

# Das schlummernde Potenzial der „First-Generation Professionals“

Herausforderungen von FirstGen-Professionals und Wege,  
ihr volles Potenzial auszuschöpfen

April 2023

Von Sebastian Ullrich, Marc Schalück,  
Thilo Sander und Jennifer Wieland



**BCG**

Die Boston Consulting Group (BCG) unterstützt führende Akteure aus Wirtschaft und Gesellschaft in partnerschaftlicher Zusammenarbeit dabei, Herausforderungen zu meistern und Chancen zu nutzen. Seit der Gründung 1963 leistet BCG Pionierarbeit im Bereich Unternehmensstrategie. Die Boston Consulting Group hilft Kunden, umfassende Transformationen zu gestalten: Die Beratung ermöglicht komplexe Veränderungen, eröffnet Wachstumschancen, schafft Wettbewerbsvorteile, verbessert die Kunden- und Mitarbeiterzufriedenheit und bewirkt so dauerhafte Verbesserungen des Geschäftsergebnisses.

Nachhaltiger Erfolg erfordert die Kombination aus digitalen und menschlichen Fähigkeiten. Die vielfältigen, internationalen Teams von BCG bringen tiefgreifende Expertise in unterschiedlichen Branchen und Funktionen mit, um Veränderungen anzustoßen. BCG verzahnt führende Managementberatung mit Expertise in Technologie, Digital und Analytics, neuen Geschäftsmodellen und der übergeordneten Sinnfrage für Unternehmen. Sowohl intern als auch bei Kunden setzt BCG auf Gemeinschaft und schafft dadurch Ergebnisse, die Kunden nach vorn bringen und ihnen die Chance bieten, einen spürbaren Einfluss auf Wirtschaft und Gesellschaft zu nehmen.

Während die Bedeutung von Vielfalt in der Gesellschaft immer stärkere Anerkennung und Unterstützung erfährt, bleibt eine Facette unseres Verständnisses von Diversität, Gleichstellung und Inklusion (Diversity, Equity & Inclusion, DEI) auch weiterhin nur sehr schwer greifbar: der sozioökonomische Hintergrund. Im Kontext der Arbeitswelt sind Berufstätige mit einem Bachelor- oder höheren Abschluss, deren Eltern oder primäre Erziehungspersonen keinen derartigen Abschluss vorweisen können - sogenannte "First-Generation (im Folgenden: FirstGen) Professionals" -, bisher weitgehend unbeachtet geblieben.

Die vorliegende Studie beleuchtet diese oft übersehene Diversitätsdimension und geht am Beispiel von Deutschland, Österreich und der Schweiz auf die Herausforderungen und das ungenutzte Potenzial von FirstGen-Professionals ein, um ihre einzigartigen Fähigkeiten zu mobilisieren.



# Herausforderungen von FirstGen-Professionals – und warum es sich lohnt, sie anzugehen

## Gemessen an ihrer Vergleichsgruppe ...



- ... haben FirstGens um 46 % seltener Zugang zu Netzwerken, die ihnen beim Berufseinstieg helfen
- ... sind FirstGens damit konfrontiert, dass ihren Vorgesetzten mit 50 %iger Wahrscheinlichkeit das Bewusstsein für ihre Herausforderungen fehlt
- ... haben FirstGens zu 19 % häufiger das Gefühl, am Arbeitsplatz nicht sie selbst sein zu können

## Herausforderungen



- ... sind FirstGens um 32 % wahrscheinlicher loyal gegenüber ihrem Arbeitgeber
- ... sind FirstGens zu 40 % wahrscheinlicher intrinsisch motiviert
- ... übernehmen FirstGens in späteren Karrierephasen mit 48 % Prozentpunkten eher Führungspositionen, wenn sie intrinsisch motiviert sind

## Mehrwert



# Warum Inklusion so wichtig ist - und warum FirstGen-Professionals oft übersehen werden

Inklusivität, das heißt, ob Mitarbeiter:innen am Arbeitsplatz sie selbst sein können, ist entscheidend für ihr Wohlbefinden und damit auch für ihre Produktivität. Eine BCG-Studie zum Thema Diversität und Inklusion aus dem Jahr 2020 hat gezeigt, dass Mitarbeiter:innen, die das Gefühl haben, am Arbeitsplatz authentisch sein zu können, 50 % produktiver sind und dass der Grad ihrer Inklusion sich auch direkt auf ihre Zufriedenheit und ihr Wohlbefinden auswirkt. Angesichts des starken Wettbewerbs ist es heute für Mitarbeiter:innen immens wichtig, immer ihr Bestes geben zu können. Nur so können Unternehmen die Produktivität ihrer Mitarbeiter:innen erhalten, die besten Talente am Markt für sich gewinnen und diese langfristig binden.

