

# PRAXISTIPPS

U25



## Sehr geehrte Damen und Herren,

mit der iGZ-Publikationsreihe „Praxistipps“ möchten wir die vielen Ergebnisse, die in unserer Verbandsarbeit durch unsere verschiedenen Projektgruppen erarbeitet und präsentiert werden, für alle Mitglieder zugänglich und dauerhaft nutzbar machen.

Die vorliegende Broschüre bezieht sich auf die Ergebnisse der Projektgruppe „Zielgruppen am Arbeitsmarkt“, die sich in den vergangenen Sitzungen insbesondere mit jungen Menschen unter 25 Jahren befasst hat. Diese Zielgruppe kann sehr vielfältig sein: ob Schulabgänger, die einen Ausbildungsplatz suchen, Jugendliche auf der Suche nach einem neuen Job oder Studienabbrecher, die sich neu orientieren möchten – Zeitarbeit kann gerade zu Beginn des Berufslebens durch wechselnde Einsatzorte und Aufgaben eine spannende Alternative sein.

Die Analyse der Zielgruppe zeigt, dass sie andere Ansprüche und Erwartungen an den Arbeitsmarkt stellt als vorherige Generationen und dass das Recruiting auf neue Plattformen gelenkt werden muss. Natürlich gibt es aber bei allen

Gemeinsamkeiten, die die Generationen geprägt haben, auch Unterschiede: Junge Menschen mit schneller Auffassungsgabe und andere, die sich länger einarbeiten müssen. Die, die lieber im Team arbeiten gegenüber denjenigen, die sich alleine besser konzentrieren können. Hochmotivierte Jugendliche oder die, die weniger Engagement zeigen. Je nach Einzelfall gilt es, auf die verschiedenen Anforderungen einzugehen.

Unsere Broschüre soll Ihnen und Ihrem Unternehmen dabei helfen, diese Zielgruppe und ihre Eigenschaften besser kennenzulernen, um das Recruiting passgenauer abstimmen zu können. Der Fokus liegt hier auf den Unter-25-Jährigen – grundsätzlich sollen aber natürlich andere Zielgruppen nicht vergessen werden. Darum erarbeiten wir weitere Praxistipps. Wichtig ist es, letztlich eine ausgewogene Struktur im Unternehmen zu haben.

Die Praxistipps sollen die tägliche Arbeit in Ihrem Unternehmen erleichtern. Wir sind daher auf Ihr Feedback angewiesen und für Ihre Rückmeldungen dankbar. Dazu laden wir Sie ausdrücklich ein!



**Werner Stolz**  
iGZ-Hauptgeschäftsführer



**Christian Baumann**  
iGZ-Bundesvorsitzender



**Sonja Oetting**  
Leiterin der Projektgruppe  
Zielgruppen am Arbeitsmarkt

- 4 Warum bietet das Recruiting von Jüngeren besondere Chancen für Ihr Unternehmen?
- 6 Was ist der Zielgruppe wichtig?
- 10 Welche Rolle spielt der Personaldisponent?
- 12 Wie kann die Zielgruppe erreicht werden?
- 18 Welche Fördermaßnahmen der Bundesagentur für Arbeit gibt es?
- 20 Das Vier-Phasen-Modell der Mitarbeiter-Akquise
- 27 Ansprechpartner



---

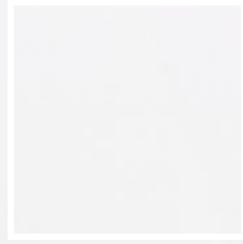
# Warum bietet das Recruiting von Jüngeren besondere Chancen für Ihr Unternehmen?

Für junge Menschen ist die digitalisierte Welt schon immer selbstverständlich gewesen. In Zeiten von Smartphones und Tablets ist alles, was sie wissen wollen, meistens nur ein paar Klicks entfernt. Gerade mit Blick auf den Strukturwandel und die Digitalisierung haben sie darum eine gute Auffassungsgabe für neue Technologien und können häufig intuitiv damit umgehen. Das kann für Ihr Unternehmen hilfreich sein, da der Wandel der Arbeitswelt insbesondere digitale Veränderungen mit sich bringen wird.

Auch die Altersstruktur in deutschen Unternehmen spricht dafür, dass Sie gezielt Jugendliche rekrutieren. Seit Jahren steigt das Durchschnittsalter in Unternehmen kontinuierlich an und liegt laut Statistischem Bundesamt aktuell bei circa 43 Jahren – Tendenz steigend. Die Rekrutierung jüngerer Mitarbeiter wird daher einen hohen Stellenwert für Sie haben, wenn Sie einerseits das Altersgefüge ausgleichen wollen und andererseits das Wissen der Älteren im Unternehmen halten und an die jüngere Generation weitergeben möchten.

