

Pressemitteilung

## Personalwerk präsentiert TALENT REPORT zum Thema: Wie tickt die Generation Z?

**Karben, 12.04.22.** Viele Sichtweisen und Meinungen ragen sich in der HR-Welt um junge Menschen, speziell um die Generation Z, die schon bald den Bewerber:innenmarkt dominieren wird. Doch welchen Aussagen kann man Glauben schenken und was ist der Generation Z während ihres Bewerbungsprozesses besonders wichtig? In einer aktuellen Studie geht die Employer-Branding-Agentur Personalwerk in Kooperation mit Prof. Dr. Jochen Eckert (Wiesbaden Business School der Hochschule RheinMain) dieser Fragestellung auf den Grund. Veröffentlicht wurden die Ergebnisse innerhalb einer neuen Publikationsreihe von Personalwerk unter dem Namen TALENT REPORT.

„Der TALENT REPORT bietet eine gute Möglichkeit für Recruiter:innen, einen faktenbasierten Überblick über die Bewerber:innengruppe der Gen Z-ler zu bekommen. Die Ergebnisse geben Personal:innen belegbare Antworten auf aktuelle Fragen“, so Prof. Dr. Jochen Eckert, Mitbegründer der Studienreihe. Die Reihe richtet sich an HR-Spezialisten aus den verschiedensten Branchen, welche neben all den vorherrschenden Klischees zu jungen Alterskohorten fundierte Fakten zur Generation Z bevorzugen. Interessierte HR-ler finden im TALENT REPORT neben zahlenbasierten Fakten zur Gen Z und ihren Bedürfnissen und Wünschen in Bezug auf ihre Arbeitgeber:innenwahl auch hilfreiche Handlungsempfehlungen, welche sie direkt in Ihren HR-Alltag integrieren können.

Neben einigen Ergebnissen, die vorherrschende Vermutungen über die Generation Z bestätigen, wie z. B., dass ihnen Gehaltsangaben in Stellenanzeigen sehr wichtig sind, besticht die Publikation jedoch auch durch überraschende Ergebnisse in Bezug auf junge Job-Anwärter:innen, welche in der HR-Szene bislang kaum verbreitet sind. So zeigen die Untersuchungsergebnisse, dass Gen Z-ler bei der Wahl ihrer potenziellen Arbeitgeber:innen auf weiche Faktoren, welche insbesondere die *Kultur*, die *Flexibilität* und die *Entfaltungsmöglichkeiten* im Unternehmen betreffen, großen Wert legen. „Diese Ergebnisse bestätigen die Bedeutung des Employer Branding in Zeiten hohen Fachkräftemangels. Sie verdeutlichen auch, worauf sich Unternehmen in ihrer Außendarstellung fokussieren sollten“, ergänzt Eckert.

### Zur Studie:

Die Datengenerierung erfolgte durch Primärdatenerhebung in Form von Onlinebefragungen. Die Datenakquise fand im Juni 2021 statt. Insgesamt konnten Daten von 793 Probanden ausgewertet werden, die sich über drei Teilstudien aufteilen. Um Erkenntnisse zur Generation Z zu anderen Generationen kontrastieren zu können, wurden Proband:innen aus verschiedenen Altersgruppen befragt. Die Studie kann über folgenden Link kostenlos aufgerufen werden: <https://bit.ly/3xIXRpU>

### Über Personalwerk

Personalwerk ist eine der führenden Agenturen für Employer Branding, Personalmarketing, E-Recruiting und Personalberatung im deutschsprachigen Raum. Das Unternehmen umfasst über 200 Mitarbeiter:innen, die sich deutschlandweit auf zehn Standorte verteilen. Das Leistungsspektrum der Agentur bildet die gesamte Prozesskette ab – von der Definition der Arbeitgebermarke über die Entwicklung, Planung und Umsetzung der Personalmarketingkampagne inklusive Stellenanzeigenschaltung bis hin zur taktischen Personalbeschaffung.

Pressefotos: [Cover Talent Report 2022, Ausgabe 1](#)

Weitere Presseinformationen und Bildmaterial unter [www.personalwerk.de](http://www.personalwerk.de)

**Pressekontakt:**

Monika Kocsis

PR & Communications Managerin

Telefon: 06039 9345-149

E-Mail: [presse@personalwerk.de](mailto:presse@personalwerk.de)