



Der Gen Z-Blueprint für die Arbeitswelt  
schnell.  
beweglich.  
zukunftsorientiert.



randstad

partner for talent.

# Inhalt.

- 3 Übersicht.
- 6 Realitätscheck: Selbstzweifel und Wandel im Arbeitsmarkt.
- 11 Komplexes Verhältnis zu Technologie und KI.
- 16 Was die Gen Z antreibt: langfristige Pläne, kurze Beschäftigungen.
- 20 Fazit und Empfehlungen:  
Ambitionen der Gen Z gezielt nutzen.

# Übersicht.

Die Gen Z ist ambitioniert und fähig – fasst aber nur schwer Fuß. Sie tritt in eine Arbeitswelt im Umbruch ein: Trotz zunehmendem Fachkräftemangel zeigt sich ein stetiger Rückgang von Einstiegspositionen über alle Branchen hinweg. Hoher Wettbewerbsdruck, rasanter technologischer Wandel und unsichere Perspektiven erschweren den Start ins Berufsleben.

Der Einsatz von KI im Arbeitsleben verschärft diese Lage zusätzlich, indem sie viele Aufgaben automatisiert, die sonst von Junior-Rollen übernommen wurden. Seit Januar 2024 sind Stellenanzeigen für Berufseinsteiger:innen um 29 % zurückgegangen; entsprechend wächst bei der Gen Z die Sorge vor den Auswirkungen von KI auf ihre berufliche Zukunft. Gleichzeitig sehen viele darin auch Chancen.

Dieses komplexe Umfeld erzeugt ein zentrales Paradox: Auf Basis einer Befragung von 11.250 Personen und der Auswertung von 91,5 Millionen Stellenanzeigen weltweit zeigt sich das Bild einer Generation, die zugleich entschlossen und orientierungslos ist.

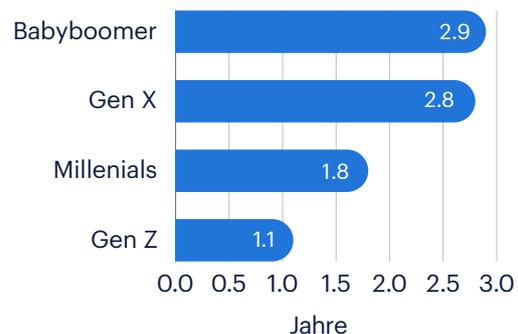
Junge Menschen streben nach sinnstiftenden Karrieren und richten den Blick klar auf ihre langfristigen Ziele – doch es fehlt ihnen an Sicherheit im Umgang mit der neuen Arbeitswelt. Viele fühlen sich unzureichend vorbereitet und unterstützt und machen deshalb Abstriche beim Traumjob.

Die Folge: Die Verweildauer sinkt. Die Gen Z wechselt heute schneller den Job als jede Generation zuvor. Arbeitgeber mögen darin fehlende Loyalität sehen; vieles spricht jedoch für eine Reaktion auf unerfüllte Erwartungen und einen ausgeprägten Wunsch nach Entwicklung.

Einstiegspositionen sind seit Januar 2024 um 29 Prozentpunkte zurückgegangen.



Durchschnittliche Verweildauer in den ersten fünf Berufsjahren.



\*Daten angegeben als Prozentsatz der Basis-Stellenanzeigen nach Erfahrungsniveau, wobei Januar 2024 = 100 % entspricht. Basierend auf einer Analyse von über 126 Millionen Stellenanzeigen weltweit.

So entsteht eine besondere Haltung: Die Gen Z ist selbstbewusst und hochmotiviert sich einzuarbeiten – wechselt aber schnell, wenn Wachstum ausbleibt.

Entsprechend fühlt sie sich zu wachstumsstarken Branchen wie IT, Gesundheitswesen und Finanzdienstleistungen hingezogen und versucht, die eigenen Ambitionen mit der rasanten Expansion dieser Branchen in Einklang zu bringen.

### Eine von KI geprägte Generation

Die Gen Z tritt in den Arbeitsmarkt ein, während KI die Einstiegsphase grundlegend verändert. Einstiegsrollen wandeln sich rasant. Von jungen Beschäftigten wird erwartet, die prägenden Tools schon zu beherrschen.

Gleichzeitig deutet die Gen Z die Verbindung von Arbeit und Leben neu: Viele verfolgen Nebenjobs – aus ideologischen Gründen (Sinnsuche), für mehr Flexibilität oder aus finanziellen Gründen.

Trotz Bedenken hinsichtlich Chancengerechtigkeit und langfristiger Stabilität blickt sie positiv auf das Produktivitätspotenzial von KI.

Für Arbeitgeber in einer Welt knapper Talente gilt: Gen Z ist kein Problemfall. In einer Arbeitswelt, die von KI und Ambition neu definiert wird, liefert sie einen Blueprint dafür, wie Arbeit zukünftig aussehen kann.

Fazit für Arbeitgeber: Die Gen Z will wachsen und sich anpassen – braucht dafür aber Unterstützung, die leicht zugänglich, inklusiv und an ihren Zielen ausgerichtet ist.

### Zwischen Optimismus und Sorge

Die Gen Z glaubt an ihre Fähigkeiten – 79 % sagen, sie lernen neue Skills schnell –, doch gleichzeitig berichtet fast die Hälfte, bereits wegen fehlender Kompetenzen für Rollen abgelehnt worden zu sein.

41 % glauben, ihren Traumjob wegen (fehlender) Ausbildung nicht zu erreichen; 40 % sehen ihren persönlichen Hintergrund (z. B. demografische Merkmale, familiäre Umstände) als Hürde.

Obwohl der Gen Z Karrierewachstum wichtig ist, sehen sie häufig nicht den Zusammenhang mit kontinuierlicher Kompetenzentwicklung: Nur 12 % sehen diese als Top-Priorität – Arbeitgeber sollten also den Nutzen von Weiterbildung für den Langzeiterfolg klar benennen.

Die Gen Z ist KI-begeistert: 58 % freuen sich über KI am Arbeitsplatz, 55 % nutzen sie bereits zur Problemlösung – Spitzenwert über alle Generationen hinweg.

Hinter der Begeisterung zeigt sich jedoch eine wachsende Chancenlücke in der KI-Schulung, u. a. ein Gender-Gap: 58 % der Männer vs. 52% der Frauen nutzen KI zur Problemlösung im Job. Zugleich steigen die Sorgen um die langfristigen Auswirkungen der Technologie: 46 % machen sich inzwischen Sorgen um ihren Job (nach 40 % im Randstad AI & Equity Report 2024).



85 % der Gen Z berücksichtigen bei der Bewertung einer neuen Stelle oft oder immer ihre langfristigen Karriereziele



79 % der Gen Z lernen nach eigenen Angaben neue Fähigkeiten schnell

## Zwischen Ambition und Unsicherheit

Gen Z startet mit Weitblick in den Arbeitsmarkt. Sie ist die Generation, die bei einer neuen Stelle am ehesten ihre langfristigen Karriereziele berücksichtigt. Unter denen, die im letzten Jahr den Job gewechselt haben, nennt vor allem die Gen Z fehlende Aufstiegsmöglichkeiten als Kündigungsgrund.

Diese Zukunftsorientierung geht mit hoher Mobilität einher. Über die Hälfte dieser Altersgruppe sucht aktiv einen neuen Job, nur rund ein Drittel plant, 12 Monate beim aktuellen Arbeitgeber zu bleiben. Ihre durchschnittliche Verweildauer liegt in den ersten fünf Berufsjahren bei nur 1,1 Jahren (zum Vergleich: Millennials: 1,8; Gen X: 2,8; Babyboomer 2,9).

Der Wunsch nach Jobwechseln wird vor allem durch fehlende Entwicklungsperspektiven und den pragmatischen Bedarf an besserer, der Inflation angepasster Bezahlung getrieben – das geht so weit, dass viele bei persönlichen Werten Abstriche machen, wenn eine Stelle finanzielle Sicherheit bietet. Entsprechend selten sagt die Gen Z, dass ihr Job ihrem Traumjob entspricht (56 % vs. 63 % bei den Babyboomern).