Dabei kann auch die Ansprache von Jüngeren mit Brüchen im Lebenslauf vielversprechend sein. Wenn Sie Schul-, Ausbildungs- oder Studienabbrechern bewusst eine neue Perspektive in Ihrem Unternehmen eröffnen, fördert dieser Vertrauensvorschuss häufig sowohl die Motivation und Leistung der jungen Menschen, als auch die Loyalität zu Ihnen als Arbeitgeber. Der Kampf um junge Talente wird zukünftig immer schwieriger werden. Darum ist es wichtig, die jungen Arbeitnehmer langfristig an Ihr Unternehmen zu binden. Abbrecher sind zudem häufig sofort verfügbar und motiviert, eine neue Aufgabe in Angriff zu nehmen.

Auch Jugendliche, die keinen Ausbildungsplatz gefunden haben, können Sie ansprechen und Ihnen befristet zur Überbrückung der Zeit bis zum nächsten Ausbildungsjahr eine Anstellung anbieten. So können sie sich orientieren und bereits Arbeitserfahrungen sammeln.



---

# Was ist der Zielgruppe wichtig?

## WERTEWANDEL DER NEUEN GENERATIONEN

Voraussetzung für ein erfolgreiches Recruiting der Zielgruppe der Unter-25-Jährigen ist es vor allem, diese Zielgruppe zu verstehen und angemessen auf ihre Wünsche und Ziele einzugehen. Aus diesem Grund beleuchten wir zunächst die zentralen Grundwerte und beeinflussenden Faktoren der jungen Generationen. Hierbei legen wir den Fokus auf die Generationen Y (englisch „why“) und Z. Die Altersgrenze zwischen den beiden Generationen wird in der Forschung von diversen Wissenschaftlern unterschiedlich gesetzt, populär ist die Einordnung der Generation Y von ungefähr 1985 bis 2000 und für die Generation Z die Geburtsjahrgänge von 2000 bis 2015. Die Unterschiede zwischen den beiden Generationen mögen im Vergleich zur Nachkriegsgeneration nur marginal erscheinen, jedoch sind einige feine Differenzen in der individuellen Motivation wie auch den zentralen Grundwerten zu erkennen.

Für die Generation Y ist die Digitalisierung ein zentrales Thema. Sie sind offen für innovative Geschäftsmodelle und haben einen ausgeprägten Wunsch nach mehr Partizipation und Kommunikation. Die Generation ist geprägt durch zeitliche Flexibilität und fordert diese auch ein. Gleichzeitig ist die familiäre Verwurzelung zu beachten und der damit verbundene Wunsch nach Stabilität.

Ein zentrales Merkmal der Generation Z ist ihr pragmatischer Umgang mit der Schule und dem Beruf wie auch der Familie und dem Freundeskreis. Die Anpassung an Gegebenheiten jeder Art und der Wille, potentielle Chancen zu nutzen, zeichnet die Flexibilität dieser Bewerbergruppe aus. In der aktuellen Shell-Jugend-Studie wird diese Generation als „Generation des Aufbruchs“ bezeichnet, weil sie sich durch ihre Experimentierfreudigkeit auszeichnet und die individuelle Haltung oftmals deutlich über eine nüchterne Erfolgsorientierung hinausgeht. Gleichzeitig ist der Wunsch nach einer gewissen Stabilität auch in dieser Generation noch ein zentrales Thema. Das Verlangen nach einer Vereinbarkeit von Arbeit, Freizeit und Familie ist stark ausgeprägt. Planbare und verlässliche Rahmenbedingungen, die zugleich ein selbstständiges und selbstbestimmtes Leben ermöglichen, sind der Wunsch der Generation. Jugendliche haben heute sowohl höhere Bildungs- und Berufsaspirationen als auch höhere Ansprüche an ihre Arbeitgeber.

