



Generation Alpha

auf dem Arbeitsmarkt und im Recruiting

© hokify GmbH | Wien September 2023



Inhalt

Generation Alpha auf dem Arbeitsmarkt von morgen

- 01 Executive Summary**
von hokify

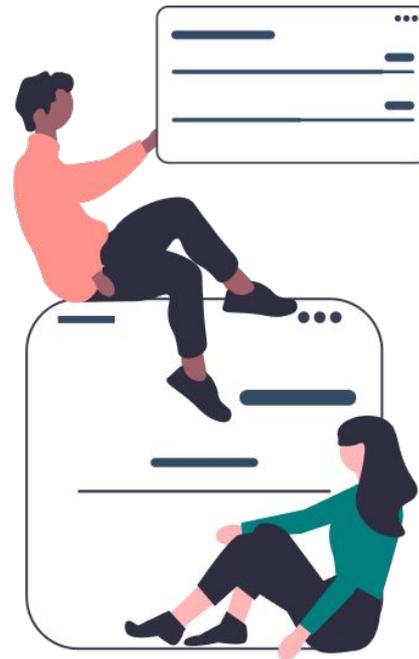
- 02 Generation Alpha**
So tickt die jüngste Generation

- 03 Der Arbeitsmarkt von morgen**
Das erwartet die Generation Alpha

- 04 Zukunftsszenarien**
So könnte die Zukunft aussehen

- 05 Recruitingmaßnahmen**
Junge Talente erfolgreich ansprechen

- 06 Fazit**
Gen Alpha auf dem Arbeitsmarkt



Executive Summary

Zum Thema des Whitepaper

“Junge wollen nicht arbeiten” - ein Satz, den man meist von älteren Generationen über Berufseinsteiger:innen hört. Junge Menschen bringen neue Ideen, alternative Ansätze und frische Sichtweisen in Unternehmen - haben aber oft auch andere Vorstellungen vom Konzept “Arbeit” als ihre Vorgänger:innen. Gemeinsam mit technologischen Neuerungen und sozialen Entwicklungen verändert das den Arbeitsalltag und damit das Recruiting maßgeblich.

In den nächsten Jahren werden die ältesten Vertreter:innen der **Gen Alpha (geboren ca. 2010 - 2025) als Lehrlinge, Azubis und Praktikant:innen auf den Arbeitsmarkt strömen.** Geprägt von Klimakrise, Corona-Pandemie und Krieg, aber auch von Social Media, schnellem Fortschritt und Wohlstand, sind die “Alphas” eine der flexibelsten und heterogesten Generationen bisher. Als erste Generation ist sie von klein an mit digitalen Medien aufgewachsen und es gewöhnt, sich der ständig fortschreitenden Technologie anzupassen.

Arbeitgeber:innen müssen sich auf eine Generation vorbereiten, die mit einem ausgeprägten Sinn für Digitalisierung, Nachhaltigkeit und Diversität aufwächst. Ein Großteil dieser Generation wird in Jobs arbeiten, die es heute noch nicht gibt und das Konzept “Arbeit” anders denken, als die Generationen vor ihnen. Es ist daher aus Unternehmenssicht unerlässlich, sich schon jetzt auf strategischer Ebene mit der Generation Alpha auseinanderzusetzen, um in Zukunft wettbewerbsfähig zu bleiben und die besten jungen Talente für sich zu gewinnen.

Kooperation mit WU Wien

Projekt zur Generation Alpha auf dem Arbeitsmarkt

Die Ergebnisse dieses Whitepapers basieren auf einem Kooperationsprojekt zwischen hokify und der Wirtschaftsuniversität Wien. Das gemeinsame Projekt setzte sich mit **Entwicklungen auf dem österreichischen Arbeitsmarkt mit Fokus auf die Generation Alpha und nicht-akademische Stellen** auseinander und wurde gemeinsam mit dem Institut für Strategie, Technologie und Organisation der Wirtschaftsuniversität Wien umgesetzt.