Aber: Obwohl sie sich nach alternativen Jobs umsehen, wollen 68 % der Gen Z ihre derzeitigen Aufgaben effektiv erfüllen. Unternehmen sollten das erkennen und damit arbeiten – u. a. durch Gespräche, die Mitarbeitendenbindung fördern.

Trotz der Wechselbereitschaft zeigt die Gen Z ausgeprägte Selbstzweifel. 2 von 5 geben an, nicht genug Vertrauen zu haben, einen anderen Job zu finden.

## Mit den Paradoxien der Gen Z umgehen

Für Arbeitgeber und junge Talente gilt: Den Umgang mit diesen Paradoxien zu lernen, ist Schlüssel zum Erfolg. In einem anspruchsvollen Markt erfordert das neue Strategien, um diese Generation zu gewinnen und zu halten.

Arbeitgeber sollten in klare Karrierepfade, modernisierte Lern- und Entwicklungsangebote und eine gerechte, vertrauensstärkende Kultur investieren – so entsteht eine neue Generation produktiver, innovativer Führungskräfte.

Talente sollten ihre relevanten Skills strategisch aufbauen und sichtbar machen – als Basis für eine Partnerschaft auf Augenhöhe und Wachstum auf beiden Seiten.

„Die Gen Z ist in eine Arbeitswelt im tiefgreifenden Wandel eingetreten. Zwar ist sie von ihren Fähigkeiten überzeugt und blickt ambitioniert in die Zukunft, zugleich sieht sie sich technologischen Umbrüchen und wirtschaftlicher Unsicherheit gegenüber. Angesichts des Fachkräftemangels müssen Arbeitgeber Maßnahmen ergreifen, um junge Talente effektiver zu gewinnen und zu binden. Das heißt: einen kooperativen Ansatz wählen und gemeinsam mit dieser Generation inspirierende Karrierepfade entwickeln.“

Sander van 't Noordende,  
CEO, Randstad





Realitätscheck

# Selbstzweifel und Wandel im Arbeitsmarkt.

Die Gen Z ist klar auf ihren Karriereweg fokussiert. Gleichzeitig – während es immer weniger Einstiegspositionen gibt – zweifelt sie häufiger als ältere Generationen an ihren Fähigkeiten und Perspektiven. Arbeitgeber sollten diese Bedenken ernstnehmen und ihre Angebote entsprechend anpassen, um Talente dieser Generation besser zu gewinnen und zu binden.

Da KI und digitale Automatisierung viele klassische Junior-Tätigkeiten übernehmen, muss die Art der Einstiegsposition neu definiert werden.

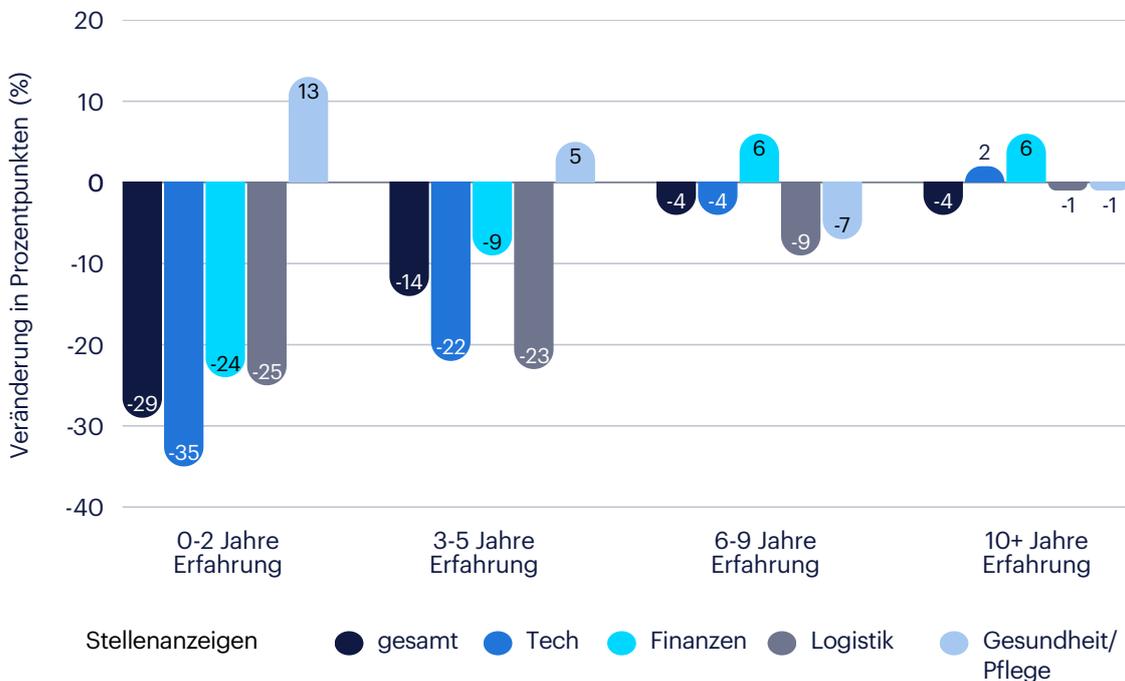
Eine Auswertung globaler Stellenanzeigen zeigt: Ausschreibungen für Einstiegspositionen (0–2 Jahre Berufserfahrung) sind seit Januar 2024 um 29 Prozentpunkte zurückgegangen.

Für Talente ist das eine Chance, ihre digitalen Kompetenzen einzubringen, um die Produktivität im Unternehmen zu steigern und – wo solche Möglichkeiten geboten werden – ihre Karriereaussichten zu verbessern. Arbeitgeber sollten besonders Onboarding und Entwicklung zukünftiger Führungskräfte neu denken.

Umgekehrt ist die Nachfrage nach Talenten mit mindestens sechs Jahren Berufserfahrung deutlich weniger betroffen; in einigen Branchen steigt die Nachfrage nach Senior-Positionen sogar. Dieser Trend dürfte zumindest teilweise durch die zunehmende Automatisierung (KI und andere Technologien) getrieben sein.

### Wo sind die Jobs? Trend-Veränderungen bei Einstellungen nach Berufserfahrung und Branchen

Entwicklung der Stellenanzeigen nach Erfahrung und Branchen, Januar 2024–Juli 2025



## Einstiegspositionen gehen zurück

Vor allem ist dieser Rückgang auch in den beiden bevorzugten Sektoren der Gen Z – Technologie und Finanzen – zu beobachten.

In der Technologie sanken Junior-Stellen um 35 %; zugleich zeigt sich ein Nachfrageunterschied von 37 % zwischen Junior- und Senior-Rollen.

Besonders komplexe Tätigkeiten – etwa im Bereich Machine Learning – bieten bislang kaum Einstiegschancen.

Im Finanzsektor verringerte sich der Anteil der Einstiegspositionen um 24 Prozentpunkte, bei einer 30 % großen Junior-Senior-Lücke. Die größte Differenz zeigt sich zwischen den jüngsten und den erfahrensten Risikoprüfer:innen: 97 %. Auch der Logistiksektor verzeichnet eine deutliche Erosion – sie betrifft teils sogar erfahrenere Fachkräfte.

Das Gesundheitswesen hingegen bildet eine Ausnahme: Hier stiegen die Ausschreibungen für Einstiegspositionen um 13 Prozentpunkte. Das spiegelt den dringenden Bedarf wider, patienten-nahe Jobs auf allen Ebenen in Pflege- und technischen Berufen (z. B. Pflegekräfte, Medizinische Fachangestellte, Radiologie-Techniker:innen) zu besetzen. Bei der Rekrutierung von Ärzt:innen wird häufig höhere Seniorität bevorzugt.

Außerhalb des Gesundheitswesens gilt: Da es heute weniger Einarbeitungs-Rollen gibt als noch für frühere Generationen, sollten Arbeitgeber neu denken, wie sie Potenzial sichten und fördern.

