden positiv zu beeinflussen. **Empfehlungsprämien** sind ein Beispiel dafür. Dabei halten bestehen-

de Mitarbeitende die Augen nach passenden neuen Kolleg\*innen offen, sprechen Empfehlungen aus und werden im Gegenzug mit einer Prämie „belohnt“.

# Generation Z im Bewerbungskontext

Für Personalverantwortliche und Arbeitgeber ist natürlich auch interessant, wie junge Arbeitnehmer\*innen im Bewerbungskontext denken.

## 5 Informationen, die die Gen Z unbedingt braucht

Konkrete Beispiele und aussagekräftige Informationen statt Worthülsen und nichtssagenden Buzzwords! Wer beispielsweise im Stelleninserat davon spricht, dass Diversity oder Gleichstellung ein wichtiges Thema im Unternehmen ist, sollte diese **Aussage mit Beispielen belegen** und damit für die potentiellen Bewerber\*innen greifbar machen.

Folgende Informationen sollten Unternehmen unbedingt bereitstellen, und zwar auch abseits der Stellenanzeige, beispielsweise auf der eigenen Unternehmenswebsite.



### Gehalt

Das Gehalt ist grundsätzlich die wichtigste Information für Bewerbende und zwar unabhängig von der Altersklasse. In einer karriere.at Online-Umfrage aus dem Jahr 2022 hat sich die Gehaltsdarstellung in Form einer Gehaltsspanne als beliebteste erwiesen. Aber Achtung: Zu breit gefasste Gehaltsspannen werden von der Gen Z als negativ bewertet!

Ist Bereitschaft zur Überzahlung vorhanden, sollte unbedingt darauf hingewiesen werden. An dieser Stelle nochmal ein Hinweis, dass Angabe des Kollektivvertrags und der Bereitschaft zur Überzahlung allein nicht reicht – Bewerber\*innen wollen konkret wissen, wie hoch das Gehalt potenziell ausfallen kann! Zusätzliche Benefits, wie zum Beispiel Vergünstigungen für Mitarbeitende, sollten ebenfalls explizit erwähnt werden. Unserer „So ticken Kandidat\*innen“-Studie zufolge sind Benefits für 70 Prozent der 18- bis 29-Jährigen sehr bis eher wichtig. Wichtig ist auch aufzuzeigen, welche Entwicklung vorstellbar ist.



### Hard Facts zum Unternehmen

Woher kommt das Unternehmen, was macht es genau und wo will es hin? Angaben zur Unternehmensgröße (= Mitarbeitendenanzahl) sowie der genaue Arbeitsort werden von der Gen Z als relevant eingestuft. Auch auf die Arbeitszeiten sollte eingegangen werden: Sind diese flexibel einteilbar, gibt es Kernzeiten bzw. gilt Gleitzeit? Wird Homeoffice geboten, sollten Arbeitgeber ergänzen, was das im Arbeitsalltag konkret bedeutet: Wie viele Tage pro Woche können Mitarbeitende von zuhause arbeiten?



### Soft Facts zum Unternehmen

Softe Themen wie Werte und Kultur ziehen bei Gen Z besonders stark ... Wie Sie bereits gelesen haben, haben Unternehmenswerte einen großen Einfluss auf die Arbeitgeberwahl. Bedingt durch den starken Wunsch der Generation Z nach Weiterentwicklung sind Angaben zu den Weiterbildungsmöglichkeiten eine weitere Möglichkeit, potenzielle Bewerbende abzuholen und neugierig zu machen. Was ist dem Unternehmen wichtig, worauf legt man Wert?



### Angaben zum Job

Der Aufgabenbereich sollte so konkret wie möglich beschrieben werden, damit Bewerbende wissen, was sie von der Position erwarten können. Unternehmen sollten zudem kommunizieren, wie es mit Aufstiegschancen aussieht: Können Mitarbeitende sich im Unternehmen weiterentwickeln und aufsteigen? Für ambitionierte Gen Zler, die Karriere machen wollen, eine relevante Information. Angaben zu den geforderten Qualifikationen dürfen ebenfalls nicht fehlen! Und: Stundenausmaß nicht vergessen!