Im Zuge des Projekts der WU Wien & hokify wurden neben Expert:inneninterviews **180 verschiedene Trends analysiert und basierend darauf vier verschiedene Zukunftsszenarien entwickelt**, die mögliche Entwicklungen der Generation Alpha auf dem Arbeitsmarkt beschreiben.



Generation Alpha

Auf Z folgt Alpha

Mitglieder der Generation Alpha sind **zwischen 2010 und ca. 2025 geboren**. Sie folgen damit der Generation Z (geboren ca. 1997 - 2009) und sind meist Kinder der Millennials (geboren ca. 1981-1996). Umgangssprachlich werden sie auch "Gen Alpha" oder "Alphas" genannt und treten in den nächsten Jahren als Lehrlinge und Azubis in den Arbeitsmarkt ein. Nachdem die jüngsten Mitglieder dieser Generation noch nicht geboren und die Ältesten derzeit in der Mittelstufe sind, sind viele Aspekte, Faktoren und Gemeinsamkeiten die den Arbeitsmarkt betreffen, **noch nicht klar und können nur angenommen werden**. Wie sich die Generation Alpha letztendlich wirklich auf dem Arbeitsmarkt verhalten wird, kann nur die Zeit zeigen.

Es kristallisieren sich jedoch bereits gemeinsame Verhaltensmuster, Werte und Wünsche dieser Generation heraus, die auch im Arbeitsleben eine Rolle spielen werden - so ist die Gen Alpha bereits im jungen Kindesalter **hyperdigital, hyperflexibel und einen hohen Individualisierungsgrad gewohnt**. Diese Generation wächst mit dem größten Wohlstand auf und hat das bisher höchste Bildungsniveau, erlebt jedoch gleichzeitig auch **viele prägende Krisen**: sie erleben die Corona-Pandemie, den Ukraine-Krieg und die Klimakrise mit und wachsen in einer stark polarisierten Gesellschaft auf.