Die Gen Z bringt starke digitale Instinkte, Offenheit für KI und ausgeprägte Weiterentwicklungsbereitschaft mit – darauf können Arbeitgeber aufbauen. Erfolg hängt von effizientem Onboarding, gezieltem Kompetenzaufbau und klaren Karrierewegen ab, die frühe Produktivität ermöglichen und zugleich langfristiges Wachstum unterstützen.

## Die Selbstzweifel bleiben bestehen

Die Daten zeigen, dass die Gen Z in einem angespannten Arbeitsmarkt spürbare Bedenken hegt, neue Chancen aktiv zu verfolgen. 41 % sagen, sie seien nicht zuversichtlich, einen anderen Job zu finden – der höchste Anteil unter allen befragten Generationen. Diese Sorgen gehen über den Rückgang von Einstiegsstellen hinaus.

In ähnlicher Größenordnung erleben viele ihre persönliche Situation als Hürde auf dem Weg zur Wunschkarriere. Konkret geben zwei von fünf an, dass ihre (fehlende) Ausbildung sie daran hindere, ihre Traumstelle zu erreichen – deutlich häufiger als in älteren Generationen.

40 % sehen ihren persönlichen Hintergrund (z. B. Demografie, familiäre Umstände) als Bremse – fast doppelt so viele wie bei den Babyboomern (24 %). Dieser Befund tritt bei Männern der Gen Z häufiger auf (43 %) als bei Frauen (38 %).

Wichtig für Arbeitgeber: Selbstzweifel und hohe Mobilität schließen sich nicht gegenseitig aus, sondern bestehen nebeneinander. Die langfristige Karriereambition überwiegt oft die Zurückhaltung – selbst bei wenig Vertrauen wechseln junge Talente, wenn sie zu wenig Perspektive in ihrem aktuellen Umfeld sehen.

Zwar wächst das Selbstvertrauen mit Alter und Erfahrung, doch angesichts zunehmenden Fachkräftemangels sind Organisationen gefordert, faire, inklusive Arbeitsumgebungen, passgenaue Lern- und Entwicklungsangebote sowie klare Karrierepfade zu schaffen. So fühlen sich junge Talente unabhängig von ihrem Hintergrund in der Lage, erfolgreich zu sein – die Grundlage für eine nachhaltige Talent-Strategie in Unternehmen.

### Ich bin nicht zuversichtlich, dass ich einen neuen Job finde



Gen Z



Millennials



Gen X



Babyboomer

### Mehr Kompromisse, weniger Bindung.

Die Jobentscheidungen der Gen Z sind häufig von Kompromissen geprägt. Fast die Hälfte (44 %) sagt, dass die aktuelle Stelle nicht zur Traumkarriere passt – der höchste Wert unter allen Generationen.

Mehr als ein Drittel (37 %) bereut bereits ihre Branchenwahl. Finanzieller Druck und begrenzte Einstiegsoptionen dürften sie dazu bewegen, Stellen anzunehmen, die sich nicht vollständig mit ihren Zielen decken.

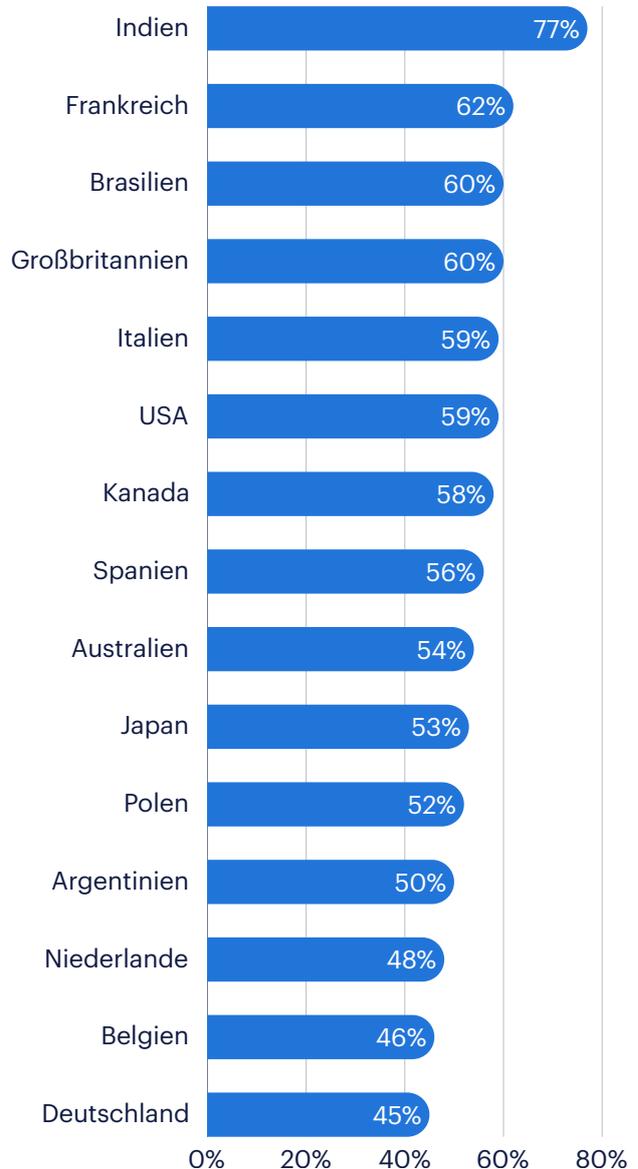
Diese Kompromissbereitschaft zeigt sich auch beim Thema Werte: Drei von fünf Gen Z-Beschäftigten würden eine Stelle annehmen, die nicht mit ihren persönlichen Werten übereinstimmt, wenn Vergütung und Benefits stimmen – deutlich mehr als bei den Babyboomern (49 %).

Trotz dieser Kompromisse liefert die Gen Z weiter: 68 % sagen, sie arbeiten effizient. Bei der Motivation sieht es allerdings anders aus: Nur 64 % fühlen sich voll engagiert, 54 % suchen regelmäßig nach neuen Stellen.

Dieser Mix aus Ehrgeiz, fehlender Passung und kurzfristigem Denken verändert das Bild von Loyalität. Die Gen Z mag auf dem Papier gute Leistungen erbringen, aber viele planen bereits ihren Ausstieg.

Für Arbeitgeber bedeutet das: Klassische Warnzeichen sinkender Bindung greifen nicht mehr zuverlässig – und die Bindung von Spitzenkräften erfordert klarere, schnellere Karrierewege, die nicht nur auf die Leistung, sondern auch auf persönliche Ziele abgestimmt sind.

Anteil der Gen Z, deren aktueller Job zur Traumkarriere passt (nach Ländern)



### Der Aufstieg der Nebenjobs

Der Mangel an Einstiegspositionen dürfte mit erklären, warum die Gen Z seltener in einer klassischen einzigen Vollzeitstelle arbeitet als der globale Durchschnitt (45 % vs. 51 %) – und deutlich seltener als Gen X (61 %) und Millennials (60 %). Dieser Trend zeigt sich in allen von uns befragten Ländern.

