

Mitarbeitergewinnung der Next Generation

Das Rezept für gelungene Onboarding-Kultur

DEUTSCHER ABBRUCHVERBAND E.V.
 Oberländer Ufer 180–182
 50968 Köln
 T +49 221 367 983-0
 F +49 221 367 983-22
www.deutscher-abbruchverband.de

ABBRUCH AKTUELL 04/2025

PRESSE- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT
 Franziska Klein
 T +49 221 / 367 983-23
klein@deutscher-abbruchverband.de

Gute Mitarbeiter wachsen nicht auf Bäumen.

Aber wer die nächste Generation gewinnen will, muss verstehen, was sie zum Wachsen bringt. Die Fachkräftesuche ist längst kein Sprint mehr, sondern ein Dauerlauf und die Strecke führt mitten durch den Generationenwandel.

Wer heute junge Talente sucht, begegnet einer Generation, die mit ganz anderen Voraussetzungen ins Berufsleben startet:

Viele haben weniger praktische Erfahrung mit körperlicher Arbeit, weil Schule und Freizeit digitaler geworden sind. Eltern, die eher als Partner denn als Autorität agierten, haben Selbstbewusstsein gestärkt, aber auch Hierarchien relativiert.

Und wer in einer Welt aufgewachsen ist, die Sicherheit verspricht, hat oft wenig Übung im Umgang mit Unsicherheiten oder körperlicher Belastung. Das ist kein Vorwurf, sondern Realität und sie erklärt, warum Onboarding heute mehr braucht als Werkzeug und Arbeitskleidung.

Junge Menschen müssen abgeholt, befähigt und ernst genommen werden.

Denn: Wer Vertrauen, Struktur und Zugehörigkeit erlebt, wächst in seine Aufgaben hinein, egal wie er aufgewachsen ist.

Studien zeigen zudem, dass neun von zehn Unternehmen die Rekrutierung junger Kandidaten als wichtig ansehen, sich aber selbst nur „befriedigend vorbereitet“ fühlen.

Zeit also für ein Rezept, das wirklich gelingt.

Das Onboarding-Rezept

Wer junge Mitarbeiter gewinnen und halten will, braucht keine aufwendig designten Strategiepapiere, sondern eine gute Portion gesunden Menschenverstands, kombiniert mit Struktur, Empathie und ehrlichem Interesse.

Denn die „Next Generation“ lässt sich nicht mit Schlagworten überzeugen, sondern mit erlebbarer Haltung im Alltag. Hier eine Anleitung, die sich auf aktuelle Erkenntnisse aus der Ausbildungs- und Arbeitsmarktforschung ebenso stützt wie auf Erfahrungen aus der Praxis, ein Rezept, das funktioniert, wenn man es mit Überzeugung anwendet.

Zutat 1: Ein herzliches Willkommen und keinen Behördenakt

Der erste Tag entscheidet mehr als jedes Vorstellungsgespräch. Wenn neue Mitarbeitende ihren Arbeitsplatz finden, aber niemand sie erwartet, hilft auch der schönste Imagefilm nichts. Die junge Generation achtet sehr genau auf Atmosphäre und ob sie sich willkommen fühlt. Das zeigt: Begeisterung allein reicht nicht, es braucht Strukturen, die den Einstieg wirklich erleichtern.

Tipp:

- ✓ Begrüßung mit Namen, nicht mit Formular.
- ✓ Ein fester Ansprechpartner (Mentor), der erklärt, wie es läuft und auch mal fragt, wie's läuft.

Zutat 2: Orientierung statt Überforderung

Klarheit schlägt Komplexität. Die Generation Z will verstehen, warum sie etwas tut und wozu sie damit beiträgt. 94 % der Betriebe wissen, dass sie auf die Kommunikations- und Erwartungsmuster der Generation Z eingehen müssen, umgesetzt wird das aber in weit weniger Unternehmen. Orientierung ist also kein Detail, sondern Wettbewerbsfaktor.

Tipp:

- ✓ Abläufe erklären, nicht verordnen.
- ✓ Zeigen Sie, wie die eigene Arbeit Teil des großen Ganzen ist. Wenn beispielsweise aus sauber getrennten Rückbaumaterialien neue Baustoffe entstehen und so Ressourcen geschont werden.