Digitale Inhalte & Video

Klimaschutz

Homeschooling

Diversität

Generationen auf dem Arbeitsmarkt

Nachkriegs- generation

ca. 1946 - 1955

- Fleißig
- Strebt nach Wohlstand

Baby Boomer

ca. 1956 - 1965

- Ein-Verdiener-Familie als Standard
- Gutes Gehalt

Generation X

ca. 1966- 1980

- Arbeitsplatzsicherheit
- Gutes Gehalt

Generation Y/ Millennials

ca. 1981- 1996

- Work-Life-Balance
- Selbstverwirklichung
- Karriere
- Mobile Work

Generation Z

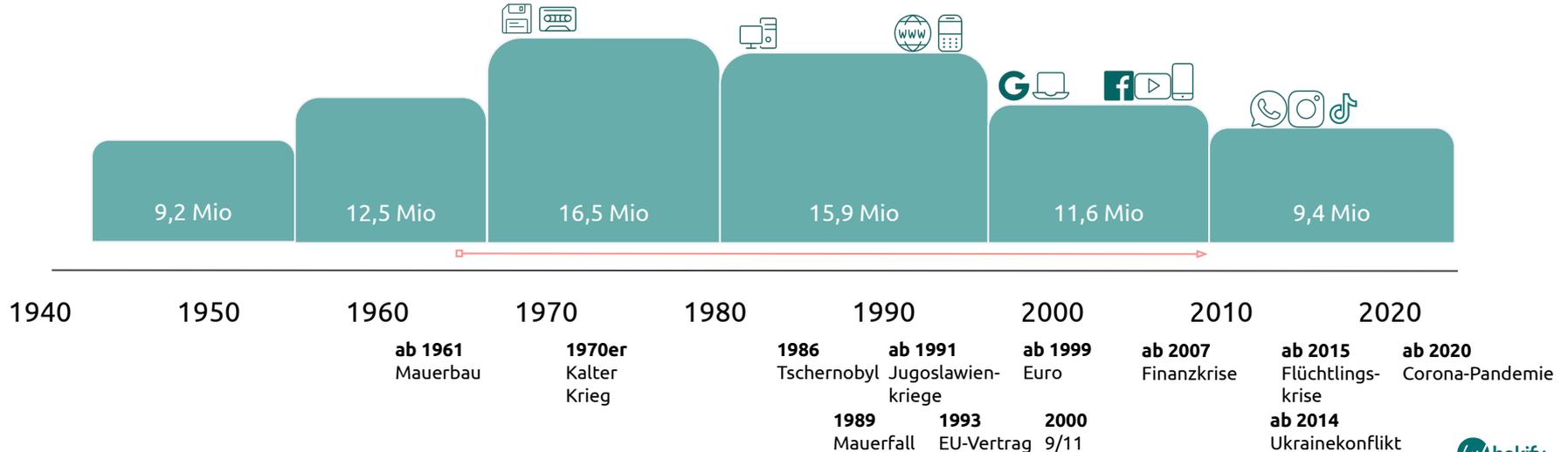
ca. 1997 - 2009

- Sinnhafte Arbeit
- Freizeit
- Gutes Gehalt
- Flexibilität

Generation Alpha

ca. 2010 - 2025

- Hyperflexibilität
- Freizeit
- Sinnhafte Arbeit
- Gutes Gehalt



Arbeitsmarkt von morgen

Vier treibende Faktoren

Demografischer Wandel

Niedrige Geburtenrate, hohe Lebenserwartung und Pensionierungen führen zu weniger Arbeitskräften auf dem Markt. Das hohe Bildungsniveau verschärft den Nachwuchsmangel in Lehr- und Ausbildungsberufen. Zusätzlich verändern sich die Werte und Wünsche der Generationen auf dem Markt.

Neo Ökologie

Neo Ökologie beschreibt Nachhaltigkeit auf gesellschaftlicher Ebene: Die Verbindung von Ökologie und Ökonomie macht Klimaschutz zu einem relevanten Wirtschaftsfaktor. Dabei stehen ressourcenschonende Ansätze und nachhaltige Unternehmensstrategien im Mittelpunkt.



Technologie & Digital Work

Digitales Arbeiten wird von Arbeitnehmer:innen immer mehr vorausgesetzt. Künstliche Intelligenz, Virtual Reality und Co. verändern die Arbeitswelt in rasantem Tempo und eröffnen neue Möglichkeiten im digitalen Raum.

Migration

In Österreich und Deutschland basiert der Bevölkerungszuwachs auf Zuwanderung. Um offene Stellen erfolgreich zu besetzen, wird Migration auch in Zukunft eine zentrale Rolle auf dem Arbeitsmarkt spielen. Gleichzeitig beeinflussen Klimakrise, Krieg und wirtschaftliche Situation Migrationsströme.



“Als Lehrlinge und Azubis werden die Alphas mit einem sehr dynamischen und heterogenen Arbeitsmarkt konfrontiert sein. Wir müssen uns bewusst sein, welche Tragweite unsere Entscheidungen auf den Arbeitsmarkt der Zukunft haben werden. Als potenzieller Arbeitgeber ist es daher wichtig, Informationen und Orientierung zu bieten. ”

