

<b>1 Einleitung und Problemstellung . . . . .</b>	<b>1</b>
<b>2 Arbeitsmarktsituation in der DACH-Region . . . . .</b>	<b>5</b>
2.1 Demografische und wirtschaftliche Rahmenbedingungen in der DACH-Region . . . . .	5
2.2 Arbeitsmärkte im DACH-Raum. . . . .	8
2.2.1 Arbeitsmarkt in Deutschland . . . . .	8
2.2.2 Arbeitsmarkt in Österreich. . . . .	12
2.2.3 Arbeitsmarkt in der Schweiz . . . . .	15
2.3 Trends und Entwicklungen in der Arbeitswelt. . . . .	18
2.3.1 Arbeitsmarkttrends in der DACH-Region . . . . .	18
2.3.2 Auswirkungen des technologischen Wandels . . . . .	24
Literatur. . . . .	27
<b>3 Bewerbermarketing und -kommunikation für Nachwuchstalente . . . . .</b>	<b>33</b>
3.1 Externe Personalbeschaffung im Veränderungsdruck . . . . .	33
3.2 Moderne Strategien und Mechanismen der Talent Attraction . . . . .	38
3.2.1 Rahmenbedingungen . . . . .	38
3.2.2 Marketing- und Kommunikationsansätze . . . . .	39
3.2.3 Perspektiven der Zukunft. . . . .	59
Literatur. . . . .	68
<b>4 Generation Z und Arbeitsmarkt . . . . .</b>	<b>73</b>
4.1 Charakteristika der Generation Z. . . . .	74
4.1.1 Einordnung im Generationenkontext. . . . .	74
4.1.2 Soziodemografische Merkmale und technologische Prägung . . . . .	76

4.1.3	Soziale Beziehungen, Werte und Ziele .....	80
4.1.4	Generation Z im Drei-Länder-Vergleich .....	82
4.2	Generation Z in der Arbeitswelt: Aktueller Forschungsstand .....	85
4.2.1	Vorstellungen und Erwartungen an die Berufstätigkeit in der DACH-Region .....	85
4.2.2	Erwartungen an das Personalmanagement.....	91
4.3	Hochschulabsolventen der Generation Z als Berufseinsteiger: Forschungsansatz .....	96
4.3.1	Qualitative Interviewstudie .....	96
4.3.2	Struktur des Interviewleitfadens .....	98
4.3.3	Interviewteilnehmer und Ergebnisauswertung.....	105
	Literatur.....	110
<b>5</b>	<b>Hochschulabsolventen der Generation Z und Berufseinstieg:</b>	
	<b>Perspektive Absolventen.....</b>	117
5.1	Sicht der Generation Z auf den Arbeitsmarkt .....	117
5.2	Präsentation der Arbeitgebermarke – relevante Kanäle für die Gen Z aus Absolventensicht.....	123
5.3	Stellenanzeigen für die Gen Z .....	129
5.3.1	Inhalt .....	129
5.3.2	Gestaltung .....	136
5.4	Bewerbungsprozess .....	141
5.5	Relevante Arbeits- und Arbeitgeberkriterien für Berufseinsteiger .....	146
5.6	Gen-Z-Recruiting in der DACH-Region: Wünsche, Anregungen und Bedürfnisse aus Absolventenperspektive in der Zusammenschau .....	152
<b>6</b>	<b>Generation Z als zukünftige Arbeitnehmer: Perspektive Unternehmen.....</b>	161
6.1	Wahrnehmung von Arbeitsmarktsituation und Erwartungen der Generation Z .....	161
6.2	Präsentation der Arbeitgebermarke – relevante Kanäle für die Gen Z aus Unternehmensexpektive .....	166
6.3	Stellenanzeigen für die Gen Z .....	173
6.3.1	Inhalt .....	173
6.3.2	Gestaltung .....	180
6.4	Bewerbungsprozess .....	183

6.5	Relevante Kriterien für Berufseinsteiger der Gen Z aus Unternehmensperspektive .....	191
6.6	Recruiting in der Zukunft .....	197
6.7	Zusammenfassung der Unternehmensperspektiven .....	201
	Literatur .....	202
<b>7</b>	<b>Generation Z als zukünftige Arbeitnehmer: Jo Dietrich (Agentur ZEAM) im Interview .....</b>	<b>203</b>
7.1	Sicht auf die Generation Z als Arbeitnehmer .....	203
7.2	Präsentation der Arbeitgebermarke .....	208
7.3	Bewerbungsprozess .....	210
7.4	Relevante Kriterien für Berufseinsteiger der Gen Z .....	212
7.5	Recruiting in der Zukunft .....	215
<b>8</b>	<b>Ergebnisdiskussion .....</b>	<b>217</b>
8.1	Gemeinsamkeiten und Unterschiede zwischen Studierenden-, Unternehmens- und Agenturperspektive .....	217
8.2	Implikationen für die Gestaltung einer effektiven Bewerberkommunikation für die Gen Z .....	228
	Literatur .....	236
<b>9</b>	<b>Fazit und Ausblick .....</b>	<b>237</b>