### Arbeitsklima

Die Gen Z legt großen Wert auf ein angenehmes Arbeitsklima und eine positive Unternehmenskultur. Arbeitgeber können punkten, wenn sie auch auf Führungsstil, -kräfte und die Führungsebene generell eingehen. Erfahrungsberichte von Mitarbeitenden werden als attraktive Informationsquelle betrachtet. Um einem Stelleninserat oder der Karriereseite eine emotionale, menschliche Komponente zu verleihen, können Bilder oder Videos zum Einsatz kommen.



Arbeitgeber können sich positiv von der Konkurrenz abheben, indem sie Angaben zu den am stärksten nachgefragten Informationen anbieten.

# Faktoren, die über eine Bewerbung entscheiden

Ob sich die Gen Z für oder gegen eine Bewerbung entscheidet, kann viele Gründe haben. Welche Faktoren die Entscheidung positiv oder negativ beeinflussen, haben uns die Studienteilnehmenden verraten:

## Positive Faktoren

-  Konkrete Gehaltsangabe
-  Flexible Arbeitszeiten und was das konkret bedeutet
-  Angenehmes Betriebsklima – wer arbeitet dort, wie ticken diese Menschen
-  Gute Erreichbarkeit
-  Benefits
-  Interessanter Aufgabenbereich
-  Weiterentwicklungsmöglichkeiten
-  Ansprechende Homepage
-  Sympathischer und progressiver Eindruck

## Negative Faktoren

-  Zu wenig Informationen
-  Schlechtes Image bzw. negative Rezensionen
-  Zu niedriges Gehalt, keine Gehaltsangabe
-  Zu weit entfernt bzw. schlecht erreichbar
-  Keine Flexibilität bei Arbeitszeiten
-  Zu hohe Anforderungen
-  Eintöniger Job
-  Nicht gegendert
-  Keine Aufstiegschancen
-  Werte wirken nicht authentisch

# Leseempfehlungen

Whitepaper

**SO TICKEN KANDIDAT\*INNEN – TEIL 1**

Whitepaper

**SO TICKEN KANDIDAT\*INNEN – TEIL 2**

E-Book

**IHR WEG ZUR ERFOLGREICHEN ARBEITGEBERMARKE**

Artikel

**GIBTS BEI EUCH GENERATIONENKONFLIKTE?**

**Kolleg\*innen aus vier Jahrzehnten im Gespräch – TEIL 1**

Artikel

**WIE LÖST MAN GENERATIONENKONFLIKTE?**

**Kolleg\*innen aus vier Jahrzehnten im Gespräch - TEIL 2**

# Über karriere.at

karriere.at ist mit monatlich bis zu 4,5 Mio. Besuchen Österreichs größtes Online-Jobportal. Mit reichweitenstarken Jobinseraten, Employer Branding-Lösungen und einer Bewerber\*innen-Datenbank finden Unternehmen auf karriere.at passende Kandidat\*innen und können sich als attraktive Arbeitgeber positionieren. Jobsuchende können auf karriere.at auf über 30.000 Stellenangebote zugreifen und finden Informationen rund um die Themen Karriere und Arbeitsmarkt.

Das Unternehmen wurde 2004 in Linz gegründet und beschäftigt aktuell über 230 Mitarbeiter\*innen in Linz und Wien.

## **karriere.at GmbH**

Donaupromenade 1, 4020 Linz | +43 (0) 732 90 82 00-0

Jakov-Lind-Straße 2, 1020 Wien | +43 (0) 1 917 2410-0

[www.karriere.at](http://www.karriere.at) | [redaktion@karriere.at](mailto:redaktion@karriere.at)