– Karl Edlbauer, Co-Founder & Geschäftsführer von hokify

Kooperation mit WU Wien

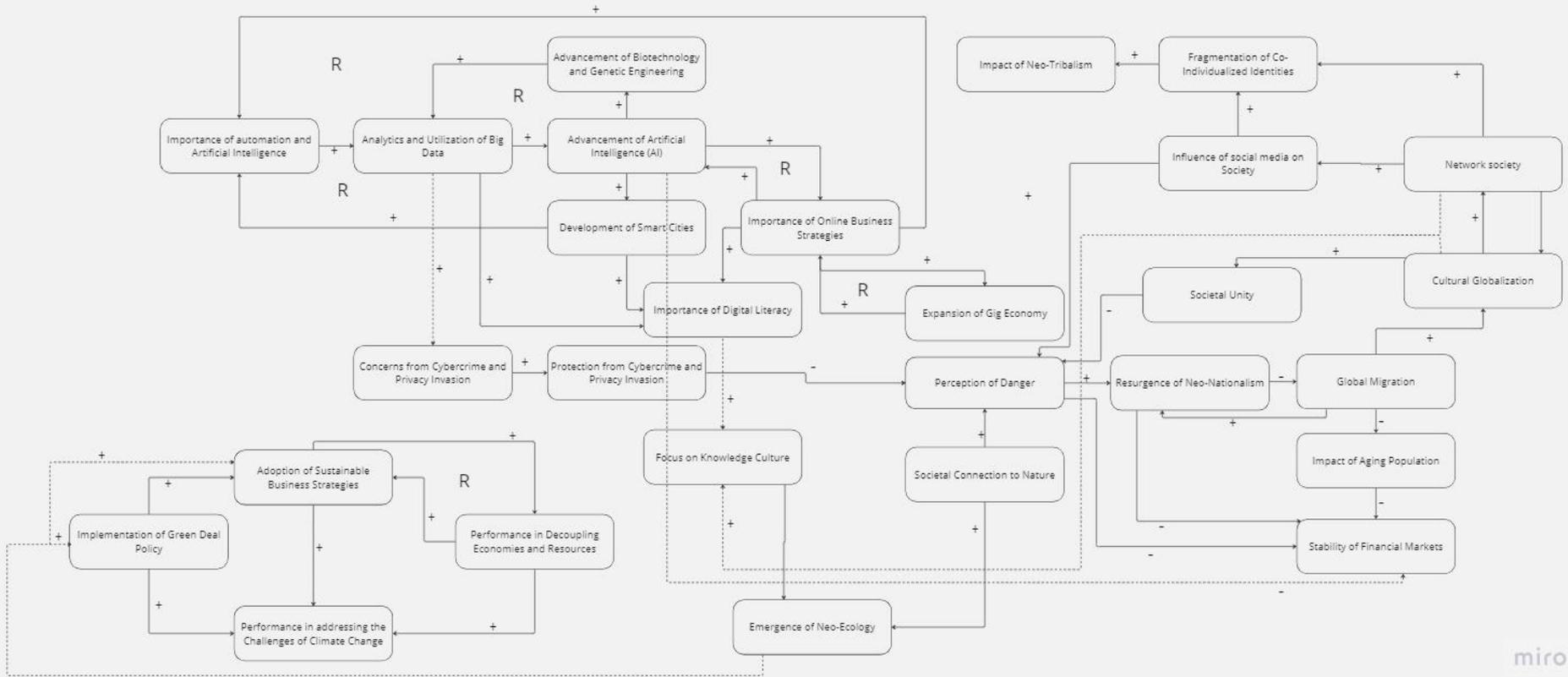
Projekt zur Generation Alpha auf dem Arbeitsmarkt

Im Zuge des Projekts der WU Wien & hokify wurden neben Expert:inneninterviews **180 verschiedene Trends analysiert**.

Mittels Trendanalyse und Flowchart konnten verschiedene Entwicklungen geclustert und definiert werden. Als **zwei treibende Faktoren für den Arbeitsmarkt wurden Neoökologie und Migration identifiziert**.

Basierend auf dem unterschiedlichen Zusammenspiel dieser beiden Faktoren wurden **vier verschiedene Zukunftsszenarien** entwickelt, die mögliche Entwicklungen der Generation Alpha auf dem Arbeitsmarkt beschreiben. Auf den nächsten Seiten wird ein Auszug aus der Trendanalyse gezeigt sowie die vier Szenarien näher beschrieben.





