



GEORG-AUGUST-UNIVERSITÄT  
GÖTTINGEN

# Was ist wichtig bei der Arbeitgeberwahl? Eine zielgruppenorientierte Analyse

Dr. Anna Katharina Hildisch  
Lehrstuhl für Personalmanagement  
mit Schwerpunkt China/ Asien  
Georg-August-Universität Göttingen  
Platz der Göttinger Sieben 5  
37073 Göttingen  
[www.hrm.uni-goettingen.de](http://www.hrm.uni-goettingen.de)

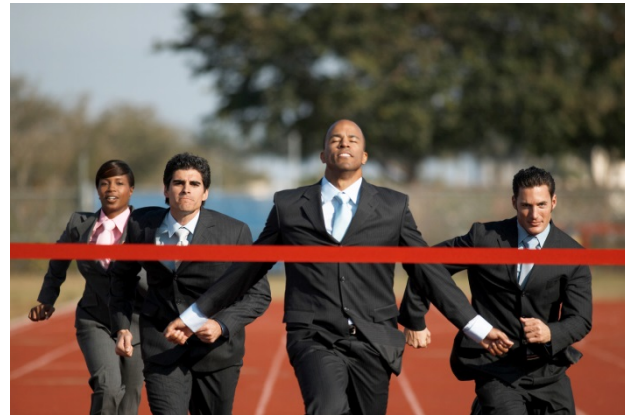
# Hintergrund der Studie

## Demografischer Wandel

- Bis 2050 fehlen in Deutschland ca. 6 - 10 Mio. Arbeitskräfte

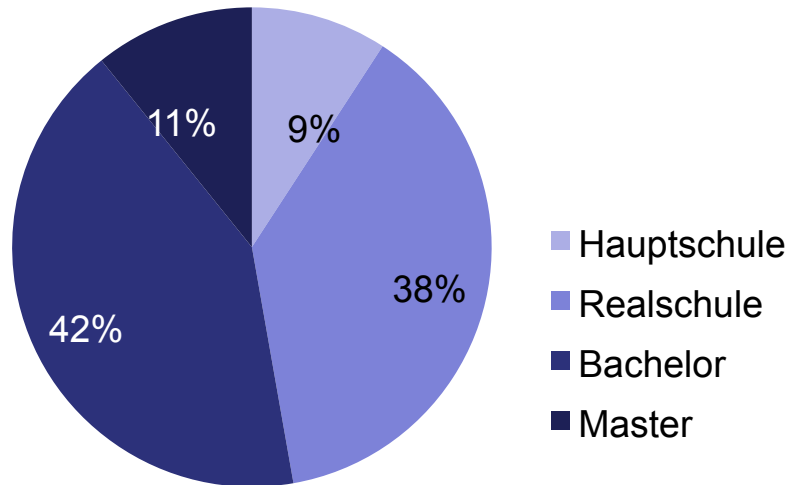
## Arbeitgeberattraktivität

- Langfristige Sicherstellung der Wettbewerbsfähigkeit im „War for Talents“



- Welche Faktoren machen ein Unternehmen für Bewerber attraktiv?
- Unterscheiden sich Schüler (Haupt- und Realschule) und Studierende?

