

Generation Lockdown: Auf der Suche nach Sinn und Sicherheit

Karrierebarometer Young Talents liefert Einblicke in den Gemütszustand einer verunsicherten Generation

Köln, 15. März 2022. Studierenden ist das Gefühl abhanden gekommen, was sie in der Arbeitswelt erwartet. Das ist eine der zentralen Erkenntnisse des heute vorgelegten Karrierebarometers, für das das Unternehmen Jobteaser zu Beginn des Jahres rund 3.200 Studierende und Absolvent:innen befragt hat. Die Studienautor:innen machen hierfür vor allem den Wegfall zahlreicher Praktika und Werkstudierendenstellen verantwortlich. Insbesondere das Bedürfnis nach Orientierung und Sicherheit ist ihrer Auffassung nach greifbar. So haben 86 Prozent keine wirkliche Vorstellung mehr von ihrer Zukunft vor Augen. Gleichzeitig sind die Befragten entgegen des landläufigen Bilds der Generation Z als „Jobhopper“ durchaus bereit, sich langfristig an einen Arbeitgeber zu binden. Ein Drittel der jungen Talente kann sich sogar vorstellen, ein Leben lang für nur einen Arbeitgeber zu arbeiten. Unternehmen sind nach Expertenmeinung in dieser Phase gefordert, dem Nachwuchs entsprechende Perspektiven zu bieten.

Planlos in den Job

Die große Konstante der Umfragen in den letzten beiden Jahren war die Verunsicherung der jungen Talente. Mangelnde Praxiserfahrungen, Studium und Jobantritt im Remote-Modus haben deutliche Spuren hinterlassen. Für etwa ein Drittel (32 Prozent) finden Vorlesungen immer noch rein virtuell statt. Und so haben mittlerweile 86 Prozent der Studierenden und Absolvent:innen auch keine klare Vorstellung mehr von ihrer beruflichen Zukunft. War im Herbst noch die Sorge vor sozialer Isolation die größte Sorge der Generation Lockdown, steht mittlerweile vor allem die konkrete Sorge um den beruflichen oder akademischen Werdegang im Vordergrund. Mehr als drei Viertel (78 Prozent) treibt diese Sorge um. Zu den am häufigsten genannten konkreten Bedenken zählen ein Mangel an Stellenangeboten (39 Prozent), die Finanzierung des eigenen Lebensunterhalts (37 Prozent), sowie die Angst, das aktuelle Studienjahr nicht beenden oder Prüfungen nicht bestehen zu können (27 Prozent).

Safety first!

„Zum bereits vertrauten Wunsch dieser Generation, eine sinnvolle Tätigkeit auszuüben, hat sich im Laufe der Pandemie ein extrem großes Sicherheitsbedürfnis gesellt“, resümiert Felix Hansen, General Manager bei JobTeaser. Die Plattform für Recruiting- und Karriereorientierung veröffentlicht die Studie seit Anfang 2020 regelmäßig zum

Semesterstart den Hochschulen. Das aktuelle Karrierebarometer fördert eine ganze Reihe Indikatoren für dieses Sicherheitsbedürfnis zu Tage. So ist es der deutlichen Mehrheit (70 Prozent) wichtig oder sehr wichtig, einen unbefristeten Vertrag angeboten zu bekommen. Etwa ein Drittel der Befragten (32 Prozent) kann sich vorstellen unbegrenzt für nur einen Arbeitgeber tätig zu sein, ein weiteres Viertel kann sich das für einen Zeitraum von zehn Jahren vorstellen. Auch haben vermeintlich weiche Kriterien bei der Auswahl des Arbeitgebers eine geringere Bedeutung als die generellen Arbeitskonditionen (66 Prozent) oder das Gehalt (54 Prozent). Während das Kriterium Gehalt in seiner Bedeutung zugenommen hat, steht die Work-Life Balance (47 Prozent) inzwischen dahinter zurück, bleibt aber durchaus sehr relevant.

Ansprüche an Arbeitgeber bleiben hoch

Der offenbar gestiegenen Kompromissbereitschaft und weit verbreiteten Planlosigkeit setzen die jungen Talente aber auch sehr konkrete Erwartungen und Wünsche entgegen, was ihr berufliches Umfeld angeht. So möchten zwei Drittel (66 Prozent) in den nächsten zehn Jahren Führungsverantwortung übernehmen. Auch verfolgt die Generation Z mit akademischem Hintergrund nach wie vor ihren Anspruch, dass die eigene Arbeit sinnstiftend sein soll. So legt die überwiegende Mehrheit aller Befragten (83 Prozent) auch in Krisenzeiten Wert darauf, dass ihre Arbeit einen höheren Zweck verfolgt. Zudem ist es 92 Prozent wichtig oder sehr wichtig, dass sich ihr künftiger Arbeitgeber gegen Diskriminierung engagiert, 84 Prozent wünschen sich, dass dieser Wert auf Gleichberechtigung und Diversität legt.

