

GEN Z RECRUITING

8 KONKRETE TIPPS AUS DER PRAXIS

Gen Z ist nicht das Problem, sie ist nur der Stresstest für veraltetes Recruiting. Wer klar und transparent kommuniziert gewinnt.

1. STARTE MIT EINEM STARKEN HOOK

Gen Z liest Stellenanzeigen wie Social Content. Die ersten zwei Zeilen entscheiden, ob weitergescrollt wird. Statt Floskeln über das Unternehmen direkt ein konkretes Versprechen oder Problem ansprechen, das die Zielgruppe wirklich bewegt.

LEITFRAGE: Würde dich dieser Einstieg neugierig machen?

2. KULTUR ZEIGEN STATT BESCHREIBEN

„Dynamisches Team“ und „flache Hierarchien“ wirken austauschbar. Gen Z will wissen, wie sich der Alltag anfühlt. Konkrete Beispiele nutzen wie Umgang mit Fehlern, Feedbackkultur, Entwicklungsmöglichkeiten, Haltung zu Diversität und mentaler Gesundheit.

LEITFRAGE: Kannst du dir nach dem Lesen vorstellen, wie ein Montagmorgen aussieht?

3. FLEXIBILITÄT ALS STANDARD, NICHT ALS BONUS

Starre Arbeitszeiten und Präsenzpflcht wirken unattraktiv. Gen Z plant Arbeit um das Leben, nicht umgekehrt. Klar formulieren, welche Flexibilität möglich ist zum Beispiel Remote Anteil, Gleitzeit, Modelle wie Vier-Tage-Woche, Teilzeit, Jobsharing.

LEITFRAGE: Spiegelt die Anzeige realistisch wider, wie flexibel wir wirklich sind.

4. GEHALT KLAR UND EHRlich ANGEBEN

Gehaltsverhandlung im Blindflug schreckt ab. Gen Z erwartet Transparenz und bewertet fehlende Angaben als Misstrauen. Eine realistische Gehaltsspanne kommunizieren, die zum Markt passt und intern haltbar ist.

LEITFRAGE: Würdest du dich mit diesen Infos bewerben?

5. BENEFITS MIT ECHTEM LEBENSNUTZEN

Obstkorb und Tischkicker beeindrucken niemanden mehr. Relevant sind Vorteile, die den Alltag spürbar verbessern. Zum Beispiel mentale Gesundheit, Mobilität, moderne Ausstattung, sinnstiftende Aufgaben und ein stabiles Teamumfeld.

LEITFRAGE: Würdest du diese Benefits deinen Freunden als echten Pluspunkt erzählen?

6. AUF DEN RICHTIGEN KANÄLEN SICHTBAR SEIN

Nur auf der Karriereseite oder einer Jobbörse präsent zu sein, reicht nicht. Gen Z bewegt sich auf mehreren Plattformen parallel. Kombi aus professionellen Jobbörsen, Social Media und Netzwerken nutzen und Content so aufbereiten, dass er in jeden Kanal passt.

LEITFRAGE: Erreichst du die Gen Z dort, wo sie heute wirklich unterwegs ist?

7. KONKRETE ENTWICKLUNGSPERSPEKTIVE ZEIGEN

Gen Z sucht keinen Job auf Dauerparken, sondern eine sichtbare Entwicklungslinie. Sie will wissen, was sie bei euch lernt, welche Verantwortung dazukommt und welche nächsten Schritte realistisch sind. Deshalb gehört in jede Anzeige mindestens ein kurzer Blick nach vorn. Welche Skills lassen sich in den ersten 12 Monaten aufbauen, welche Rollen oder Projekte sind später denkbar, welche Formate unterstützen das Mentoring, Lernbudget, interne Trainings, klare Karrierestufen.

LEITFRAGE: Wird aus der Anzeige klar, wie du dich in diesem Job persönlich & fachlich weiterentwickeln kannst?

8. BEWERBEN MUSS MOBIL UND EINFACH SEIN

Komplizierte Formulare, PDFs und Anschreibenpflicht sind Absprunggründe. Gen Z erwartet einen schnellen Prozess am Smartphone. Bewerbung stark vereinfachen. Profil oder CV Upload, wenige Pflichtfelder, klare Schritte und kurze Reaktionszeiten.

LEITFRAGE: Schaffst du es selbst in unter fünf Minuten, dich über dein Smartphone zu bewerben?