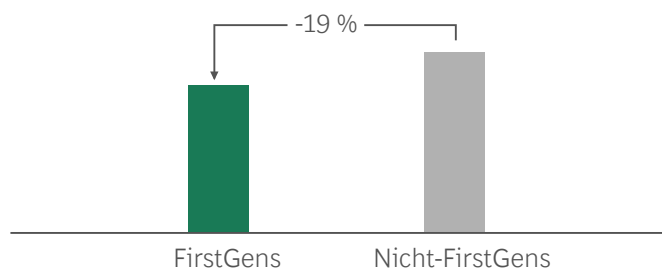
Aus dem [Global Diversity Report \(2023\)](#) von BCG geht hervor, dass Personen, die in vergleichsweise ungünstigeren sozialen und finanziellen Verhältnissen aufwachsen – wie dies bei FirstGen-Professionals häufig der Fall ist –, am Arbeitsplatz eher das Gefühl haben, nicht dazuzugehören. Obwohl FirstGen-Professionals einen großen Teil der Hochschulabsolvent:innen ausmachen, die Jahr für Jahr ins Berufsleben eintreten – in Deutschland sind es etwa 45 % –, gibt es nur wenige Daten über ihre beruflichen Herausforderungen und Perspektiven. Um diesen bislang toten Winkel auszuleuchten, hat BCG eine Erhebung zu den Bedürfnissen und dem Potenzial von FirstGen-Profession-

als zu Beginn und im Verlauf ihres beruflichen Werdegangs durchgeführt.

Die Ergebnisse dieser Studie untermauern die Hinweise, die der [Global Diversity Report \(2023\)](#) lieferte: FirstGen-Professionals fühlen sich am Arbeitsplatz oft nicht dazugehörig und sagen zu 19 % häufiger, dass sie bei der Arbeit nicht sie selbst sein können. Das Gefühl, nicht dazuzugehören, ist oftmals auf die abweichende Erziehung und Lebenserfahrungen von FirstGen-Professionals zurückzuführen. In diesen Punkten gibt es wesentliche Unterschiede zu ihren Arbeitskolleg:innen aus akademisch gebildeten und oft wirtschaftlich stabileren Haushalten.

Da sie am Arbeitsplatz häufiger das Gefühl haben, nicht dazuzugehören, fühlen sich FirstGen-Professionals auch seltener ermutigt, über ihre persönlichen Erfahrungen, Interessen und Anliegen zu reden. Dies wiederum verstärkt ihren Eindruck, dass sie eine Rolle spielen müssen, um dazuzugehören – ein Teufelskreis. Das Gefühl, nicht authentisch sein zu können, hat Auswirkungen, die nicht nur dem Einzelnen schaden, sondern auch dem Unternehmen: Unzufriedenheit am Arbeitsplatz und Stagnation bei der persönlichen Entwicklung gehen Hand in Hand mit weitreichenderen Folgen, etwa einer Verschlechterung der Unternehmensperformance.

## Authentisches Verhalten am Arbeitsplatz



**19 %** geringere Wahrscheinlichkeit, dass FirstGens das Gefühl haben, am Arbeitsplatz sie selbst sein zu können

### Ungleiche Voraussetzungen beginnen bereits bei der akademischen Ausbildung

Schon lange vor ihrer ersten Jobsuche beginnen FirstGen-Professionals ihre Ausbildung unter völlig anderen Voraussetzungen als ihre Vergleichsgruppe. Laut dem Hochschul-Bildungs-Report 2022 des Stifterverbandes für die Deutsche Wissenschaft erlangen nur 11 von 100 Schüler:innen ohne Elternteil mit Hochschulabschluss einen Masterabschluss; bei einem Elternteil mit Hochschulabschluss sind es 43 von 100 Schüler:innen.

## Methodik

Diese Publikation basiert auf einer in der ersten Februarhälfte 2023 von BCG durchgeführten Erhebung zu FirstGen-Professionals. Die anonyme Online-Befragung, an der 1.125 Fachkräfte aus Deutschland, Österreich und der Schweiz teilnahmen, stellt eine nach Geografie (Länder), Demografie, Branchen und Unternehmensgrößen repräsentative Mitarbeiterstichprobe in der DACH-Region dar. Etwa 58 % der Befragten gaben an, FirstGen-Professionals zu sein. In der Stichprobe waren 57 % Führungskräfte, die Personal- und/oder Budgetverantwortung haben. Um die beruflichen Herausforderungen und Perspektiven dieser Gruppe besser zu verstehen, wurden insgesamt sieben zusätzliche Deep-Dive-Interviews geführt.