## DIE BEDEUTUNG DER ELTERN

Das Aufwachsen der jungen Menschen ist von bedeutenden Ereignissen geprägt worden: Der Anschlag am 11. September 2001, die Finanzkrise 2008 oder die Atomkatastrophe von Fukushima 2011 haben ökologische und ökonomische Unsicherheiten in ihrem Bewusstsein verankert. Gleichzeitig streben die Generationen Y und Z aber nach Sicherheit und erleben deshalb ein Leben mit vielen Widersprüchen: Eine gewisse Sicherheit gilt als wünschenswert, gleichzeitig möchten sie jedoch keine zu festen Bindungen eingehen. Durch dieses Umfeld geprägt, hat sich ein starker Ich-Bezug bei den beiden Generationen entwickelt. Das Handeln wird vor allem an den eigenen Bedürfnissen ausgerichtet und berufliche wie auch private Entscheidungen orientieren sich am individuellen Vorteil.

Die Eltern spielen dabei häufig eine Schlüsselrolle. Oftmals sehen die Kinder der beiden Generationen sie als wichtigste Berater in allen Lebenslagen und bilden eine Allianz mit ihnen. In dieser unsicheren Welt erfahren sie ihre Eltern als einen Sicherheitsfaktor. Im Kontext der Berufswahl und der Berufsorientierung ist es darum sinnvoll, die Eltern als wichtigen Faktor, wenn möglich und gewollt, mit einzubeziehen, da die Entscheidungen oft auch von deren Meinung abhängig gemacht wird.





---

# Welche Rolle spielt der Personaldisponent?

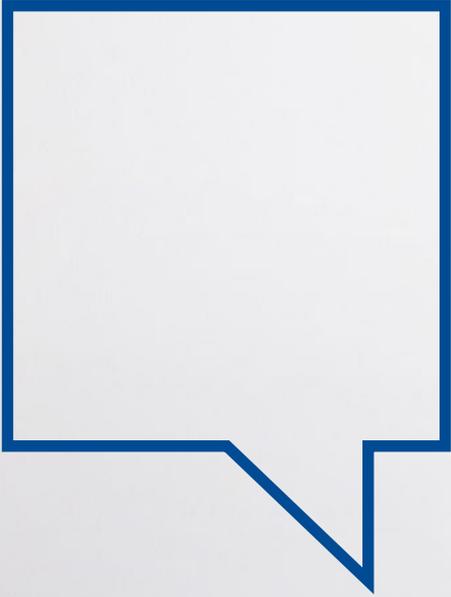
Der Personaldisponent steht vor der Aufgabe, die Besonderheiten der Zielgruppe im Recruitingprozess und in der langfristigen Betreuung der Mitarbeiter zu berücksichtigen. Ein gutes Vertrauensverhältnis ist dabei die Grundvoraussetzung für eine enge Mitarbeiterbindung. Es ist wichtig, dass Sie sich einerseits auf die jugendlichen Besonderheiten einlassen und sich dabei andererseits nicht verstellen, sondern authentisch bleiben.

Durch einen kontinuierlichen Kontakt und regelmäßiges Feedback kann die individuelle Entwicklung des Mitarbeiters festgehalten werden. Das ist insbesondere bei dieser jungen Zielgruppe wichtig, da zu Beginn des Erwerbslebens viel Entwicklungspotenzial vorhanden ist. Wenn Sie berufliche Perspektiven und mögliche Qualifizierungsmaßnahmen aufzeigen, kann das zu einer höheren Motivation des Mitarbeiters führen. Gerade für Jugendliche ist dies ein wichtiger Faktor für die persönliche und berufliche Entwicklung. Außerdem müssen flexible Arbeitsstrukturen geboten werden, die gleichzeitig eine gewisse Stabilität für den Arbeitnehmer ausstrahlen. An diesem Punkt kann Zeitarbeit genau das richtige Maß an Flexibilität ermöglichen, ohne die jungen Arbeitnehmer zu stark an einen Arbeitsplatz zu binden, und Raum für individuelle Veränderungen und neue Herausforderungen bieten.

Das Einbeziehen der Eltern ist nicht bei jedem Mitarbeiter notwendig, jedoch ist ihre Rolle im Entscheidungsprozess nicht zu unterschätzen. Was bedeutet das für die Branche? Die Eltern können nach Bedarf in den Marketing- und Auswahlprozess einbezogen werden, indem das Marketing auch auf sie abgestimmt wird. Dadurch können sie den Auswahlprozess des Bewerbers positiv beeinflussen.

