

## Abstract

### Titel:

Generation Z – Employer Branding: Arbeitgeberpräferenzen in der Elektrotechnikbranche im Allgäu

### Kurzzusammenfassung:

Der Fachkräftemangel wird ein immer grösseres Problem für Unternehmen. Während die «alten» Generationen die Unternehmen altersbedingt verlassen, rücken immer weniger Fachkräfte der geburtenschwachen Jahrgänge nach. In dieser Arbeit soll geklärt werden, welche Faktoren für Unternehmen entscheidend sind, um von der Generation Z als attraktiver Arbeitgeber wahrgenommen zu werden. An der qualitativen Untersuchung nahmen acht Auszubildende eines Grossunternehmens aus Deutschland teil. Die Unternehmen müssen versuchen, die Grundansprüche der Gen Z zu befriedigen, indem sie z.B. einen Nachweis über ein angenehmes Umfeld via Social Media verbreiten. In der Personalabteilung sollten sie auf junge Mitarbeitende setzen, die die Gleichaltrigen am besten verstehen.

**Verfasser/in:** Daniel Goldmann  
**Herausgeber/in:** Dr. oec. HSG Susanne Zajitschek  
**Veröffentlichung (Jahr):** 01. Juli 2016  
**Zitation:** Goldmann Daniel, 2016, Generation Z – Employer Branding: Arbeitgeberpräferenzen der Elektrotechnikbranche im Allgäu. FHS St.Gallen – Hochschule für Angewandte Wissenschaften: Masterarbeit MSc in Business Administration  
**Schlagworte:** Attraktive Arbeitgeber, Fachkräftemangel, Generation Z

## **Ausgangslage**

Der Fachkräftemangel wird ein immer grösseres Problem für Unternehmen. Während die «alten» Generationen die Unternehmen altersbedingt verlassen, rücken auf Grund der schwachen Jahrgänge immer weniger Fachkräfte nach. Die Rede ist von der Generation Z. Unternehmen müssen einen Weg finden, die Generation Z für sich zu gewinnen. Dafür müssen sie zunächst die Generation Z, über die im Gegensatz zur Generation Y noch nicht viel bekannt ist, verstehen.

## **Ziel**

In der vorliegenden Arbeit soll geklärt werden, welche Faktoren für Unternehmen entscheidend sind, um von der Generation Z als attraktiver Arbeitgeber wahrgenommen zu werden. Daraus sollen den Unternehmen konkrete Massnahmen vorgeschlagen werden, damit diese dem Fachkräftemangel erfolgreich entgegenwirken können.

## **Vorgehen**

Die Erkenntnisse aus den konzeptionellen Grundlagen dienen als Basis für die qualitative Untersuchung, an der acht Auszubildende, die zu den Besten ihres Gebiets innerhalb eines internationalen Grossunternehmens aus Deutschland gehören, teilnehmen.

## **Erkenntnisse**

Attraktive Arbeitgeber sind Unternehmen, die die Grundvoraussetzungen gutes Betriebsklima, durchschnittliches bis überdurchschnittliches Gehalt und Spass an der Arbeit bieten können. So lange Unternehmen die Grundvoraussetzungen erfüllen, besteht eine geringere Gefahr die Fachkräfte an weiter entfernte Regionen (bzw. Unternehmen) zu verlieren. Denn die heimatverbundene Generation Z überlegt sich zweimal, ob sie die Heimat verlässt oder nicht. Zu den favorisierten Arbeitgebern zählen international tätige Grossunternehmen die Arbeitsplatzsicherheit und gute Entwicklungsmöglichkeiten bieten. Zudem zeigt sich die Generation Z gegenüber ihrem Ausbildungsunternehmen loyal und würde gerne nach der Ausbildung im Unternehmen verbleiben. Unternehmen sollten aber auch die Gelegenheit nutzen, der noch nicht weit in die Zukunft denkenden Generation Z mit geeigneten Massnahmen an ihr Unternehmen zu binden. Es zeigt sich, dass Handlungsbedarf notwendig ist. So müssen die Unternehmen versuchen, die Grundansprüche der Gen Z zu befriedigen, indem sie z.B. einen Nachweis über ein angenehmes Betriebsklima via Social Media verbreiten. Mit einer eigenen Karriereseite auf Facebook könnten junge Mitarbeitende von ihrer alltäglichen Arbeit erzählen und so einen Einblick ins Unternehmen ermöglichen. In der Personalabteilung sollten Unternehmen auf junge Mitarbeitende setzen, denn diese verstehen die Gleichaltrigen am besten und können die «alten» Generationen dabei unterstützen, junge Talente für sich zu gewinnen.