# Am Karrierestart: Gleiche Motivation – ungleich mehr Hürden

Am Anfang ihres beruflichen Werdegangs sehen FirstGen-Professionals ebenso wie ihre Vergleichsgruppe folgende Kriterien als oberste Prioritäten: Gehalt (45 %), Leidenschaft für den Beruf (33 %) und die Möglichkeit, zu lernen und neue Fähigkeiten zu erwerben (33 %). Ähnlich verhält es sich beim Wunsch nach Unterstützung durch Förderangebote, z. B. in Form von strukturierten Karriereentwicklungsprogrammen, systematischen Onboarding-Trainings und Mentoring-Angeboten. Trotz dieser Gemeinsamkeiten unterscheiden sich die Karrierepfade von FirstGen-Professionals deutlich. Äußere Umstände wie finanzielle Instabilität und begrenzte Informationen über erfolgversprechende Berufswege sind oft der Grund dafür, dass sie Karrierepfade einschlagen, die weniger geradlinig sind. Bereits die Suche nach dem ersten Arbeitsplatz ist mit mehreren Hürden verbunden.

**Eingeschränkter Zugang zu karriereunterstützenden Netzwerken.** FirstGen-Professionals berichten mit fast 50 % höherer Wahrscheinlichkeit, dass sie keinen Zugang zu Netzwerken haben, die ihnen beim Berufseinstieg und bei der weiteren Entwicklung ihrer Karriere von Nutzen sind.

**Schlechterer Informationsstand.** FirstGen-Professionals haben das Gefühl, dass sie in Relation zur Vergleichsgruppe weniger gut über Einstiegspositionen und Karrierepfade informiert sind. Die Komplexität der Karrierewahl und die dabei fehlende Unterstützung sowie der eingeschränkte Zugang zu Insider-Informationen (z. B. Stellen, die nicht öffentlich ausgeschrieben, sondern nur über Netzwerke besetzt werden) erschweren ihnen die Wahl des richtigen Karrierepfads und die Vorbereitung auf Vorstellungsgespräche.

**Networking-Barrieren.** Aufgrund ihres unterschiedlichen Hintergrunds können FirstGen-Professionals oft nicht die gleichen Erfahrungen oder Interessen wie ihre Vergleichsgruppe vorweisen. Dadurch fällt es ihnen schwerer,



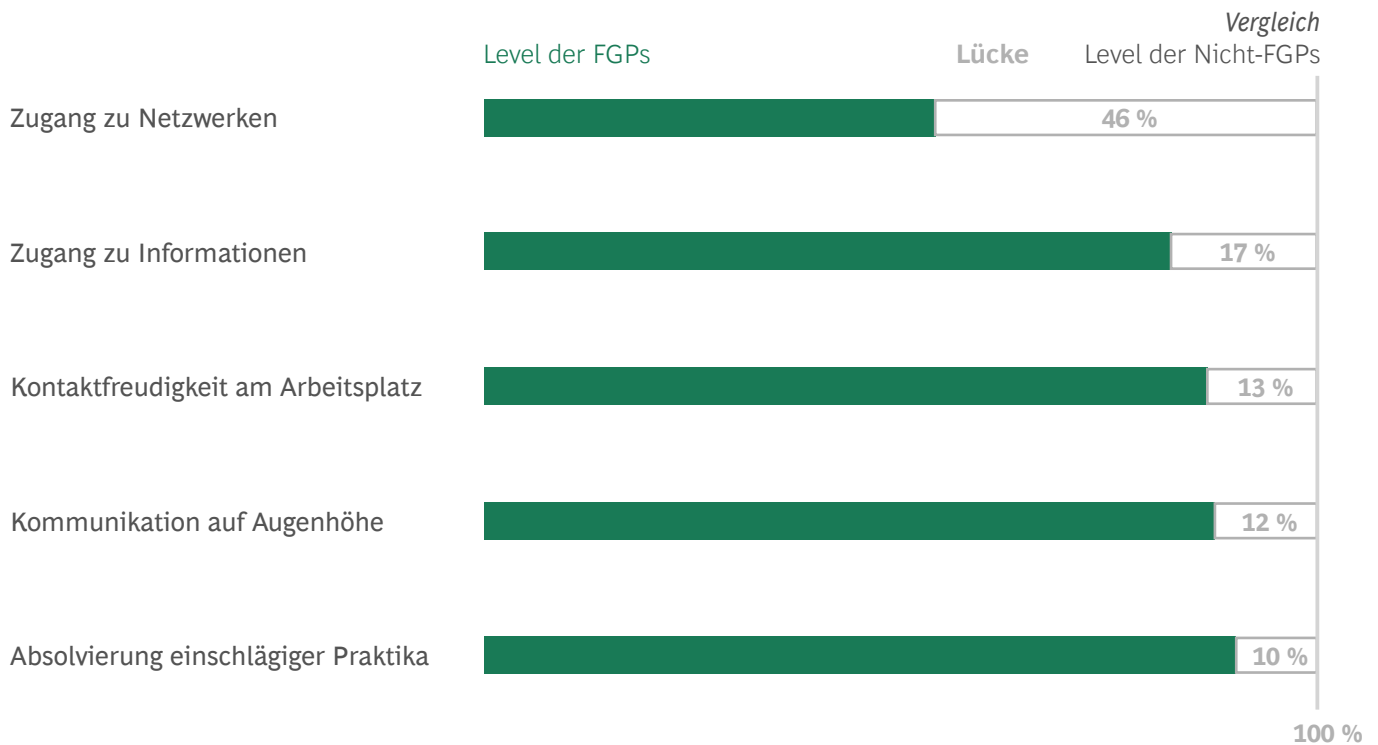
am Arbeitsplatz starke und dauerhafte Beziehungen zu knüpfen.