A green and connected European Union

Szenario 1: Hohe Neo Ökologie & Offene Migrationspolitik

Klimawandel abgeschwächt

Durch strikte Klimaschutzvorgaben und Regeln der EU. Internationale Zusammenarbeit gegen die Klimakrise.

Technologischer Fortschritt

Digitalisierung & starker erneuerbarer Energiesektor. Konstante Weiterentwicklung.

Moderner Nomadismus

Menschen arbeiten und leben dort, wo sie sich wohlfühlen.

Migration

Unkomplizierter Migrationsprozess & diverse Kultur in der gesamten EU.

Gen Alpha in diesem Szenario

Umwelt- & Klimabewusste Gen Alpha will in einem hochtechnologisierten Unternehmen (ortsungebunden) arbeiten. Unternehmen haben diverse Teams, in denen sich die Alphas gut zurechtfinden und die ihre eigene Entwicklung fördern.

Implikation für Unternehmen

Werte wie Nachhaltigkeit, soziales Engagement und Diversität müssen klar nach außen kommuniziert werden. Offenes Recruiting über Landesgrenzen hinweg wirkt dem Personalmangel entgegen. Zusammenarbeit in diversen und internationalen Teams.

Technological Leadership behind closed borders

Szenario 2: Hohe Neo Ökologie & geschlossene Migrationspolitik

Folgen der Klimakrise

Wetter, Klima und Naturkatastrophen zwingen einzelne Länder zur Entwicklung technischer Lösungen.

Nationale Digitalisierung

Einzelne Länder in Vorreiterrollen bei Nachhaltigkeitstechnologien aber wenig internationale Zusammenarbeit.

Technologie als Mitarbeiter:innen

Schnelllebige Technologien übernehmen Aufgaben, für die es zu wenige Mitarbeiter:innen gibt.

Engstirnige Weltanschauung

Wenig Migration und geschlossene Grenzen aufgrund von strikter Migrationspolitik.

Gen Alpha in diesem Szenario

Sozial engagierte Generation Alpha spürt den Druck, dem schnelllebigen technologischen Fortschritt mitzuhalten und will in Unternehmen arbeiten, in denen Weiterentwicklung und soziales Engagement möglich sind.

Implikation für Unternehmen

Technischer Fortschritt setzt konstantes Lernen und Weiterbildung voraus. Wenige High Potentials auf dem Arbeitsmarkt machen Recruiting schwer, wobei Technologie viel übernimmt. Unterstützung und persönliche Weiterentwicklung als USP's im Recruiting.

The Green Deal turned out to be the Dark Deal

Szenario 3: Niedrige Neo Ökologie & offene Migrationspolitik

China und Indien

Technologischer Fortschritt in den Supermächten China und Indien hängt die EU ab.

Kein Green Deal

Die EU wird wegen Uneinigkeit und Bürokratie nicht zum Vorreiter in Nachhaltigkeit und Technologie.

Soziale Ungleichheit

Soziale Ungleichheit verschärft sich weiter und führt zu sozialen Unruhen und einer Mehrklassengesellschaft.

Politische Polarisierung

Extreme Parteien auf beiden Seiten des Spektrums bekommen größeren Einfluss und mehr Macht.

Gen Alpha in diesem Szenario

Die unterschiedlichen Ausbildungssituationen, sich schnell verändernde Skill Sets und ein hoher Konkurrenzdruck aufgrund der Internationalisierung machen es für die Gen Alpha schwer, auf dem Arbeitsmarkt Fuß zu fassen.

Implikation für Unternehmen

Internationalisierter Arbeitsmarkt führt zu Abwanderung von Arbeitskräften - der Fokus muss daher darauf liegen, Mitarbeiter:innen zu halten und junge Talente zu unterstützen. Transparenz, soziales Engagement und Mentoring können überzeugen.