## Wie kann das in der Praxis aussehen?

- Entwicklungsmöglichkeiten und Qualifizierungsmaßnahmen aufzeigen
- Regelmäßige Feedback-Gespräche mit dem Mitarbeiter führen
- Entwicklung des Mitarbeiters durch Zwischenergebnisse dokumentieren
- Eltern in Werbebroschüren miteinbeziehen
- Eltern mit zu Werbeveranstaltungen einladen



---

# Wie kann die Zielgruppe erreicht werden?

## FACE-TO-FACE

- Infotage
- Schulkooperationen
- Berufs-Messen
- Tag der offenen Tür
- Mitarbeiter-Empfehlung

Für die Jugendlichen ist es auf der einen Seite wichtig, in direkten Kontakt mit dem potentiellen Arbeitgeber zu treten. Darum ist es hilfreich, wenn sie Gelegenheit haben, face-to-face mit Ihren Mitarbeitern oder Azubis über die Arbeit in Ihrem Unternehmen zu sprechen. Auf der anderen Seite spielen natürlich auch Online-Angebote eine wichtige Rolle.

## ONLINE

- Social Media (Facebook, YouTube, ...)
- Google-Suche
- Karriere-Seiten des Unternehmens
- Jobbörsen

---

## VIA SOCIAL MEDIA

### Fünf Tipps, wie Sie die Generationen Y und Z in Sozialen Netzwerken erreichen:

1

Kommunikation auf Augenhöhe, das „Social-Media-Du“ bietet sich an, kommt modern und locker daher.

2

Bilder sind emotional und auf dem Smartphone schnell zu erfassen.

3

Storytelling ist nicht nur ein Stilmittel, sondern auch eine Art, Inhalte in Geschichten zu verpacken, die dann später viral im Netz werden können.

4

Video ist das Mittel, um einen Blick hinter die Kulissen zu bieten. Gerade die Generationen Y und Z würden lieber Videos gucken, als vor Ort einen Besichtigungstermin eines Unternehmens wahrzunehmen.

5

In der Kürze liegt die Würze: Ein Posting bei Facebook sollte die Teaser-Länge von drei bis vier Sätzen mit Hashtag und Link nicht überschreiten.

## Social Ads

Gute Erfahrungen machen viele Unternehmen mit Online-Anzeigen, sogenannten Social Ads. Zielgruppengerecht und passgenau können Kandidaten auf dem Smartphone auf das passende Jobangebot hingewiesen werden.

Ihre Anzeige im Internet, auf welchen Plattformen auch immer, sollte so unverwechselbar sein, wie Ihr Unternehmen selbst. Was sind die Unternehmenswerte? Wie sieht die Unternehmenskultur aus? Und wie unterscheidet sich Ihr Unternehmen von anderen?

Wenn Sie flexible Arbeitszeiten anbieten, schreiben Sie dies in die Anzeige. Genauso wenn es bei Ihnen einen Fitnessraum, eine Kantine oder andere soziale Angebote gibt. Bleiben Sie aber authentisch und arbeiten Sie Ihre individuellen Stärken als Arbeitgeber heraus. Zielgruppen sollten am richtigen Ort, zur richtigen Zeit, mit den richtigen Formulierungen angesprochen werden. Inhalte, die in emotionalen Geschichten präsentiert werden, kommen nicht nur besser an, sondern bleiben viel besser im Gedächtnis (Storytelling). Wenn Sie genau wissen, was Ihr Unternehmen ausmacht und wie Ihre Zielgruppe tickt, werden Sie die größte Reichweite im Social Web erzielen und die passenden Kandidaten finden.



Falls Sie dieses Thema interessiert und Sie weitere Informationen und Praxistipps brauchen, schauen Sie sich auch das iGZ-Seminar „Vom Like zum viralen Hit – was Personaldienstleister in Sachen E-Recruiting in der Social Media-Kommunikation lernen können“ von Kristin Mattheis, Fachbereich Kommunikation, an.

[ig-zeitarbeit.de/bildung/seminare](https://www.ig-zeitarbeit.de/bildung/seminare)



**!** Jeder Personaldienstleister, der Social Media-Kommunikation betreibt, sollte schnell reagieren, wenn Fragen oder Kommentare der Nutzer kommen. Außerdem sind entsprechende personelle Ressourcen nötig, um mehrmals wöchentlich neuen Content zu liefern und auch nach Feierabend und am Wochenende auf Nutzeranliegen einzugehen.

---

## DATENSCHUTZ

Das Thema des Social Media Recruitings ist eng verbunden mit dem Datenschutz. Seit dem die DSGVO am 25. Mai 2018 in Kraft getreten ist, herrschen viele Unklarheiten darüber, welche Auswirkungen sie auf den Recruitingprozess hat. Aus diesem Grund soll an dieser Stelle ein kurzer Einblick gegeben werden, wie Sie Ihr Recruiting außerhalb der traditionellen Wege datenschutzkonform gestalten können.