Zutat 3: Feedback, aber bitte ehrlich

Feedback ist kein Luxus, sondern Erwartung. Über zwei Drittel der Generation Z nennen Wertschätzung und Feedback als wichtigste Faktoren für ihre Motivation. Sie wollen wissen, wo sie stehen, nicht nur einmal im Jahr, sondern kontinuierlich. Wer in einer Welt ständiger Rückmeldungen aufgewachsen ist, möchte auch im Job wissen, wo er steht.

Tipp:

- ✓ Ein Jahresgespräch allein reicht nicht.
- ✓ Lieber kurze, ehrliche Gespräche nach Projekten oder Wochen.
- ✓ Kritik ja, aber konstruktiv und respektvoll.

Zutat 4: Verantwortung von Anfang an

Junge Mitarbeitende wollen gestalten, nicht verwaltet werden. Fast die Hälfte der Generation Z blickt laut Studien optimistisch auf ihre Zukunft und sie will zeigen, was sie kann. Wer ihr schon zu Beginn Verantwortung überträgt, trifft genau diesen Grundton aus Zuversicht und Gestaltungswillen und bekommt Motivation zurück.

Tipp:

- ✓ Kleine Aufgaben mit echter Wirkung (z. B. Baustellen-Playlist oder Azubi-Video für Social Media).
- ✓ Eigeninitiative fördern, statt Fehler zu fürchten.

Zutat 5: Werte statt Worthülsen

Generation Z erkennt sofort, ob ein Unternehmen „Teamgeist“ nur plakatiert oder ihn wirklich lebt. Sieben von zehn jungen Menschen achten bei der Jobwahl stärker auf Work-Life-Balance und Gesundheitsangebote als auf Statussymbole. Glaubwürdigkeit und Haltung zählen mehr als Titel und Logos.

Tipp:

- ✓ Zeigen, was das Unternehmen ausmacht: Fairness, Sicherheit, Nachhaltigkeit, Humor.
- ✓ Echte Vorbilder im Betrieb sprechen stärker als jede Hochglanzbroschüre.

Zutat 6: Digitale Tools, ja natürlich! - aber sinnvoll

53 % der Generation Z bewerben sich lieber mobil als per klassischer E-Mail, gleichzeitig fühlt sich rund ein Drittel digital überfordert. Digitalisierung ja, aber mit Maß.

Tipp:

- ✓ Digital dort, wo es das Leben leichter macht, nicht komplizierter.
- ✓ Kommunikation auf Augenhöhe: Wenn die Baustellen-WhatsApp-Gruppe läuft, braucht es kein Kommunikationskonzept im Aktenordner.

Zum Schluss: Würzen mit Vertrauen und Freundlichkeit

Nichts motiviert mehr als das Gefühl, ernst genommen zu werden und nichts verbindet schneller als Freundlichkeit. Onboarding ist keine Pflichtübung, sondern die erste Einladung zur Zugehörigkeit.

Wer sie gut formuliert, gewinnt nicht nur Mitarbeitende, sondern Verbündete.

Und was passiert danach?

Nach dem Onboarding beginnt das eigentliche Rezept zu wirken: Bleiben Menschen, dann nicht wegen der Gehaltsabrechnung, sondern wegen der Haltung, die sie im Betrieb erleben. Die Generation Z will dazugehören, mitreden, mitgestalten. Wer ihr das ermöglicht, gewinnt Loyalität und damit Zukunft.

Denn gute Mitarbeiter wachsen tatsächlich nicht auf Bäumen.

Aber sie wachsen dort, wo man sie gießt.

Der Deutsche Abbruchverband e.V. (DA) ist seit 1951 der maßgebliche Wirtschafts- und Unternehmerverband der Abbruchbranche mit Sitz in Köln. Seine über 850 Mitgliedsfirmen kommen sowohl aus den Bereichen Bauwerks- und Industrieabbruch als auch mineralisches Bauschutt-Recycling und Schadstoffsanierung. Ingenieurbüros und Maschinen-Hersteller unterstützen als Fördermitglieder den Verband. Der DA informiert seine Mitglieder und auch die Öffentlichkeit umfassend über fachliche und rechtliche Grundlagen der Abbruchtätigkeit und deren Entwicklung und sorgt dafür, dass Erfahrungen aus der Praxis Eingang in politische und wirtschaftliche Entscheidungen sowie in technische Normen und Regelwerke, gerade auch im Umweltbereich, finden. Schwerpunkte der Verbandstätigkeit liegen in der Aus- und Weiterbildung, bei Umwelt- und Recyclingthemen im Zusammenhang mit Abbrucharbeiten und Bauabfällen sowie der Qualitätssicherung bei Abbruch und Rückbau.