The unintended consequences of EU's Sustainability Goals

Szenario 4: Niedrige Neo Ökologie & geschlossene Migrationspolitik

Verfehlte Klimaziele

Europa hat aufgrund von Bürokratie, fehlender Einigkeit und Regulationen die Klimaziele verfehlt.

Wirtschaftsrückgang

Aufgrund der verfehlten Klimaziele schaden Krisen und Naturkatastrophen der Wirtschaft in ganz Europa.

Politischer Umschwung

Nationale Interessen stehen über der internationalen Zusammenarbeit und einzelne Länder ziehen sich zurück.

Unattraktive Standorte

Rückzug aus dem EU-Wirtschaftsraum macht Standorte für Arbeitnehmer:innen unattraktiv und hindert Migration.

Gen Alpha in diesem Szenario

Der Generation Alpha sind die eigene Freizeit und gesellschaftliches Engagement wichtiger als der Job und wünschen sich die Möglichkeit, unabhängig von ihrem Arbeitgeber agieren zu können.

Implikation für Unternehmen

Flexibles Arbeiten, soziale Verantwortung und Vertrauen sind entscheidend, um Talente zu gewinnen. Durch den Personalmangel haben Unternehmen es schwer, die Wirtschaftsleistung aufrecht zu erhalten.

“Schon jetzt eine Beziehung zur Generation Alpha aufzubauen und als Arbeitgeber ‘Top of Mind’ zu sein, wird in den nächsten Jahren einen entscheidenden Vorteil bei der Suche nach Lehrlingen, Azubis und Praktikant:innen bringen. Gezieltes Employer Branding ist der Schlüssel zu Top Talenten der Zukunft.”

Daniel Laiminger, Co-Founder und Geschäftsführer von hokify

Werte vermitteln

Zwischen Klimaschutz und Flexibilität

Ähnlich zur Gen Z legen die Alphas Wert darauf, dass sie sich mit den Werten des Unternehmens identifizieren können. **Nachhaltigkeit, soziale Verantwortung und Diversität** spielen bei der Jobsuche eine wichtige Rolle für die Gen Alpha. Gleichzeitig ist die Generation Alpha die am besten gebildete und wächst mit dem größten Wohlstand auf. Für sie sind **konstantes Lernen und Weiterentwicklung** wichtige Faktoren bei der Jobwahl. Von Arbeitgeber:innen erwarten sie außerdem Flexibilität und ein diverses Arbeitsumfeld. Als potenzieller Arbeitgeber:in ist es demnach wichtig, die eigenen Werte klar nach außen zu kommunizieren und zu zeigen.



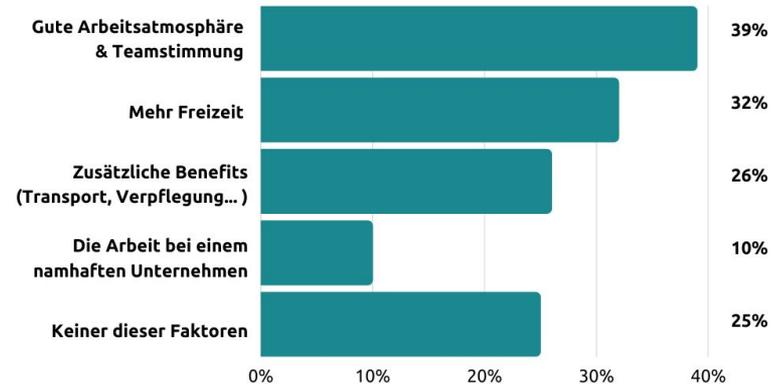
Exkurs: Werte im Arbeitsalltag

Welchen Stellenwert hat Gehalt?