Gerade der Messenger-Dienst WhatsApp ist oft in den Medien kritisiert worden und gilt als zu unsicher für den unternehmerischen Gebrauch. Sollten Sie diese

Form der Kommunikation dennoch wählen, ist es wichtig, dass Sie hierfür ein separates Mobiltelefon verwenden, damit kein Zugriff auf Ihre anderen privaten oder auch geschäftlichen Kontakte möglich ist. Zudem sollte darauf geachtet werden, dass die Bewerber von sich aus den Kontakt auf diesem Wege aufnehmen. Bieten Sie als Unternehmen WhatsApp als einzige Möglichkeit der Kontaktaufnahme an, so müssen Sie noch einen Schritt weitergehen und schon im Vorfeld auf die oftmals sehr weitreichende Datenverarbeitung seitens WhatsApp hinweisen.

Auch die Bewerbung

**BEWERBUNG ABSCHICKEN**

via Online-Formular oder Karriere-Website ist von den Regelungen der DSGVO betroffen. Das gilt insbesondere, wenn diese Daten in einen firmeninternen Talentpool einfließen sollen. Die Einwilligung in die Verarbeitung der Bewerberdaten müssen Sie dabei explizit einholen. Um diese Einwilligung in der Praxis gewährleisten zu können, muss der Bewerber aktiv der Verarbeitung seiner Daten zustimmen. Eine Checkbox, über die die Zustimmung zur Datenschutzerklärung aktiv bestätigt werden muss, kann in der Praxis helfen, den Bewerbungsprozess datenschutzsicher zu gestalten.



Zudem müssen Sie neben der expliziten Einwilligung des Bewerbers auch beachten, dass Sie umfassende Datenschutzinformationen bereitstellen. Auf diese sollten Sie zu einem sehr frühen Zeitpunkt hinweisen und sie sollten auch für mobile Endgeräte leicht zugänglich sein. Aus diesen Datenschutzinformationen muss ersichtlich werden, wer die Daten wie lange speichert und von wem diese bearbeitet werden. Zudem müssen Sie die Möglichkeit geben, einen Widerruf aussprechen zu können.

Das Bewerben von Stellenausschreibungen auf Facebook oder anderen sozialen Plattformen, wird in der Praxis gerne genutzt, um insbesondere die jüngeren



Generationen zu erreichen. In der datenschutzrechtlichen Praxis birgt das jedoch möglicherweise Gefahren. Sie sollten insbesondere darauf achten, dass der Bewerbungsprozess nicht über diese soziale Plattform abgewickelt wird. Derzeit ist von der Nutzung von Facebook Jobs abzuraten, da das dort vorgenommene Tracking, das Speichern von Kommunikationsdaten, Interessen, Suchanfragen etc. bei Gerichten und Aufsichtsbehörden nicht unumstritten ist.



---

# Welche Fördermaßnahmen der Bundesagentur für Arbeit gibt es?

Wer kennt das nicht? Ein (potenzieller) Mitarbeiter zeigt vielversprechende Ansätze, muss aber noch entwickelt werden. Gerade bei Jugendlichen mit wenig Berufserfahrung ist dies oft zutreffend. Für diese besonderen Fälle hat die Bundesagentur für Arbeit Fördermaßnahmen/-instrumente, die es dem Unternehmen ermöglichen sollen, fachliche Defizite oder fehlende soziale Kompetenzen zu erkennen, ohne direkt die vollen finanziellen Risiken der Einstellung selbst zu tragen. Eine der wesentlichsten und am ehesten geeigneten Förderungen ist der Eingliederungszuschuss.

*„Arbeitgeber können zur Eingliederung von Arbeitnehmern, deren Vermittlung wegen in ihrer Person liegender Gründe erschwert ist, einen Zuschuss zum Arbeitsentgelt zum Ausgleich einer Minderleistung erhalten.“*

Rechtsgrundlage: §88 SGB III

Eingliederungszuschüsse sind Leistungen der aktiven Arbeitsförderung, die Arbeitgeber zusätzlich zum Arbeitsentgelt im Rahmen der Einstellung von sogenannten schwer vermittelbaren Arbeitslosen erhalten können.