**Verhandlungsposition nicht auf Augenhöhe.** FirstGen-Professionals geben zu über 50 % häufiger an, dass sie sich beim Vorstellungsgespräch nicht auf Augenhöhe mit den Gesprächspartner:innen fühlten und daher ihre Verhandlungsposition als geschwächt empfanden.

**Weniger Praktika.** FirstGen-Professionals werden oft nicht auf die Bedeutung hingewiesen, die ein Praktikum in einem (renommierten) Unternehmen für ihren späteren Werdegang haben kann. Viele von ihnen können es sich weder leisten, eine schlecht bezahlte Praktikumsstelle anzunehmen, noch haben sie aufgrund anderer (studentischer) Verpflichtungen die Zeit dafür.

# FirstGen-Professionals (FGPs) es am Start schwerer

## Karrierestart von FirstGens vs. Nicht-FirstGens



„Ich habe niemals aufgegeben, auch wenn ich es nie so einfach hatte wie andere mit Eltern, die über ein gutes Netzwerk verfügen. Irgendwann kommst du an den Punkt, an dem du merkst, dass dir das Netzwerk fehlt. Also musste ich mir meines mühsam selbst aufbauen, um meinen jetzigen Topjob als Syndikusanwältin bei einem DAX-Unternehmen zu bekommen.“

(Zitat einer Umfrageteilnehmerin)