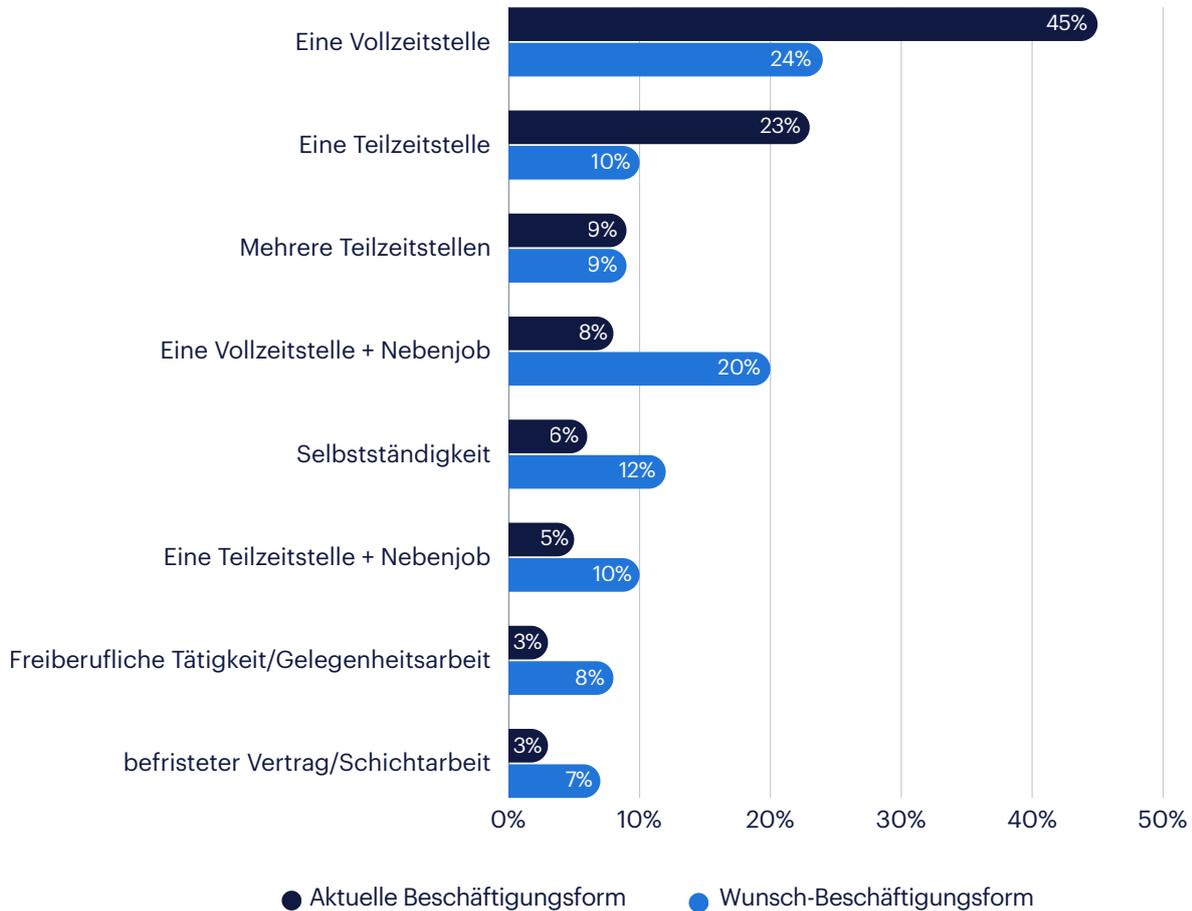
Gleichzeitig geben 24 % der Gen Z an, dass eine Vollzeitstelle weiterhin ihr Ziel ist – allerdings liegt dieser Anteil klar unter dem der älteren Generationen.

Unter den vollzeitbeschäftigten Gen Z-Talenten würden 31 % lieber eine Vollzeitstelle mit einem Nebenjob (Side Hustle) kombinieren – etwa Nachhilfe, Tätigkeiten in der Gastronomie oder Online-Verkäufe. Nur 22 % wünschen sich perspektivisch eine traditionelle Vollzeitstelle ohne Zusatzjob.

Diese Entscheidungen werden vermutlich durch finanziellen Druck oder persönliche Ambitionen getrieben, die sich im aktuellen Job nicht verwirklichen lassen. Für Arbeitgeber unterstreicht das die Notwendigkeit, neue, klarere und attraktivere Karrierepfade sowie Entwicklungsangebote zu schaffen, die an den langfristigen Motivatoren der Gen Z ausgerichtet sind.

Talentstrategien entsprechend neu auszurichten ist zentral, um eine nachhaltige Talent-Pipeline für die Zukunft aufzubauen.

### Aktuelle Beschäftigungsform der Gen Z vs. bevorzugte Beschäftigungsart der Gen Z





# Komplexes Verhältnis zu Technologie und KI.

## Trotz zukunftsorientierter Karriereplanung und Sorgen um Jobchancen ist das Verhältnis der Gen Z zu Technologie und KI komplex. Für eine Generation, die beim Einstieg in die Arbeitswelt durch KI zusätzlichen Rückenwind bekommen könnte, mischt sich die Begeisterung für die Technologie mit Bedenken über ihre Auswirkungen.

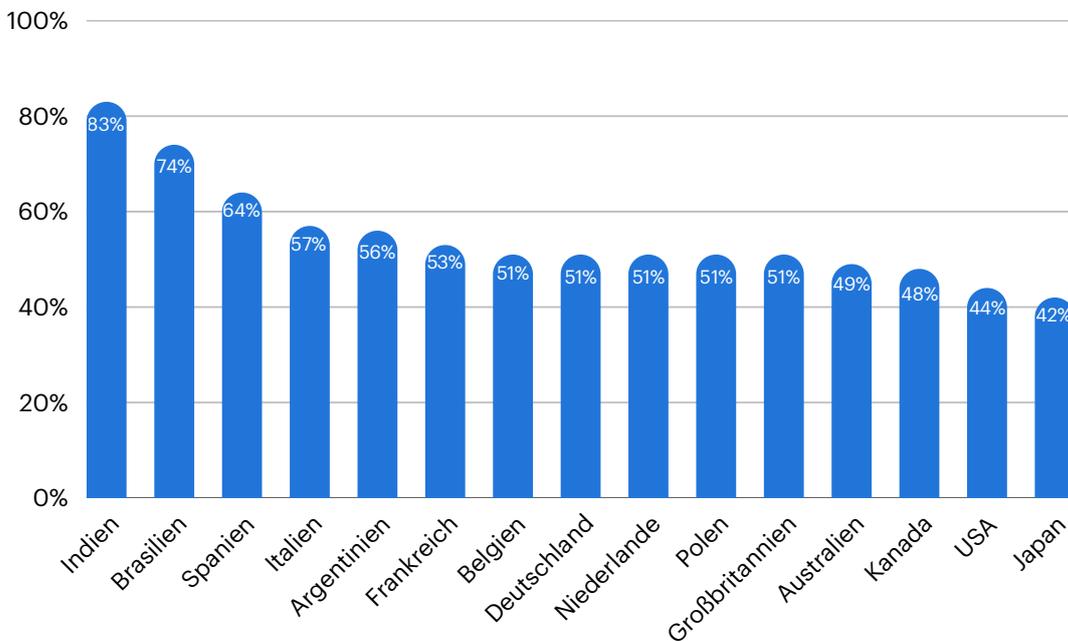
Die Gen Z nutzt und erlernt KI ausgesprochen aktiv. Mehr als die Hälfte setzt KI bereits zur Problemlösung im Arbeitsalltag ein (55 %) – deutlich über dem globalen Durchschnitt und Spitzenwert unter allen Generationen. Gegenüber dem AI & Equity Report 2024 ist das ein klarer Sprung: Damals gaben erst 48 % an, KI im Job zu nutzen.

Auch die Begeisterung für das Potenzial ist ausgeprägt (58 %) – nur knapp hinter den Millennials (60 %), aber vor Gen X (52 %) und Babyboomern (46 %).

Viele Fachkräfte nutzen inzwischen KI aktiv in der Jobsuche – etwa zum Formulieren von Bewerbungen oder zur Vorbereitung auf Interviews. Gen Z steht dabei an der Spitze: 50 % setzen KI auf diese Weise ein.

White Collar-Talente (Büro- und Wissensberufe) greifen bei der Suche nach neuen Stellen deutlich häufiger zur Technologie (57 %) als gewerblich-technische und dienstleistungsnahe Berufsgruppen (45 %).

Prozentsatz der Gen Z, die KI zur Problemlösung am Arbeitsplatz nutzt



### Versierte KI-Nutzer:innen

Jüngere Beschäftigte werden zudem häufiger in KI geschult als der globale Durchschnitt (42 % vs. 37 %) – gleichauf mit den Millennials.