Zu beachten ist hierbei, **dass Leistungen der aktiven Arbeitsförderung Ermessensleistungen („Kann-Leistungen“) sind.**

Das bedeutet:

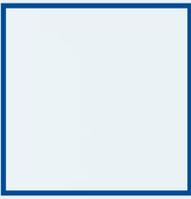
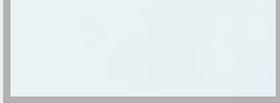
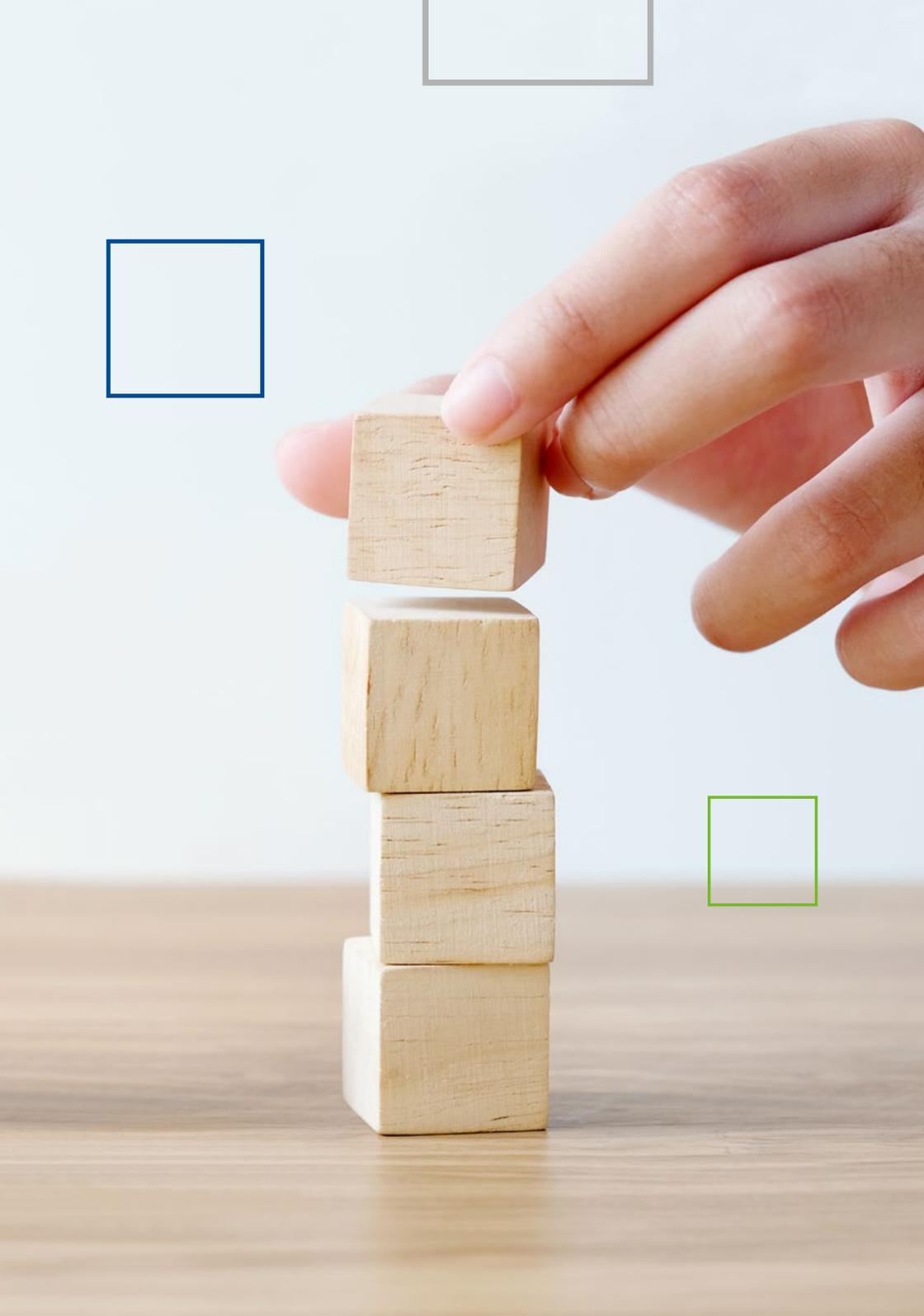
- Ein Rechtsanspruch auf Förderung besteht nicht.
- Eine Förderung erfolgt nur im Rahmen der Haushaltsmittel.
- Die Entscheidung erfolgt nach pflichtgemäßem Ermessen unter Berücksichtigung der ermessenslenkenden Weisungen.