Dass Werte und Arbeitsatmosphäre eine immer größere Rolle spielen, zeigt auch eine hokify Umfrage vom Juli 2023. Demnach sind vier von zehn Personen bereit, für eine **gute Arbeitsatmosphäre und Teamstimmung auf ein höheres Gehalt zu verzichten**. Auch mehr Freizeit sind für knapp ein Drittel der Befragten (n=1.000) eine Alternative zu hohem Gehalt. Für zusätzliche Benefits wäre mehr als ein Viertel der Befragten bereit, ein niedrigeres Gehalt zu akzeptieren. Auch die Arbeit bei einem namhaften Unternehmen kann für 10 Prozent der Befragten ein Argument für niedrigeres Gehalt sein.

Gleichzeitig gibt ein Viertel der Befragten an, **keinen der Faktoren als Grund für niedrigeres Gehalt zu sehen**. In Zeiten von hoher Inflation und konstanten Teuerungen ist es für viele Arbeitnehmer:innen nicht möglich, auf einen Teil des Gehalts zu verzichten. Gleichzeitig wird Gehalt oft als Basisfaktor gesehen, der stimmen muss, bevor man sich überhaupt für eine offene Stelle bewirbt.

Für welche dieser Faktoren wärest du bereit, ein niedrigeres Gehalt zu akzeptieren?



n=1.000, Mehrfachnennung möglich, Grafik (c) hokify GmbH, Quelle: hokify

Strategien im Recruiting

So erreichen Sie die Generation Alpha

Sensibilisierung

Am wichtigsten ist, sich bewusst zu werden, dass in den nächsten Jahren eine **neue Generation mit neuen Bedürfnissen** auf den Arbeitsmarkt kommt und diese kennenzulernen. Ob es direkter Austausch mit der Gen Alpha ist oder Sie mit Mitarbeiter:innen der Gen Z reden: sich selbst für das Thema zu sensibilisieren und zu informieren, ist der erste Schritt.

Qualitative Touchpoints

Schon jetzt ist es wichtig, viele Touchpoints zu bieten, die vor allem eines sind: unterhaltsam und von guter Qualität. Klassische Werbung steht im Hintergrund, **Entertainment und Identifikation mit den Inhalten ist wichtiger**, um eine langfristige Beziehung aufzubauen. Zielgruppengerechte Sprache und Humor runden das Unternehmensbild ab.

Mobil & Digital

Mit dem Smartphone aufgewachsen, setzt die Gen Alpha digitale Technologien für Entertainment, Kommunikation und Erledigungen im Alltag ein. **Die Ansprache und Kommunikation muss demnach ebenfalls mobil und digital funktionieren** - im besten Fall auch transparent und informell.

Maßnahmen im Recruiting

Das darf im Recruiting für die Gen Alpha nicht fehlen

Die Generation Alpha kann Smartphones bedienen, bevor sie laufen kann - ihren Alltag digital abzuwickeln ist für sie also selbstverständlich. So müssen auch Bewerbung und Jobsuche dort ansetzen, wo sich die Generation Alpha aufhält: am Smartphone und auf Social Media. Ein **durchgängig mobil optimierter, intuitiver Bewerbungsprozess ("Mobile Application")** ohne PDF-Uploads oder langwierigen Motivationsschreiben wird von der Gen Alpha vorausgesetzt. Social Media, besonders TikTok, Youtube und Twitch bieten zielgenaue Kandidat:innenansprache und native Employer Branding Möglichkeiten.

Eine klassische Stellenausschreibung fängt nur noch selten die Aufmerksamkeit der Generation Alpha. Das (derzeit) dominierende Format der Generation Alpha sind **(Kurz)videos**, in Zukunft könnte auch **Virtual Reality (VR)** eine entscheidende Rolle für die jungen Alphas spielen. Authentische Videos, die auf humorvolle Art und Weise Einblicke in das Unternehmen und den Joballtag geben, sind eine einfache Möglichkeit, die Alphas zu erreichen. Wie das Beispiel TikTok zeigt, kann sich die Social-Media-Landschaft schnell verändern und neue Formate können binnen kurzer Zeit ein relevanter Kanal für die Ansprache junger Zielgruppen werden.