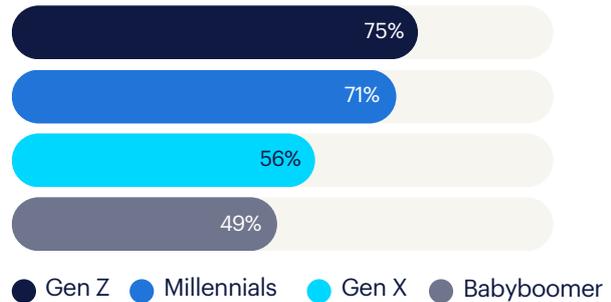
KI-Tools sind für 75 % der Befragten eine beliebte Lernform – neben Training „on the Job“ (87 %), Lernen von Kolleg:innen (83 %), Online-Kursen (80 %) und Videoplattformen (70 %).

Auch hier nutzen White-Collar-Beschäftigte die Technologie zur Weiterbildung deutlich häufiger (82 %) als gewerblich-technische und dienstleistungsnahe Berufsgruppen (70 %).

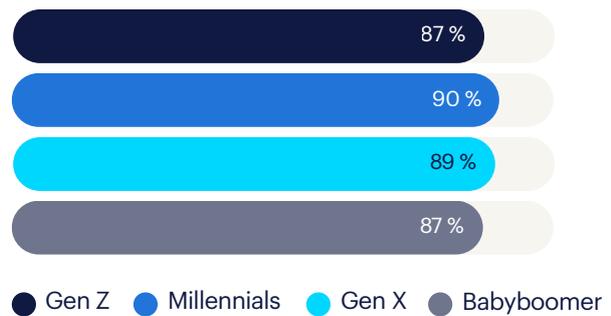
Die Technologie- und KI-Affinität der Gen Z positioniert sie gut, um dem wachsenden Marktbedarf an Tech- und Datenkompetenzen zu begegnen.

Die Befragung zeigt bei der Gen Z eine hohe Verbreitung gefragter Skills wie Datenanalyse, KI & Big Data und Programmierung.

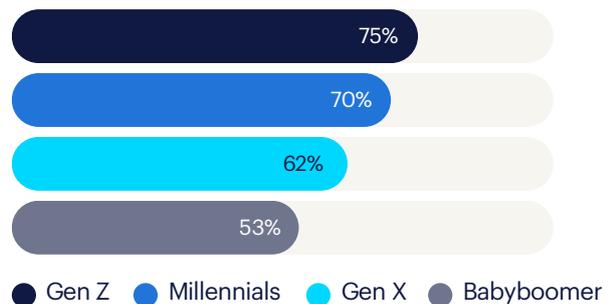
### Ich lerne mit Hilfe von KI-Tools



### Ich lerne durch Training „on the Job“



### Ich lerne über Kurzvideo-Plattformen



## KI: Chance für mehr Gleichberechtigung

Die Gen Z tritt schnell, anpassungsfähig und technikversiert auf – und erwartet, dass Lernen in den Arbeitsablauf eingebettet ist und durch moderne Tools unterstützt wird. Diese technische Kompetenz ist jedoch nicht überall gegeben: Unsere Daten zeigen Unterschiede zwischen den Geschlechtern und verschiedenen Berufsgruppen auf.

Entlang zweier Linien werden Lücken sichtbar. Erstens nach Beschäftigungsform – Büro- und Wissensberufe (White Collar) stehen KI deutlich aufgeschlossener gegenüber (66 %) als gewerblich-technische (Blue Collar) und dienstleistungsnahe Berufsgruppen (Gray Collar) mit 52 %.

Zweitens zeigt sich eine Geschlechterdifferenz. Männer (61 %) äußern mehr Begeisterung für die Technologie als Frauen (56 %).

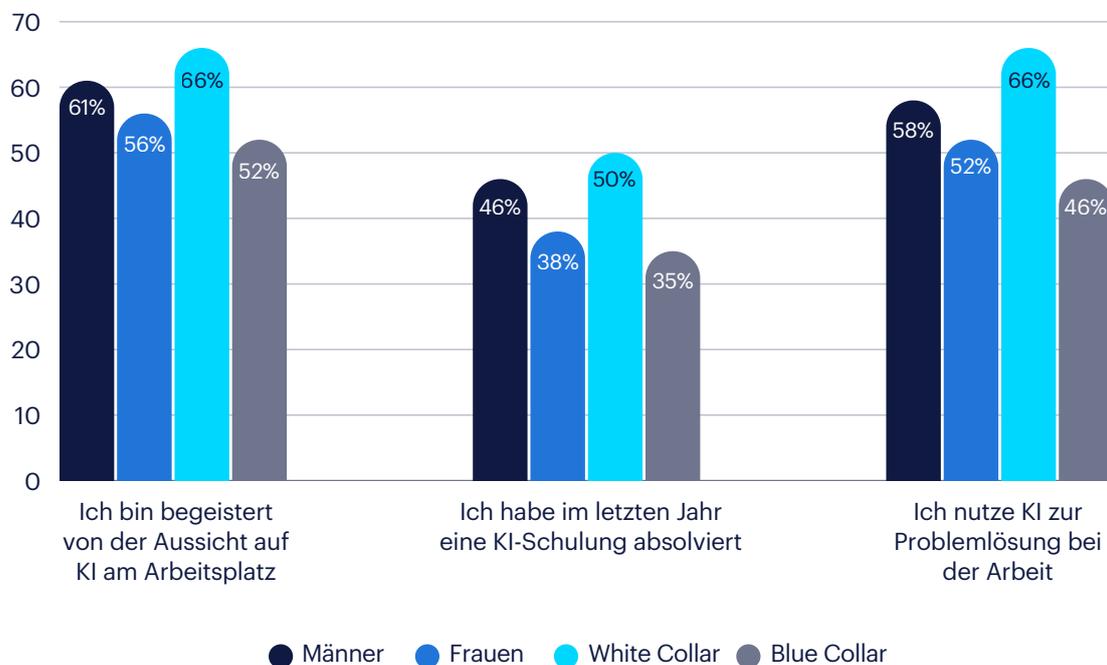
Dies könnte damit zu tun haben, dass diese Gruppen unteerscheidlich viel mit KI zu tun haben.

Talente der Gen Z in Büro- und Wissensberufen nutzen am Arbeitsplatz häufiger KI (66 %) als ihre Kolleg:innen in operativen Rollen (46 %). Ebenso zeigt sich eine Nutzungslücke zwischen den Geschlechtern: Männer (58 %) setzen die Technologie öfter ein als Frauen (52 %).

Das gleiche Muster gilt für formale Weiterbildung. Talente in Büro- und Wissensberufen wurden deutlich häufiger in KI geschult (50 %) als ihre Kolleg:innen außerhalb des Büros (35 %). Auch hier berichten Frauen (38 %) seltener von KI-Weiterbildung als Männer (46 %).

Die Lücke zwischen hohem Lernvertrauen und dem gemeldeten ungleichen Zugang zu KI-Weiterbildung zu schließen, ist eine zentrale Aufgabe. Kompetenzprofile zukunftsfest zu machen, ist entscheidend – sowohl für Gen Z-Talente, die ihre Karriere voranbringen wollen, als auch für Arbeitgeber, die einem kleineren Talentpool gegenüberstehen. Um die Chancengerechtigkeit bei Skills zu verbessern, braucht es inklusivere Weiterbildungsstrategien seitens der Arbeitgeber.

Generation Z und KI über Geschlechter und Berufe hinweg



## Selbstvertrauen vs. Karriereprioritäten

Die Gen Z ist sich sehr sicher, jobrelevante Fähigkeiten lernen zu können (79 %) - wird jedoch häufiger als jede andere Generation wegen fehlender Kompetenzen abgelehnt.

Trotz ihrer hohen digitalen Kompetenz sorgen sich 46 % um die Auswirkungen von KI auf ihre Karriere – ein Anstieg gegenüber 40 % im Vorjahr. Unter der Oberfläche wächst also eine spürbare Verunsicherung.

Die Diskrepanz zwischen Selbstvertrauen und Ergebnissen beeinflusst offenbar auch, welche Faktoren für die Gen Z zählen, wenn es darum geht, bei einem Arbeitgeber zu bleiben.