## Was ist das Ziel?

Die Zuschüsse sollen Einschränkungen der Arbeitsleistung ausgleichen, die zum Beispiel auf Grund längerer Arbeitslosigkeit, einer Behinderung, einer geringen Qualifikation oder wegen des Alters bestehen können.

### Ihr Ansprechpartner zum Thema Fördermaßnahmen:

Clemens von Kleinsorgen  
Arbeitsmarktpolitik  
kleinsorgen@ig-zeitarbeit.de  
Tel. 0251 32262-161



---

# Das Vier-Phasen-Modell der Mitarbeiter-Akquise

Bei der Rekrutierung von Unter-25-Jährigen sind einige Besonderheiten zu berücksichtigen. Dieses Vier-Phasen-Modell gibt Hinweise, in welcher Bewerbungsphase Sie den Besonderheiten der jüngeren Generation am besten Rechnung tragen sollten. Klar ist: Die Hinweise ergeben sich auf Basis der Erkenntnisse, die auf die Mehrheit der Unter-25-Jährigen zutreffen. Natürlich können sich individuelle Unterschiede ergeben. Zu erkennen, ob man mit den hier geschilderten Maßnahmen dem tatsächlich vor einem sitzenden Bewerber gerecht wird oder nicht, bleibt ständige Aufgabe der Personaldisponenten.



---

## PHASE

# 1

### IDENTIFIKATION UND BEWERBERSUCHE

In der ersten Phase der Mitarbeiter-Akquise geht es darum, die für die zu besetzende Stelle benötigten Fähigkeiten zu identifizieren. Gerade bei jüngeren Bewerbern kann dies noch schwerpunktmäßig in Papierform stattfinden, denn die Absolvierung von Schule, Ausbildung oder Studium liegt noch nicht so lange zurück. Weitere Kompetenzen, die sich beispielsweise durch Berufserfahrung ergeben, dürften andersherum auch noch nicht in großem Maße vorliegen.

Anders verhält es sich bei Bewerbern, die über keinen Abschluss verfügen oder sich in einem ausbildungsfremden Bereich bewerben. Hier sind primär informelle Fähigkeiten und Erfahrungen aus Hobby und Ehrenamt zu berücksichtigen um abzuschätzen, ob eine inhaltliche Nähe zur ausgeschriebenen Stelle besteht oder die persönliche Eignung für die jeweilige Tätigkeit tatsächlich vorliegt.

Ein weiterer Aspekt, den Sie beachten sollten, ist die Frage, wie Sie diese Personengruppe am besten erreichen können. Haben Sie sich dazu entschieden, eine Stelle gezielt unter Jüngeren zu bewerben, müssen Sie deren Kommunikationsgewohnheiten berücksichtigen.

### Wie erreiche ich arbeitsuchende junge Erwachsene?

- Junge Menschen lesen eher keine Zeitung und sind primär online unterwegs.
- Haben Sie schon einen Social Media-Auftritt bei Facebook oder Instagram für Ihr Unternehmen? Junge Menschen informieren sich mittlerweile häufig auf diesen Plattformen über ihren zukünftigen Arbeitgeber. Darüber hinaus lassen sich zum Beispiel bei Facebook sehr zielgruppenscharfe Stellen per Anzeige schalten. ► [Seite 14](#)
- Dennoch sollten Sie auch die klassische Google-Suche nicht aus dem Blick verlieren. Auch hier gibt es Möglichkeiten, die Anzeigewahrscheinlichkeit in der Trefferansicht zu erhöhen.
- Weitere pfiffige und jugendaffine Wege sind denkbar, zum Beispiel über Postkarten, die in Szene-Gaststätten ausgelegt werden, Gutscheine für das Erstellen von Bewerbungsfotos oder Aktionen zur Schulentlassung oder den Semesterferien – je nach Ausgestaltung der Tätigkeit, für die gesucht wird.

### Wie spreche ich mit jungen Menschen?

Eines vorweg: Die Kommunikation mit jungen Menschen muss vor allen Dingen glaubwürdig sein. Anbiedernde Jugendsprache ist genauso falsch wie abgehobene Formulierungen mit möglichst vielen Fremdwörtern. Ein Beispiel: Bei Social Media-Auftritten ist das „du“ absolut angemessen – im Vorstellungsgespräch hat es eher nichts zu suchen.

