

Arbeitgeberattraktivität in der Versicherungsbranche aus Sicht der Generation Z am Beispiel der Vaudoise Versicherungen

Im heutigen «War for Talents» ist es für Unternehmen von entscheidender Bedeutung, sich als attraktiven Arbeitgeber zu positionieren, um Talente für sich zu gewinnen und langfristig an das Unternehmen zu binden. Insbesondere für die Generation Z, die bald zu einer der größten und relevantesten Generationen auf dem Arbeitsmarkt heranwachsen wird, ist die Arbeitgeberattraktivität ein wichtiger Faktor bei der Entscheidung für oder gegen eine bestimmte Arbeitsstelle. Trotzdem gibt es bisher noch wenig Informationen darüber, welche Vorstellungen und Ansprüche die Generation Z an einen attraktiven Arbeitgeber stellt. Hinsichtlich der Arbeitgeberattraktivität in der Versicherungsbranche fehlen solche Studien noch gänzlich.

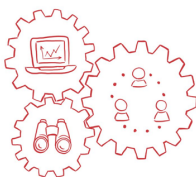
Diese Studie hat deshalb zum Ziel herauszufinden, welche Forderungen und Ansprüche die Generation Z an einen attraktiven Arbeitgeber in der Versicherungsbranche stellen und wie diese das Unternehmen bei der Entwicklung von HR-Maßnahmen und ihrer Arbeitgebermarke (Employer Branding) unterstützen.

Die Wichtigkeit von 18 Attraktivitätsmerkmalen wurde mittels eines Online-Fragebogens bei allen Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen der Generation Z in unterschiedlichen beruflichen Stellungen bei der Vaudoise Versicherungen AG überprüft.

Die Ergebnisse zeigen, dass die Attraktivitätsmerkmale Work-Life-Balance, Arbeitsatmosphäre, Arbeitsbedingungen und Management für die Befragten als wichtigste Pfeiler gelten. Nicht erstaunt hat hingegen die Tatsache, dass die Attraktivitätsmerkmale der gesamten Generation Z, sehr ähnlich den Merkmalen der Generation Z in der Versicherungsbranche sind. Unbeachtet dieser Ähnlichkeiten hat die Studie dennoch spezifische Präferenzen der Generation Z in der Versicherungsbranche hervorgehoben.



Die Unternehmen sind daher einerseits gezwungen langfristig HR-Maßnahmen und Employer-Branding Strategien zu entwickeln, die für die gesamte Belegschaft eine positive Arbeitsatmosphäre und Arbeitsbedingungen gewährleisten und so eine angenehme Work-Life-Balance schaffen. Andererseits scheint es wichtig, die erhobenen Ergebnisse mit weiterführenden (generationenübergreifenden) Forschungen zu ergänzen und diese in der Entwicklung mit zu berücksichtigen. Wichtig bleibt, dass diese Maßnahmen glaubwürdig und langfristig umsetzbar sind und von allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Unternehmung getragen werden.



**Bachelor of Science
in Betriebsökonomie**



Autor:
Jonas Blatter



Referent:
Andreas Zenhäusern