# Herausforderungen von FirstGens bleiben auch nach mehreren Jahren im Beruf bestehen

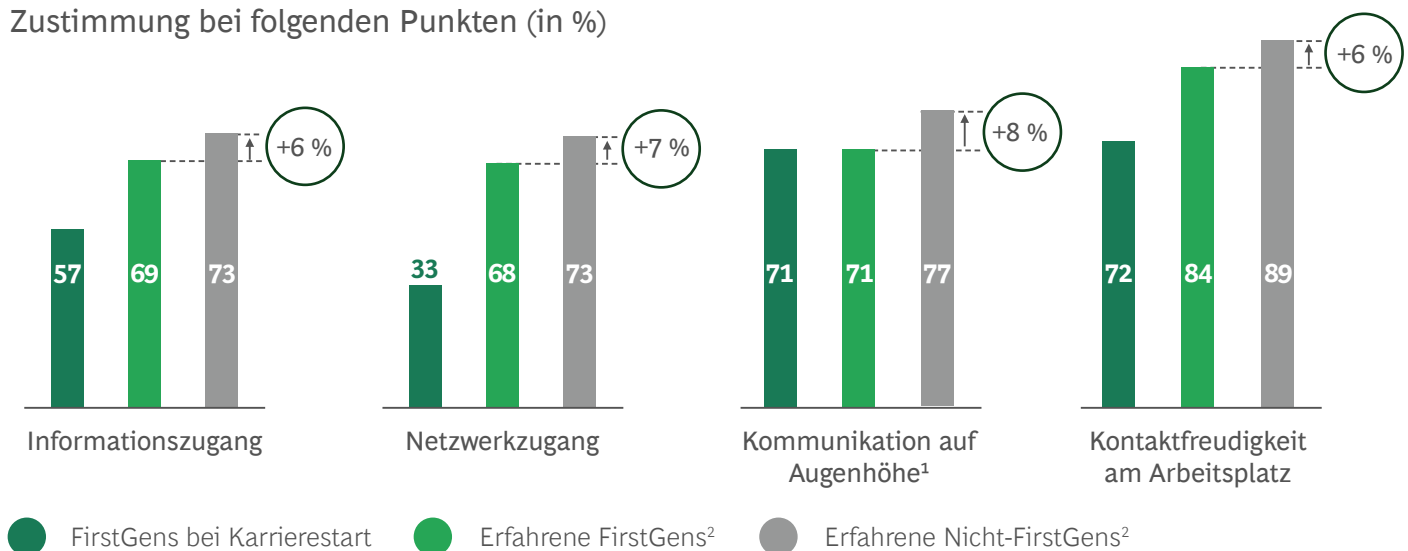
Auffallend ist, dass die Herausforderungen von First-Gen-Professionals mit der Zeit nicht abnehmen. Selbst nach mehreren Berufsjahren haben sie im Vergleich immer noch weniger Zugang zu Informationen über Karrierepfade und -chancen sowie zu Netzwerken; sie fühlen sich in Besprechungen wie etwa Gehaltsverhandlungen immer noch weniger in der Lage, auf Augenhöhe zu kommunizieren, und haben weiterhin höhere Hürden dabei, Kontakte im Unternehmen zu knüpfen. Trotz jahrelanger Berufserfahrung haben FirstGen-Professionals nach wie vor das Gefühl, eine Rolle spielen zu müssen, um dazuzugehören, und kämpfen immer noch mit denselben Herausforderungen wie zu Beginn ihrer Karriere.

Daher besteht bei FirstGen-Professionals während ihres gesamten beruflichen Werdegangs ein starker Bedarf am kompletten Angebot an Unterstützungsprogrammen des Unternehmens – seien es allgemeine oder individuelle Karrieretrainings, strukturierte Karriereentwicklung oder Mentoring.

**FirstGen-Professionals haben selbst nach mehreren Jahren Berufserfahrung einen deutlichen Karriereungleichheit. Auch wenn der Abstand zu ihrer Vergleichsgruppe geringer geworden ist, können sie die Lücke nie schließen.**

## Nachteile bleiben im Laufe der Karriere von FirstGens bestehen

**Angabensituation und Karriereentwicklung von FirstGens und Nicht-FirstGens**  
Zustimmung bei folgenden Punkten (in %)



1. Frage: Inwieweit würden Sie der folgenden Aussage zustimmen? Ich konnte (zu Beginn meiner Karriere) auf Augenhöhe kommunizieren: bei Vorstellungsgesprächen vor dem Berufseinstieg; bei FirstGens mit mehrjähriger Erfahrung: bei Gehaltsverhandlungen

2. Mehr als drei Jahre Berufserfahrung

Anmerkung: Bei den Differenzen handelt es sich um die prozentualen Unterschiede zwischen FirstGens und Nicht-FGP (Basis: First-Gen-Professionals)



# Den „FirstGen-Karrierecode“ knacken, um das Inklusions- und Bewusstseinsproblem zu lösen

FirstGen-Professionals sagen mit 19 % geringerer Wahrscheinlichkeit, dass sie am Arbeitsplatz sie selbst sein können; dieses Ergebnis lässt keinen Zweifel daran, dass Unternehmen ein Inklusionsproblem haben. Die Problematik geht jedoch über die Inklusion hinaus. Der Hälfte aller Führungskräfte fehlt das Bewusstsein für die Herausforderungen von FirstGen-Professionals. Überraschenderweise sind selbst Führungskräfte, die ihrerseits FirstGen-Professionals sind, nicht besser informiert. Dies macht deutlich, dass auch der Mangel an Bewusstsein weit verbreitet ist. Um diese Probleme ganzheitlich anzugehen, müssen Arbeitgeber den „FirstGen-Karrierecode“ knacken. Die Ergebnisse dieser Studie zeigen, dass eine Reihe von Best Practices die Erfolgchancen von FirstGen-Professionals deutlich verbessern können, indem sie ihnen das Gefühl geben, besser inkludiert zu sein und ihr authentisches Ich am Arbeitsplatz stärker einbringen zu können. Diese Best Practices kommen zwar allen Mitarbeiter:innen zugute, wirken aber besonders positiv bei FirstGen-Professionals, da sie die Wahrscheinlichkeit für ihr Wohlbefinden und ihre Inklusion um 45 % erhöhen.