Mobile Application

Social Media

Virtual Reality

Video

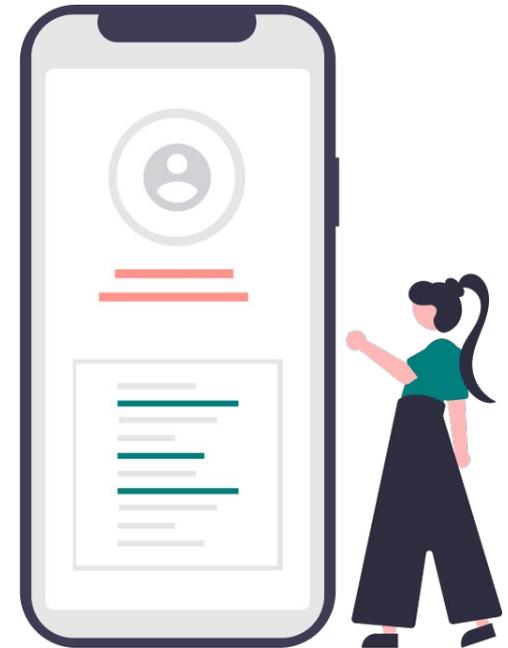
Fazit

Die Generation Alpha

Die Generation Alpha, **geboren zwischen 2010 und 2025, strömt in den nächsten Jahren als Praktikant:innen und Azubis auf den Arbeitsmarkt.** Als Generation, die mit Smartphone und Tablets aufgewachsen ist, sind sie nicht nur hyperdigital, sondern auch extrem flexibel und gut darin, sich neuen Technologien anzupassen. Gleichzeitig erwarten sie einen hohen Grad an Individualisierung und haben in ihrer Kindheit und Jugend einige Krisen miterlebt.

Der Arbeitsmarkt, der die Gen Alpha erwartet, wird besonders von **Demografischem Wandel, Technologie und Digital Work, sowie Migration und Neoökologie,** also der Verbindung von Ökologie und Ökonomie, geprägt sein. Spielen diese Faktoren unterschiedlich zusammen, hat das erheblichen Einfluss auf das Verhalten und den Joballtag der Generation Alpha.

Um die Generation Alpha im Recruiting zu erreichen, ist es wichtig, sich schon jetzt mit der Generation auseinanderzusetzen und den Aufbau zwischenmenschlicher Beziehungen mit ihnen voranzutreiben. Qualitative Touchpoints und digitale Kommunikation helfen dabei die Alphas zu erreichen. **Neben der Kommunikation der eigenen Werte sind auch Videos und eine mobil-optimierte Bewerbung notwendig,** um die Generation Alpha vom Unternehmen zu überzeugen und als Mitarbeiter:innen zu gewinnen.



About this Paper

and about hokify

hokify untersucht regelmäßig die derzeitige Arbeitsmarktsituation sowie Trends und Entwicklungen durch Online-Befragungen und Analysen. Die Ergebnisse sowie konkrete darauf basierende Handlungsempfehlungen werden regelmäßig in Whitepapers und Webinaren der interessierten Öffentlichkeit zur Verfügung gestellt.

hokify ist die mobile Job-Plattform in Deutschland und Österreich, mit derzeit 55.000 registrierten Unternehmen und monatlich mehr als 750.000 Jobsuchenden. hokify Jobsuchenden eine Bewerbung am Smartphone in nur 3 Minuten und ist damit Vorreiter im Bereich Social Media und Mobile Recruiting.

Impressum

hokify GmbH
Jakob-Lind-Straße 2
1090 Wien
www.hokify.com
info@hokify.com

Daniel Laiminger
Co-Founder & CSO
daniel.laiminger@hokify.com



Sebastian Prax
Team Lead Content Marketing
& Communications
sebastian.prax@hokify.com



Julia Gerstmayer
Content Marketing &
Communications Managerin
julia.gerstmayr@hokify.com



Alle Rechte vorbehalten
© hokify GmbH 2023