Ganz oben stehen Flexibilität, Chancengerechtigkeit und mentale Gesundheit. Karriereentwicklung ist deshalb nicht unwichtig – sie muss relevant sein und klar mit Fortschritt verknüpft werden. Nur 12 % nannten Weiterbildung als Top-Faktor – ein deutlicher Hinweis, Lernen als Treiber von Entwicklung - und nicht nur als Benefit - neu zu positionieren.

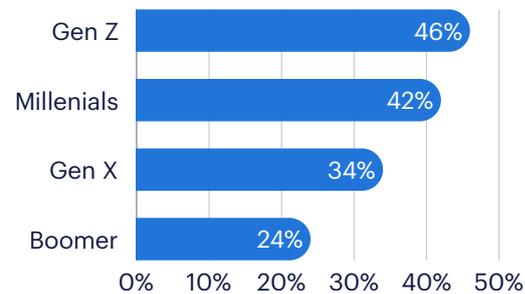
Auch Herausforderungen treffen die Gen Z nicht gleichmäßig: Absagen wegen fehlender Skills betreffen Büro- und Wissensberufe wie auch gewerblich-technische und dienstleistungsnahe Berufe in ähnlicher Größenordnung (47 % bzw. 45 %). Männer melden dies häufiger als Frauen (42 % vs. 35 %).

Die Gen Z fühlt sich bereit zu wachsen – bekommt aber oft nicht die Chance dazu.

## Das Spannungsfeld der KI nutzen

Dieses Zusammenspiel aus Sorge, Selbstvertrauen und Karriereprioritäten verlangt einen strategischen Kurswechsel bei Arbeitgebern. Statt generischer Trainings, die die Gen Z niedriger priorisiert, sollten Führungskräfte ein Entwicklungssystem schaffen, das ihrer Motivation entspricht und fehlende Erfahrung kompensiert.

Ich wurde für eine Stelle abgelehnt, weil ich nicht über die erforderlichen Kompetenzen verfügte.

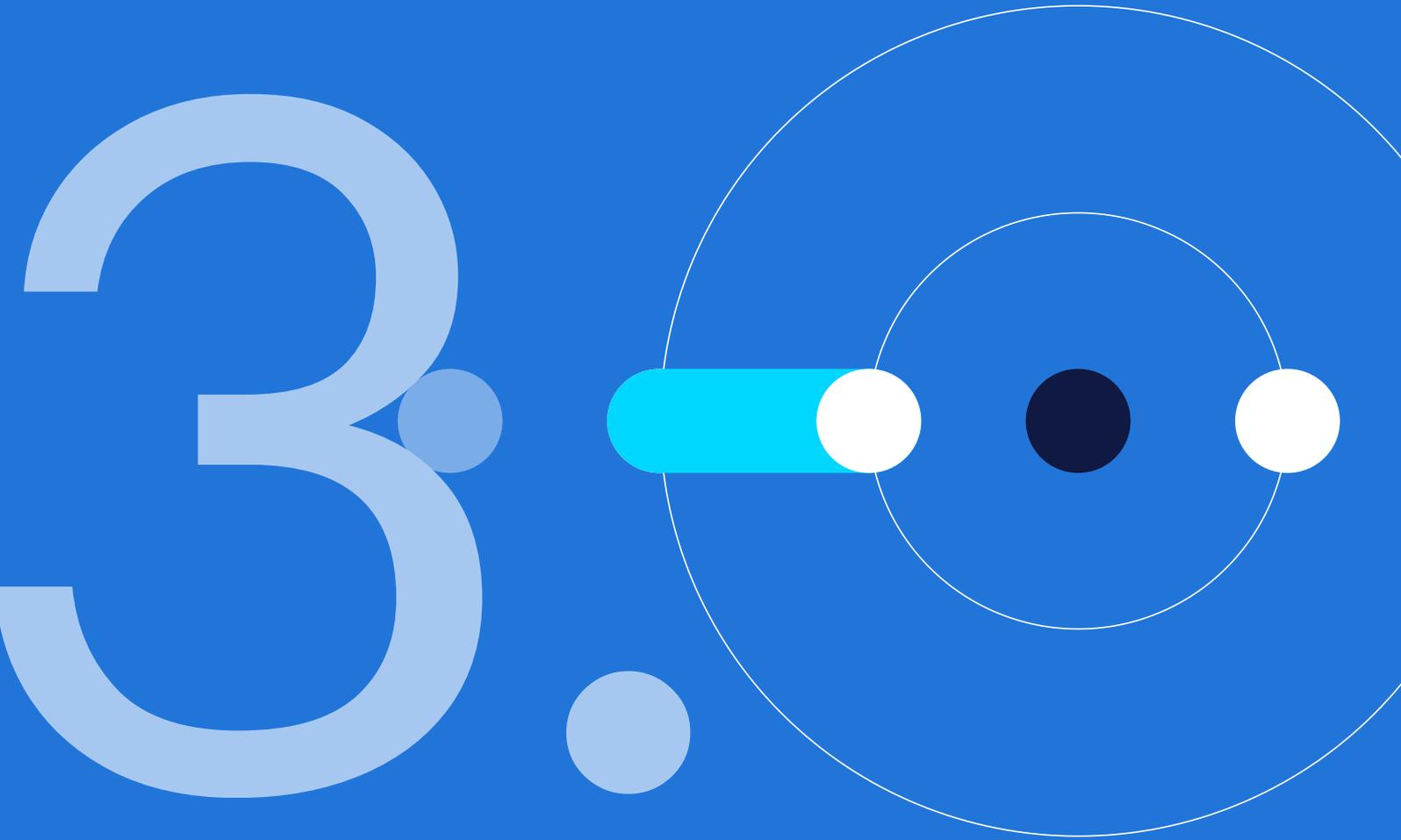


Gen Z lebt von digitalen Inhalten. Damit diese Generation engagiert bleibt und fit für die Zukunft wird, müssen Arbeitgeber ihre Lernstrategien modernisieren – passend zu der Art, wie diese Generation lernt und sich einbringt. Die Integration der Kompetenzentwicklung in Karrierewege, die mit den unmittelbaren und langfristigen Zielen der Generation Z im Einklang stehen, wird von entscheidender Bedeutung sein.

Auch wenn KI zum Rückgang klassischer Einstiegspositionen beitragen mag, öffnet sie zugleich die Tür dafür, dass die Gen Z schon früher im Berufsleben strategische, wertschöpfende Aufgaben übernimmt.

Mit der richtigen Unterstützung zahlen ihre Digitalkompetenz und Ambition auf Innovation, Problemlösung und agiles Lernen ein – Bereiche, in denen menschliche Urteilskraft und Anpassungsfähigkeit am meisten zählen.

Für Arbeitgeber kann das bedeuten, Strukturen und Entwicklung von Teams neu zu denken. Der potenzielle Gewinn liegt auf der Hand. Klügere Personalplanung, höhere Produktivität und stärkere langfristige Mitarbeitendenbindung.



Was die Gen Z antreibt:

langfristige Pläne,  
kurze  
Beschäftigungen.

Langfristige Pläne, kurze Job-Stationen – das ist das zentrale Spannungsfeld, das die Karrierestrategie der Gen Z prägt. Mehr als jede andere Generation – und über dem globalen Durchschnitt – berücksichtigt sie bei der Bewertung einer potenziellen neuen Stelle ihre künftigen Karriereziele.

Wirtschaftliche Unsicherheit, rückläufige Einstiegspositionen und der Einfluss von KI auf Anforderungsprofile haben den Willen der Gen Z, im Job voranzukommen, nicht gebremst.