**1. Individuelle Trainings als Teil des allgemeinen Onboardings.** Strukturierte Einführungen, wie z. B. Trainee-Programme für Hochschulabsolvent:innen, kombiniert mit maßgeschneiderten Schulungen, steigern das Authentizitätsgefühl von FirstGen-Professionals um 37 %.

---

**Mentoring steigert das Bewusstsein für FirstGen-Professionals um fast ein Drittel.**

---

Durch diese Unterstützungsangebote zu Beginn ihrer Karriere lernen FirstGens viele verschiedene Facetten des Arbeitslebens kennen und können so von Anfang an im Unternehmen besser Fuß fassen.

**2. Diversitätstraining und -netzwerke.** FirstGen-Professionals in Führungspositionen, die an einer Diversitätsschulung teilnehmen und gleich zu Beginn ihrer Karriere Zugang zu Netzwerken erlangen, lernen mit 36 % höherer Wahrscheinlichkeit, ihre Kohorten bewusster wahrzunehmen und wertzuschätzen. Für FirstGen-Professionals ist es wichtig, gesehen zu werden, damit sie sich in Teams willkommen fühlen.

**3. Mentoring im mittleren Karriereabschnitt.** Sowohl FirstGen- als auch Nicht-FirstGen-Führungskräfte, die an Mentoring-Programmen teilgenommen haben, schaffen mit 32 % höherer Wahrscheinlichkeit mehr Bewusstsein für die Herausforderungen von FirstGen-Professionals.





# FirstGen-Professionals schaffen enormen Mehrwert für Unternehmen

Die Investition in FirstGen-Professionals zahlt sich aus – nicht nur, weil sie einen großen Talentpool darstellen. Die Gewinnung und Bindung dieser hochkarätigen Mitarbeiter:innen kann Unternehmen dabei helfen, Wettbewerbsvorteile zu verteidigen und auszubauen, da FirstGen-Professionals einzigartige Qualitäten mitbringen.

**Hohe Eigenmotivation.** Gegenüber ihrer Vergleichsgruppe sind FirstGen-Professionals mit 40 % höherer Wahrscheinlichkeit selbstmotiviert und benötigen weniger Anreize von außen, um Höchstleistungen zu erbringen. Außerdem können sie sich leichter an unterschiedliche Arbeitsumgebungen anpassen und leisten Herausragendes, ohne große Ansprüche und Anforderungen zu stellen. Mitarbeiter:innen mit hoher Eigenmotivation sind, wie die Erfahrung zeigt, auch ausdauernder und dadurch wiederum kreativer, was ihrem persönlichen Wohlbefinden und der Unternehmensleistung zugutekommt.

**Starker intrinsischer Drive.** Selbstmotivierte FirstGen-Professionals haben eine um 59 % höhere Wahrscheinlichkeit, in die Führungsetage aufzusteigen, als FirstGens,

die nicht selbstmotiviert sind. Im Gegensatz dazu liegt bei selbstmotivierten Nicht-FirstGens der Vergleichsgruppe die Wahrscheinlichkeit eines Aufstiegs in die Führungsetage nur um 11 % höher als bei jenen Nicht-FirstGens, die nicht selbstmotiviert sind. Dies deutet darauf hin, dass selbstmotivierte FirstGens in hohem Maße bereit sind, Verantwortung zu übernehmen.

**Ausgeprägte Loyalität.** In großen Unternehmen mit mehr als 1.000 Mitarbeiter:innen ist die Wahrscheinlichkeit, dass diese ihrem Arbeitgeber gegenüber sehr loyal sind, bei FirstGen-Professionals um über 30 % höher. Warum ist dies wichtig? Loyalität bringt Unternehmen nachweislich große Vorteile.. Loyale Mitarbeiter:innen sind eher bereit, länger bei demselben Unternehmen zu arbeiten, und neigen dazu, ihren Arbeitgeber weiterzuempfehlen. Dadurch wird das Humankapital des Unternehmens gestärkt – engagierte Mitarbeiter:innen werden gebunden und neue Talente gewonnen.

# Wie könnte ein Maßnahmenplan aussehen?

Unternehmen benötigen einen organisationsweiten Maßnahmenplan, um sicherzustellen, dass die Talente der FirstGen-Professionals optimal eingesetzt werden, und um

ihre Authentizität und Inklusion am Arbeitsplatz so zu stärken, dass ihre Kolleg:innen und das gesamte Unternehmen davon profitieren.