„Diese Ansprüche haben nichts mit Tagträumereien zu tun, vielmehr entsprechen sie dem Lebensgefühl und der -wirklichkeit der Gen Z“, so der Emotionsforscher Markus Küppers (September Strategie & Forschung). „Ihrer Vorstellung nach dient ihr eigenes Tun im besten Fall einem höheren Zweck.“ Auch in puncto Homeoffice haben die jungen Talente sehr konkrete Vorstellungen. 72 Prozent wünschen sich eine Tätigkeit, die mindestens teilweise im Homeoffice verrichtet werden kann. Nur noch 13 Prozent können sich vorstellen, ausschließlich oder überwiegend im Büro zu arbeiten. Die wesentlichen Gründe hierfür sind überraschenderweise eher individueller Art. 71 Prozent führen hierfür den Zeitgewinn durch wegfallende Wege zum Arbeitsplatz an, 41 Prozent die Möglichkeit, parallel andere Dinge zu erledigen und 29 Prozent die Möglichkeit zum vertieften Arbeiten („Deep Work“). Die Verminderung des CO₂-Fußabdrucks spielt hingegen für nur 21 Prozent eine Rolle.

Perspektive und authentische Einblicke sind gefragt

Diesen Wünschen und Vorstellungen eine passende Perspektive zu bieten, darin sieht Felix Hansen, eine der wesentlichen Aufgaben für die Unternehmen: „Wer keinen Einblick mehr in die Praxis erhält, fragt sich natürlich, was ihn oder sie mit dem Eintritt in die Arbeitswelt überhaupt erwartet.“ Die gute Nachricht lautet seiner Meinung nach, dass sich der Nachwuchs tatsächlich kaum Sorgen machen muss, einen Einstiegsjob zu finden. Nach

Auskunft der Absolvent:innen finden nur zwei Prozent aufgrund der Pandemie derzeit keine Stelle.

Dennoch wünscht sich der akademische Nachwuchs weiterhin von den Unternehmen Orientierung und Hilfestellung. „Unternehmen und Verantwortliche haben mehr denn je die Gelegenheit, die eigenen Tore weit aufzumachen und zu zeigen, was für potenzielle Mitarbeiter:innen drin ist“, so Felix Hansen. Wichtig sei, die junge Generation frühzeitig anzusprechen und abzuholen. Am besten dort, wo sie die Grundlage für ihre spätere berufliche Karriere legt: am Campus. Hier haben Unternehmen die Möglichkeit, sich frühzeitig mit Angeboten, Perspektiven und Werten ins Blickfeld der jungen Talente zu bringen. Hier beginnt das Employer Branding. Und hier geht es – gerade in einer Zeit, in der vielen die klare Vorstellung von der Berufspraxis verlorengegangen ist – auch darum, ein authentisches und konkretes Bild von den Einstiegsjobs und Arbeitsumfeldern zu liefern.

Der Report, Infografiken, Bildmaterial und Interviews mit Testimonials stehen ab sofort in unserem [Presseraum](#) zum Download bereit.

Methodik

Im Zeitraum 11. bis 25. Januar 2022 wurden insgesamt 3.213 Studierende und Absolvent:innen in Deutschland und Österreich über das JobTeaser Netzwerk anhand eines selbstselektiven Online-Fragebogens zu ihrer aktuellen Situation befragt. Aus der Auswertung resultiert die nunmehr fünfte Auflage des JobTeaser Karrierebarometers.

Über JobTeaser

[JobTeaser](#) ist die führende Plattform in Recruiting und Karriereorientierung für Studierende und Hochschulabsolvent:innen in Europa. Das einzigartige Netzwerk verbindet vier Millionen Studierende, 80.000 Personalers:innen und 700 Hochschulen in 25 Ländern. Dafür sind rund 270 Mitarbeiter:innen und Expert:innen in Deutschland und Frankreich täglich im Einsatz.

Kontakt

JobTeaser GmbH
Felix Hansen
Oskar-von-Miller-Ring 20
80333 München
felix.hansen@jobteaser.com

Pressekontakt

pr://ip – Primus Inter Pares GmbH
Christoph Salzig
Neubrückenstraße 12-14
48143 Münster
+49 (0) 251 98298901
salzig@pr-ip.de