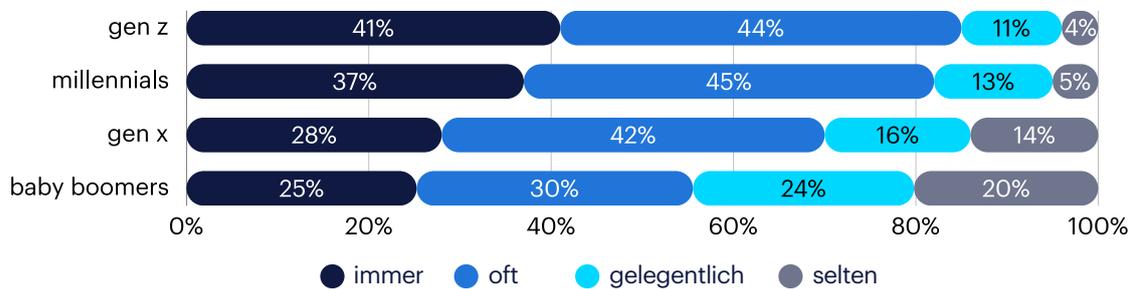
Unsere Daten zeigen, dass die Gen Z bereit ist, schnell von Job zu Job zu wechseln, um ihre Ambitionen zu verwirklichen – und damit zu einem sehr mobilen, anpassungsfähigen Teil der Belegschaft wird.

Karriereentwicklung gehört – gemeinsam mit flexiblen Arbeitszeiten und Work-Life-Balance – zu den Top-3-Faktoren für ihre langfristige Bindung.

Statt zuzulassen, dass dies die Talentknappheit weiter verschärft, sollten Arbeitgeber die Ambition junger Beschäftigter gezielt nutzen – durch klare, realistisch erreichbare Karrierepfade und Entwicklungsmöglichkeiten im Unternehmen.

41 % der Gen Z geben an, bei Entscheidungen über einen Jobwechsel ihre langfristigen Karriereziele immer zu berücksichtigen – häufiger als andere Generationen.

Wie sehr berücksichtigen Sie Ihre langfristigen Karriereziele, wenn Sie einen Jobwechsel erwägen?



## Fluktuation verstärkt Fachkräftemangel

Die kurzen Beschäftigungsverhältnisse der Gen Z sind kein Trend, sondern ein Warnsignal. In schrumpfenden Talentpools ist diese Generation am ehesten bereit, früh zu kündigen – getrieben von unerfüllten Erwartungen und unklaren Perspektiven.

Unsere Daten zeigen für die Gen Z eine Fluktuationsrate von 22 % in den vergangenen 12 Monaten – höher als bei allen anderen Generationen. 54 % von ihnen sind aktiv auf Jobsuche. Ein Drittel plant, den aktuellen Job innerhalb eines Jahres zu verlassen - dagegen geben nur 11 % an, langfristig bleiben zu wollen.

Ohne Gegenmaßnahmen wird die hohe Fluktuation den Fachkräftemangel weiter verschärfen. Karriereentwicklung darf kein Versprechen für später sein. Um die Gen Z zu halten, müssen Arbeitgeber sicherstellen, dass Perspektiven sichtbar, umsetzbar und kontinuierlich sind.

## Fehlende Entwicklung treibt viele Wechsel

Fehlende Karrieremöglichkeiten sind der zentrale Faktor: 14 % der Gen Z nennen sie als stärksten Grund für einen Jobwechsel – gleich nach der Vergütung.

Zudem haben nur 60 % der Gen Z das Gefühl, dass sich ihre Arbeitgeber für ihre Zukunft interessieren (zum Vergleich: Millennials 68 %, Gen X 72 %, Babyboomer 76 %). Ein Unterschied zeigt sich auch nach Beschäftigungsform: 63 % der jungen White Collar-Beschäftigten stimmen zu, aber nur 57 % der Blue- und Gray Collar-Angestellten.

Mögliche Erklärung: steigende Lebenshaltungskosten beeinflussen kurzfristige Entscheidungen der Gen Z stärker als Karriereambitionen. Ohne greifbare Belohnungen und sichtbare Karrierefortschritte sind sie bereit, nach neuen Möglichkeiten zu suchen, die ihnen Wachstumsperspektiven und die Chance bieten, etwas zu bewirken.

Um Gen Z-Talente zu binden, sollten Führungskräfte über reine Leistungskennzahlen hinausblicken und gezielt in junge Menschen investieren: Arbeitsumgebungen schaffen, in denen sich Talente eingebunden, gehört und unterstützt fühlen – und wirksamen Wissenstransfer sicherstellen, um künftigen Arbeitskräftemangel vorzubeugen.

## Wechselverhalten der Gen Z: ein globaler Vergleich



- Anteil Gen Z, die planen, innerhalb eines Jahres zu kündigen (%)
- Anteil Gen Z, die vorhaben, auf unbestimmte Zeit zu bleiben (%)

## Der neue tech-nahe Karrierepfad

Unsere Daten zeigen, dass die Gen Z sich zu Wachstumssektoren wie IT, Gesundheitswesen und Finanzdienstleistungen orientiert, um ihre langfristigen Karriereziele zu erreichen.

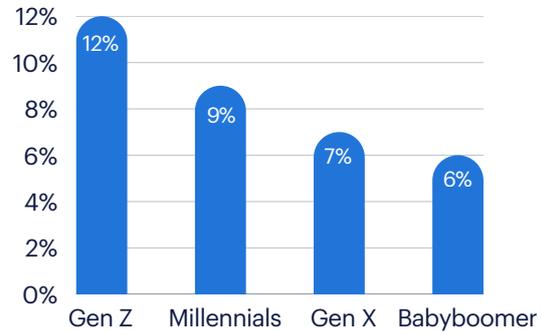
Besonders die Tech-Branche ist zu einem bevorzugten Ziel geworden. Selbst wenn sie ihre Karriere anderswo beginnen, sind tech-nahe Branchen das Ziel. Dort gibt es einen Nettozuwachs von rund 70 % – das bedeutet: Auf 100 Gen Z-Beschäftigte, die andere Branchen verlassen, kommen 70, die in die Tech-Branche wechseln.

Auffällig ist zudem der direkte Sprung aus Hochschule/Universität in diesen Sektor – stärker als bei allen früheren Generationen.

Das zeigt einen grundlegenden Wandel der Talent-Pipeline – obwohl Stellenanzeigen für Einstiegspositionen im Tech-Bereich seit Januar 2024 um 35 % zurückgegangen sind, schafft die Gen Z dennoch den direkten Einstieg.

Für Arbeitgeber heißt das: nichtlineare Karrierepfade schaffen – und diesen ambitionierten Talentpool an Digital Natives erschließen.

### Direkteinstieg in tech-nahe Rollen nach dem Studium (nach Generation)



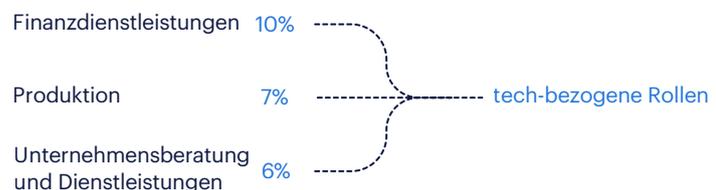
Anteil Beschäftigte, die direkt nach der Ausbildung in Tech-Branchen einsteigen (%)

### Direkteinstieg von Hochschulabsolventen in verschiedene Branchen (nach Generation)

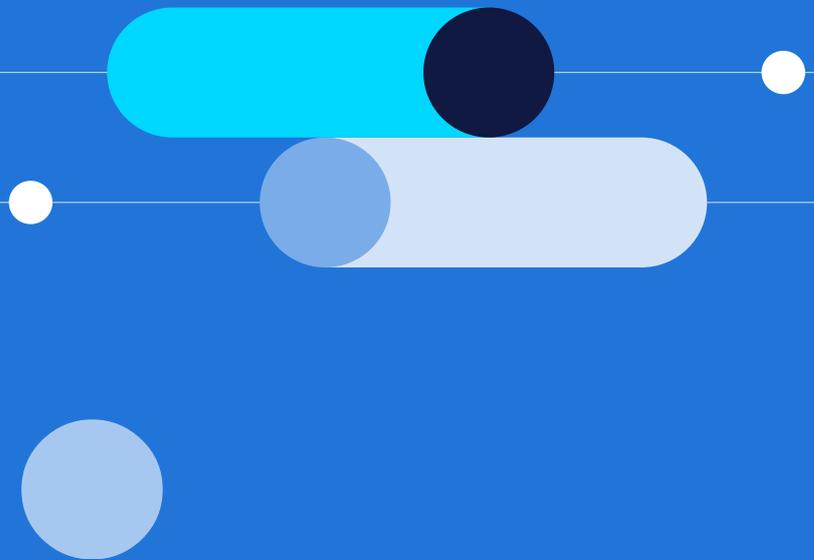
Generation	häufige Einstiegsbranchen	Sektoren mit Nettozuwachs	Treiber
Gen Z	Einzelhandel, Finanzdienstleistungen	IT/Tech, Nachhaltigkeit	Flexibilität, Technologie, Wellness
Millennials	Einzelhandel, Finanzwesen, Beratung	Software, IT, Beratung	Innovation, Fortschritt
Gen X	Einzelhandel, Wirtschaft, Beratung	Ingenieurwesen, Bauwesen	Stabilität, Führung
Babyboomer	Wirtschaft, Einzelhandel	Bauwesen, Gesundheitswesen	Fachwissen, Kontinuität

### Talentfluss der Gen Z: von klassischen Sektoren zur Tech-Branche

Eine beachtliche Zahl von Gen Z-Talenten wechselt aus anderen Branchen in tech-bezogene Rollen.