## Was Arbeitgeber tun können



### Bewusstsein schaffen

Die Erhöhung der Visibilität von FirstGen-Professionals ist der erste notwendige Schritt, um die einzigartigen Herausforderungen und Karrierechancen dieser Mitarbeiter:innen zu verstehen.

Hierzu gibt es mehrere Möglichkeiten:

1. Thematisieren Sie FirstGen-Professionals auf Vorstandsebene. Dies sichert Ihnen die notwendige Aufmerksamkeit und das Budget und zeigt der Organisation, dass die Unternehmensleitung hinter dem Thema steht.
2. Identifizieren Sie einzelne FirstGen-Professionals, um sie öffentlich zu fördern, und inspirieren Sie sie dazu, ihre eigenen einzigartigen Talente – sowie die einzigartigen Talente anderer – zu entfalten.
3. Räumen Sie dem sozioökonomischen Hintergrund als wichtiger Facette Ihrer Diversitätsstrategie angemessenes Gewicht ein (von der Budgetierung bis hin zur internen Kommunikation) und integrieren Sie diesen Aspekt in die Schulungsprogramme Ihrer Führungskräfte.



### Einstiegsbarrieren anpassen

FirstGen-Professionals haben möglicherweise unkonventionelle Lebensläufe oder nur wenig bzw. gar keine Praktikums- oder Auslandserfahrung. Durch einen flexibleren Umgang mit bestimmten Anforderungen und Aufbau von Expertise beim Recruiting dieser Zielgruppe – basierend auf Best Practices bei der Einstellung anderer diverser Mitarbeiter:innen – erhalten Unternehmen Zugang zu einem viel breiteren Talentpool.

Im Folgenden seien nur einige Möglichkeiten genannt:

1. Vor einer Ablehnung von nichtlinearen Lebensläufen sollten Sie Kandidat:innen die Möglichkeit geben, ihren beruflichen Werdegang zu erläutern. Neugierde ist immer besser als ein vorschnelles Urteil.
2. Überprüfen Sie Ihren Ansatz für die Bewertung von Kandidat:innen. Es gibt mehrere Möglichkeiten, wie diese ihre Fähigkeiten und Eignung nachweisen können. Internationaler Geschäftssinn ist unter Umständen auf den familiären Hintergrund zurückzuführen und nicht auf ein Auslandssemester. Eine Teilzeitbeschäftigung kann ebenso auf Führungsqualitäten und Eigenverantwortung hindeuten wie ein absolviertes Praktikum. Seien Sie offen.
3. Schulen Sie Interviewer:innen darin, proaktiv die richtigen Fragen zu stellen, wie dies auch bei anderen Diversitätsdimensionen wie Gender- und ethnischer Zugehörigkeit üblich ist. Weisen Sie die Interviewer:innen gezielt auf die unterschiedlichen individuellen Situationen dieser Kandidat:innen hin. Rekrutieren Sie auch FirstGen-Professionals für HR-Rollen, damit diese Kandidat:innen aus ihrer eigenen Vergleichsgruppe interviewen können.





## Unterstützungsangebot erweitern

FirstGen-Professionals haben zu Beginn ihres beruflichen Werdegangs und während ihrer gesamten Karriere einen höheren Bedarf an Trainings und anderen Formen der Karriereunterstützung.

Die gute Nachricht ist, dass es bereits einen Katalog mit Best Practices für FirstGen-Professionals gibt, der von recht einfachen bis zu umfassenderen Maßnahmen reicht. Hierzu gehören unter anderem

1. Einrichtung strukturierter Mentoring- und Matching-Prozesse, um diese Personen mit anderen FirstGen-Professionals zusammenzubringen – ähnlich wie bei bereits beste-

henden Netzwerken, wie beispielsweise für Frauen.

2. Entwicklung von individuell zugeschnittenen Karriereprogrammen – von Einstiegschulungen bis hin zu Coaching-Angeboten für Führungskräfte.
3. Förderung der individuellen Weiterbildung, um die Lücke zur Vergleichsgruppe weiter zu schließen – von grundlegenden Bildungsabschlüssen bis hin zu Hochschulabschlüssen (z. B. einem Master oder einer Promotion).

## Was FirstGen-Professionals tun können

Im Gegensatz zu anderen diversen Mitarbeitergruppen sind FirstGen-Professionals nicht ohne Weiteres erkennbar. Daher müssen sie selbstbewusster auftreten, um andere auf ihren einzigartigen Hintergrund und ihre Herausforderungen aufmerksam zu machen.



