

Generation Y: Unternehmen bewerben sich bei Talenten

OLN NEWS, IT, KARRIERE | 12.03.2019

data square-Chefin Ilona Piffer: "Wer Millennials als Mitarbeiter will, muss sich auf geänderte Spielregeln einstellen."



Ilona Piffer © data square

Unzählige Ratgeber und Personaler haben sich an ihnen abgearbeitet: Der Generation Y, auch genannt Millennials, Geburtengänge ab 1980 bis ca. 2000. Y wird im Englischen ausgesprochen wie "why", das englische Wort für warum. Tatsächlich hinterfragen die Millennials so ziemlich alles: Agiert das Unternehmen umweltfreundlich? Ist das, was der Chef sagt, immer richtig und gut für alle? Warum sollten Familie und Karriere nicht vereinbar sein?

Sie sind es aus ihrer Kindheit gewohnt, sich zu entwickeln und zu entfalten – und all das, was sie schon immer hatten, fordern sie auch vom Arbeitgeber: Aufmerksamkeit, Fürsorge, Mitsprache. "Solange die Ansprüche erfüllt werden, sind die neuen Arbeitnehmer 150-prozentig loyal. Genügt der Arbeitgeber ihren Anforderungen nicht mehr, gehen sie ohne Schmerz", erläutert Ilona Piffer. Geschäftsführerin der Wiener Personalberatung data square.

Millenials auf dem Vormarsch

Es könnte durchaus sein, dass sich diese Erwartungen durchsetzen. Einer Studie von Deloitte zufolge waren bereits 2015 mehr als ein Drittel der Arbeitnehmer Millennials und 2025 werden es bis zu zwei Drittel sein. Mussten sich vor ein paar Jahren noch die potenziellen Mitarbeiter ins Zeug legen, um sich den geliebten Traumjob zu angeln, so buhlen heute die Unternehmen um die Aufmerksamkeit gut ausgebildeter Arbeitnehmer.

Kurz: Der Arbeitsmarkt hat sich zum Bewerbermarkt entwickelt. Auch Piffer pflichtet bei: "Personaler müssen auf die neuen Herausforderungen reagieren, sonst unterliegen sie im Rennen um die besten Fachkräfte der Generation Y – und das kann sich niemand leisten."

Employer Branding muss halten, was es verspricht

Für den Arbeitgeber bedeute diese Entwicklung, dass der sich bei der Zielgruppe gut verkaufen müsse. Man könne allerdings der beste Arbeitgeber sein – wissen das die potenziellen Kandidaten, oder, noch schlimmer, die eigenen Mitarbeiter nicht, bringen alle Bemühungen nichts, gibt Piffer zu bedenken. Der langfristige Auf- und Ausbau einer kommunizierbaren Arbeitgebermarke gewinne daher zunehmend an Notwendigkeit.

"Für Arbeitnehmer wird es immer wichtiger, sich mit ihrem Arbeitgeber identifizieren zu können und ihre persönlichen Werte wiederzufinden. Mit diesen muss eine Arbeitgebermarke aufgeladen werden", führt die HR-Expertin aus. Employer Branding müsse allerdings auch glaubwürdig sein. Was ein Unternehmen aus strategischen Gründen verspricht, müsse es auch einhalten.

Persönliche Empfehlungen bleiben weiter bedeutend

Auch wenn Millennials als Vorboten einer Revolution im Arbeitsmarkt gelten, so ändere sich doch eines nicht: Die enorme Bedeutung persönlicher Empfehlungen. Denn nichts sei so vertrauenswürdig, wie wenn ein bestehender Mitarbeiter als Repräsentant und Fürsprecher in seinem privaten Netzwerk für das Unternehmen wirbt.

HR-Expertin Piffer fasst abschließend zusammen: "Klar kommunizierte Karrierepfade, authentische Erfahrungsberichte und eine Kultur der Wertschätzung machen Arbeitgeber für Millennials attraktiv. Für Unternehmen ist es unabdingbar, auf die veränderten Bedürfnisse zu reagieren, um bei den Talenten von morgen überhaupt für ein Erstgespräch in Erwägung gezogen zu werden."
(as)

www.datasquare.at



Über data square

Die data square GmbH wurde 2016 von Christian Piffer in Wien gegründet. Das österreichweit tätige Unternehmen hat sich auf zwei Standbeine spezialisiert: IT- und Managementberatung einerseits sowie Personalberatung, Executive Search und Talent Sourcing andererseits.

Das Team rund um Piffer verfügt über langjährige Expertise in datengetriebenen Prozessen, Themen und IT-Landschaften. Im Bereich der Personalberatung unterstützt data square klein- und mittelständische Unternehmen genauso wie internationale Konzerne bei ihrer Suche nach Executives, Führungskräften und Spezialisten in verschiedenen Branchen.

Zu den Kunden von data square zählen insbesondere namhafte österreichische Banken, Versicherungen sowie Handelsunternehmen.

MEHR NEWS



Österreichische Post wird Zustellpartner der Deutsche Post DHL Group

OLN NEWS, HANDEL | 12.03.2019

Die beiden Unternehmen haben eine "langfristige Zusammenarbeit" in Österreich vereinbart.