# 4



Fazit und Empfehlungen:

Ambitionen  
der Gen Z  
gezielt nutzen.

## Das Potenzial der Gen Z nutzen: Handlungsfelder für Arbeitgeber

Angesichts widersprüchlicher Wahrnehmungen der Arbeitswelt brauchen Arbeitgeber einen strategischen Kurswechsel, wenn sie Gen Z-Talente gewinnen und binden und die Führungskräfte von morgen entwickeln wollen.

Diese Spannungsfelder prägen ein besonderes Mindset: Die Gen Z ist zuversichtlich, neue Fähigkeiten zu lernen, wechselt aber schnell, wenn keine klaren Perspektiven sichtbar sind; sie ist bereit, nach neuen Stellen zu suchen, zweifelt jedoch oft daran, dass der Traumjob erreichbar ist; sie nutzt KI optimistisch, sorgt sich aber zugleich um deren langfristige Auswirkungen auf ihre Karriere und die Verfügbarkeit von Einstiegsrollen.

Mit zunehmendem Fachkräftemangel in den kommenden Jahren müssen Unternehmen die Bedürfnisse und Bedenken dieser Generation verstehen und wirksam darauf reagieren. Schon bald wird sie vermehrt im mittleren Management gebraucht, während Millennials in Senior-Positionen nachrücken. Jetzt zu handeln ist entscheidend, um den Führungskräftenachwuchs für die nächsten Jahre aufzubauen.

## Aus der Masse herausstechen: Handlungsfelder für Gen Z-Talente

Wirtschaftliche Unsicherheit und technologische Umbrüche erschweren die Orientierung in der frühen Karriere. Gleichzeitig eröffnet dieses anspruchsvolle Umfeld proaktiven Gen Z Talenten besondere Möglichkeiten.

Die Daten zeigen jedoch konkrete Wege auf, um voranzukommen: Zwar nutzt die Gen Z KI zunehmend zur Problemlösung im Job, doch nur die Hälfte setzt sie in der Jobsuche ein, und ein Viertel nutzt die Technologie nie für Lernen und Kompetenzentwicklung am Arbeitsplatz. KI gezielt für Wissensaufbau und die Suche nach neuen Rollen einzusetzen, kann so zum entscheidenden Differenzierungsmerkmal werden.

Die hohe Fluktuation kann außerdem zum Vorteil für junge Talente werden, die bereit sind, in einem Unternehmen zu bleiben. Voraussetzung sind sichtbare Entwicklungspfade – zugleich können Talente proaktiv werden: offene, ehrliche Gespräche mit der direkten Führungskraft helfen, klare Erwartungen auf beiden Seiten zu setzen.

# Der Weg nach vorn: Wie Talente und Arbeitgeber Karrierewege gemeinsam neu denken.

Um Arbeitgeber und junge Fachkräfte anzuleiten, haben Randstad Experten diese Erkenntnisse in vier Schlüsselphasen verdichtet, um Karrierepfade für Gen Z-Talente neu zu definieren.

## Phase 1: Einstieg in einen Arbeitsmarkt im Umbruch

Die Gen Z will spürbaren Fortschritt. Erkennt sie keine klare Aufwärtsperspektive, zögert sie nicht, zur nächsten Chance zu wechseln.

### Handlungsempfehlung für Arbeitgeber:

Durch klar umrissene Karrierepfade und Entwicklungsschritte, die regelmäßige, konkrete Anreize bieten – etwa Gehaltserhöhungen oder Benefits –, können Arbeitgeber verdeutlichen, dass sich Gen Z-Talente langfristig in ihrem Unternehmen entwickeln können.

### Handlungsempfehlung für Talente:

Diese Transparenz ermöglicht Dialog auf Augenhöhe und befähigt Beschäftigte, proaktiv und gemeinsam mit den Führungskräften Karriere und Entwicklung zu gestalten

## Phase 2: Streben nach Wachstum, Balance zwischen Purpose und Druck

Arbeitgeber sollten gezielt in Programme für den Karriereestieg investieren. Zwar kann KI inzwischen manche Aufgaben von Einstiegsrollen übernehmen; wenn jedoch neue Möglichkeiten fehlen, drohen in den nächsten Jahren erhebliche Wissenslücken, sobald erfahrene Kräfte in Rente gehen.

### Handlungsempfehlung für Arbeitgeber:

Talentförderung bedeutet heute, Einstiegsrollen neu zu definieren – weg von einfachen Routinetätigkeiten, hin zur Entwicklung von Kompetenzen wie kritischem Denken und Kreativität.

### Handlungsempfehlung für Talente:

Wo Arbeitgeber verantwortungsvoll neue Projekte eröffnen, sollte die Gen Z die Chance, nutzen, ihren einzigartigen Wertbeitrag sichtbar zu machen.

## Phase 3: Einsatz von KI und selbstgesteuertem Lernen

Als Generation von „Digital Natives“ erwartet die Gen Z, dass ihre Lernerfahrung im Job die Methoden und Formate widerspiegelt, die sie aus Schule und Privatleben kennt.

### Handlungsempfehlung für Arbeitgeber:

Praxisnahe technologiegestützte, Digital-First-Lern- und Skill-Angebote – einschließlich des Einsatzes von KI-Tools anbieten.

### Handlungsempfehlung für Talente:

Erfolg entsteht im Miteinander: Arbeitgeber können Räume für den Austausch schaffen, Talente sollten ihre bevorzugten Lernformen benennen und verfügbare Tools nutzen, um Kompetenzen nachhaltig zu stärken.

## Phase 4: Loyalität neu definieren

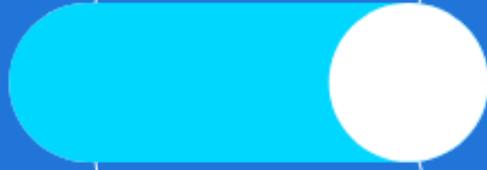
Die Daten zeigen ausgeprägte Selbstzweifel bei Gen Z-Talenten. Entwicklungsangebote müssen über reinen Kompetenzaufbau hinausgehen und gezielt ihr Selbstvertrauen – und damit auch ihre Loyalität – stärken.

### Handlungsempfehlung für Arbeitgeber:

Eine Kultur schaffen, die Selbstvertrauen stärkt und junge Talente dabei unterstützt, frühere Benachteiligungen zu überwinden – so entsteht eine zukunftsfähige Belegschaft.

### Handlungsempfehlung für Talente:

In einem unterstützenden Umfeld können Talente ihre Resilienz gezielt stärken, indem sie sich Mentoren suchen, ihre Erfolge tracken und Peer-Netzwerke aufbauen, um Stress und Belastungen im Arbeitsalltag besser zu bewältigen.



Lassen Sie  
uns ins Gespräch  
kommen.

Anfragen  
[presse@randstad.de](mailto:presse@randstad.de)



randstad

partner for talent.