### Mut beweisen

1. Gehen Sie proaktiv in Vorstellungsgespräche und erklären Sie, wer Sie sind und welchen Hintergrund Sie haben. Dies führt oft zu einer positiven Reaktion.
2. Verhalten Sie sich authentisch und inspirieren Sie andere durch Ihr Vorbild. Sprechen Sie offen über Ihren Hintergrund, um andere zu ermutigen.
3. Seien Sie selbstbewusst und überzeugt, dass Ihre einzigartigen Fähigkeiten geschätzt werden.



### Initiative ergreifen

1. Unterstützen Sie andere FirstGen-Kolleg:innen bei der Arbeit und außerhalb Ihres Unternehmens als Mentor:in.
2. Beteiligen Sie sich proaktiv an Netzwerken, oder gründen Sie selbst eines.
3. Nutzen Sie Schulungen und andere Karriereangebote proaktiv.

Wenn wir FirstGen-Professionals stärker das Gefühl geben, dass sie am Arbeitsplatz authentisch sein können und dazugehören, bringt dies zahlreiche Vorteile. Hierzu gehören unter anderem die Bildung von leistungsstarken Teams oder das Wissen um engagierte, selbstbewusste und leistungsbereite Mitarbeiter:innen – das bestmögliche Resultat einer integrativen Kultur.

# Über die Autor:innen



Sebastian Ullrich ist Managing Director und Partner im Düsseldorfer Büro von BCG und leitet die FirstGen-Initiative von BCG. Sebastian ist ein FirstGen-Professional. Er begann seine Karriere mit einer Ausbildung zum Maurer und verbrachte später mehrere Jahre bei der Deutschen Marine. Nach seinem Studium und seiner Promotion in Ökonometrie kam er zu BCG. Sie können ihn unter [ullrich.sebastian@bcg.com](mailto:ullrich.sebastian@bcg.com) kontaktieren.



Thilo Sander ist Consultant im Hamburger Büro von BCG und operativer Leiter der BCG-Initiative FirstGen. Er ist ein FirstGen-Professional und kam nach seinen Abschlüssen in Maschinenbau, Internationalem Wirtschaftsingenieurwesen und Public Policy zu BCG. In seiner Freizeit unterstützt er FirstGen-Student:innen als Mentor der NGO "ArbeiterKind.de gGmbH". Sie können ihn unter [sander.thilo@bcg.com](mailto:sander.thilo@bcg.com) kontaktieren.



Marc Schalück ist Principal im Düsseldorfer Büro von BCG und war der Projektleiter dieser Studie. Marc ist ein FirstGen-Professional. Er begann seine Karriere mit einer Ausbildung und kam später als Quereinsteiger zu BCG. Während seines Studiums hat er sich auf Diversity Management spezialisiert. Sie können ihn unter [schalueck.marc@bcg.com](mailto:schalueck.marc@bcg.com) kontaktieren.



Jennifer Wieland ist Consultant im Münchner BCG-Büro und Kernmitglied der BCG-Initiative FirstGen. Sie ist selbst FirstGen-Professional und begann ihre Karriere in einem Baumarkt. Während ihres Studiums der Wirtschaftspsychologie entdeckte Jennifer ihr Interesse an dem Thema, das sie aktuell unter anderen auch in ihrer Promotion untersucht. Sie können sie unter [wieland.jennifer@bcg.com](mailto:wieland.jennifer@bcg.com) kontaktieren.

## Danksagung

Die Autor:innen danken Muhammad Mudassir Saleem, Junior Consultant im Frankfurter BCG-Büro, und Jannik Wiegert, Associate im Berliner BCG-Büro, die beide an der Konzeption dieser Studie mitgewirkt, Interviews durchgeführt und die Ergebnisse der Studie ausgewertet haben.

Darüber hinaus möchten sich die Autor:innen ganz herzlich bei allen Personen bedanken, die die Umfrage verteilt, den Fragebogen ausgefüllt und sich freundlicherweise zu ausführlichen Interviews bereit erklärt haben, um ihre persönlichen Erfahrungen im Interesse von FirstGen-Professionals einem breiteren Publikum zugänglich zu machen. Ein besonderer Dank geht an die NGOs „ArbeiterKind.de gGmbH“ und „Speed Up, Buddy! e. V.“, die bei der Verteilung der Umfrage in ihren Communitys geholfen haben.