Wichtig ist es, die Dinge in den Vordergrund zu stellen, die den jungen Menschen bei der Wahl ihres Jobs wichtig sind. Überraschend mag in diesem Zusammenhang sein, dass die Altersgruppe der Unter-25-Jährigen den Aspekt „sicherer Arbeitsplatz“ sehr wichtig findet. ► [Seite 7](#)

---

## PHASE 2

### KOMPETENZFESTSTELLUNG / VORSTELLUNGSGESPRÄCH

Gerade bei jüngeren Bewerbern dürften die formalen Nachweise und Zeugnisse am aussagekräftigsten sein, da seit deren Ausstellung noch nicht so viel Zeit vergangen ist. Anders verhält es sich bei Schul-, Ausbildungs- oder Studienabbrechern. Hier gilt es, aus Mangel an formalen Bildungsnachweisen die tatsächlichen Fähigkeiten zu ermitteln. Diese gilt es in einem persönlichen Gespräch, für das dann aber mehr Zeit eingeplant werden muss, abzuklopfen. Sie sollten auch berücksichtigen, dass die Meinung der Eltern wieder verstärkt bedacht wird. Insofern sind geeignete Maßnahmen zu überlegen, wie Sie die Eltern im Bewerbungsfalle mit überzeugen können.



► Seite 8 | Bedeutung der Eltern

PHASE  
3

**MATCHING / STELLENBESETZUNG**

Zu beurteilen ist bei der Besetzung auf eine konkrete Stelle nicht nur die fachliche Kompetenz, sondern auch die soziale Reife der Bewerber. Gerade bei jüngeren Menschen können Differenzen zwischen der nötigen Souveränität oder Sicherheit, die für eine Stelle benötigt werden, und den vorhandenen Fähigkeiten auseinander gehen.

Nicht selten geht es jüngeren Menschen darum, im Zuge einer Tätigkeit bei einem Personaldienstleister verschiedene Unternehmen und Tätigkeiten kennenzulernen, Erfahrungen in kurzer Zeit zu sammeln oder sich – statt eines Bewerbungsverfahrens – auf diese Weise bei Unternehmen für eine Anstellung zu beweisen. Diese Dinge gilt es, mit dem Kundeninteresse eines möglicherweise längerfristigen Einsatzes abzuwägen.

Häufig bringen jüngere Menschen von ihrer Grundkonstitution in der Regel eine höhere körperliche Belastbarkeit, zeitliche Flexibilität und Affinität zu digitalen Themen mit sich. Auch hier gilt es, die im Vorstellungsgespräch gewonnenen Erkenntnisse bestmöglich auf die Kundeninteressen hin anzugleichen.

PHASE  
4

**BETREUUNG IM EINSATZ / MITARBEITERBINDUNG**

Junge Menschen, die am Anfang ihrer Beschäftigungskarriere stehen, benötigen während des Einsatzes unter Umständen eine intensivere Betreuung. Sie als Personaldisponent müssen hier unter anderem eine elterliche Rolle einnehmen und zumindest zu Beginn die Möglichkeit zu einem kontinuierlichen Kontakt einräumen.

Gerade bei jüngeren Menschen sollten Sie auch den gegebenenfalls vorhandenen Wunsch auf persönliche Weiterentwicklung nicht aus den Augen verlieren. Mit dem vom iGZ entwickelten Modell „Personalentwicklung in der Zeitarbeit“ (ProPeZ) finden Sie Hilfestellung bei der systematischen Personalentwicklung in Zeitarbeitsunternehmen.



► [www.igz-propez.de](http://www.igz-propez.de)

---

## Ihre Ansprechpartner



**Katharina Leusing**

Branchen- und  
Marktanalysen

leusing@ig-zeitarbeit.de  
Tel. 0251 32262-159

**Cristina Justus**

Wissenschaftskontakte/  
Digitalisierung

justus@ig-zeitarbeit.de  
Tel. 0251 32262-174

**Clemens von Kleinsorgen**

Arbeitsmarktpolitik

kleinsorgen@ig-zeitarbeit.de  
Tel. 0251 32262-161



**Interessenverband Deutscher  
Zeitarbeitsunternehmen e.V.**



**iGZ-Bundesgeschäftsstelle**

PortAL10 | Albersloher Weg 10 | 48155 Münster  
Telefon 0251 32262-0 | Fax 0251 32262-100

**iGZ-Hauptstadtbüro**

Schumannstr. 17 | 10117 Berlin  
Telefon 030 280459-88 | Fax 030 280459-90

[info@ig-zeitarbeit.de](mailto:info@ig-zeitarbeit.de) | [www.ig-zeitarbeit.de](http://www.ig-zeitarbeit.de)