# Teilnehmer



Bislang 308 Teilnehmer ausgewertet, davon

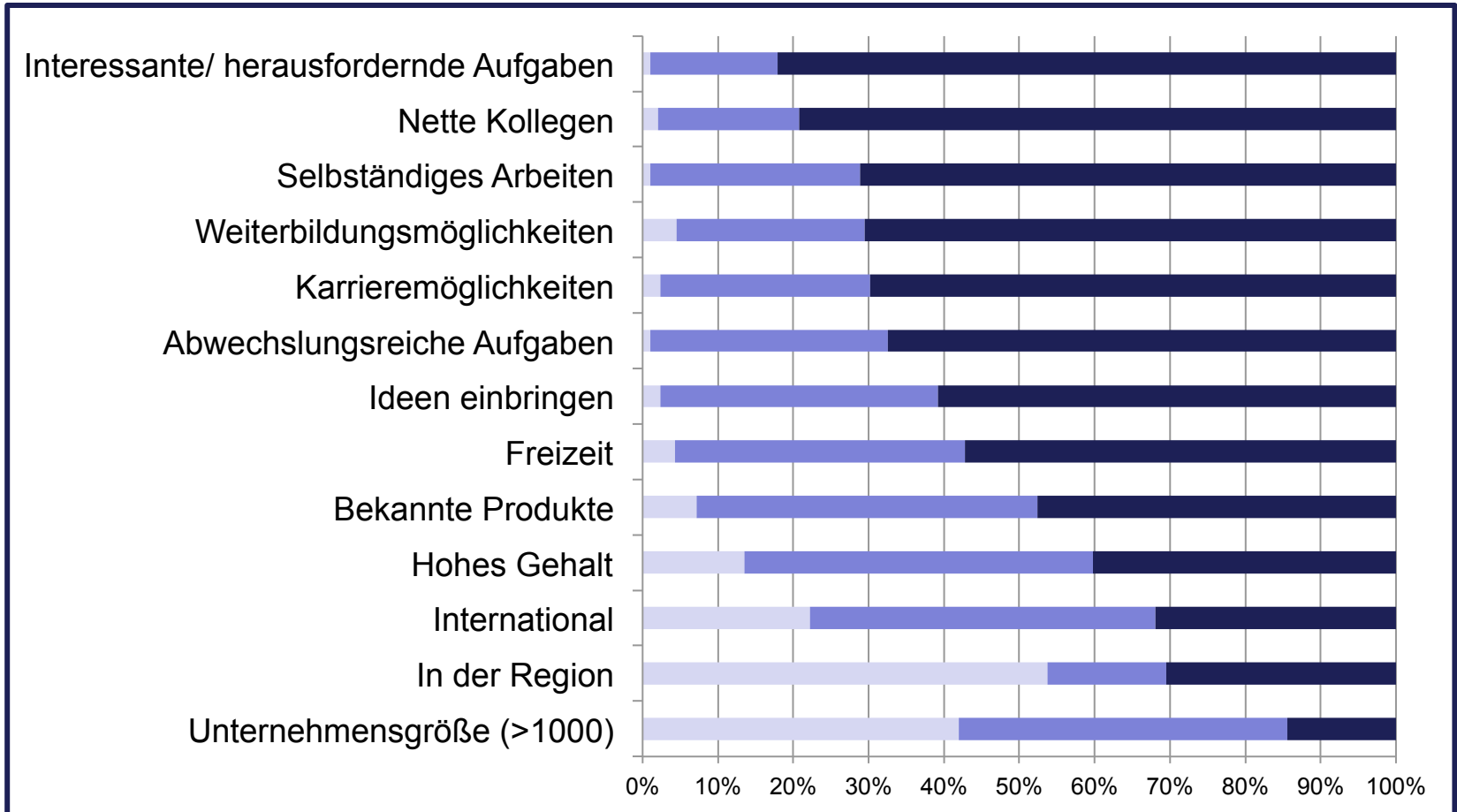
Schüler:

- » N = 144
- » Ø 16,3 Jahre
- » 54% Männlich

Studierende:

- » N = 164
- » Ø 23,2% Jahre
- » 48% männlich


# Allgemeine Ergebnisse (Auszug)




- Gar nicht wichtig/ nicht wichtig
- Eher nicht wichtig/ eher wichtig
- Wichtig/ sehr wichtig

# Zielgruppenanalyse (signifikante Ergebnisse)


## Einfluss auf die Bedeutung von


- Auslandsstandorten
- Karrieremöglichkeit
- Weiterbildung 

- 
- Regionaler Orientierung 

**Ausbildungsniveau**  
Schüler (Sch)/ Studenten (St)


## Einfluss auf die Bedeutung von

- Produkten
- Auslandsstandorten
- Kollegen 

- 
- Karriere als „Gesamtkonstrukt“ 

**Geschlecht**  
Männlich (♂)/ Weiblich (♀)

## Einfluss auf die Bedeutung von

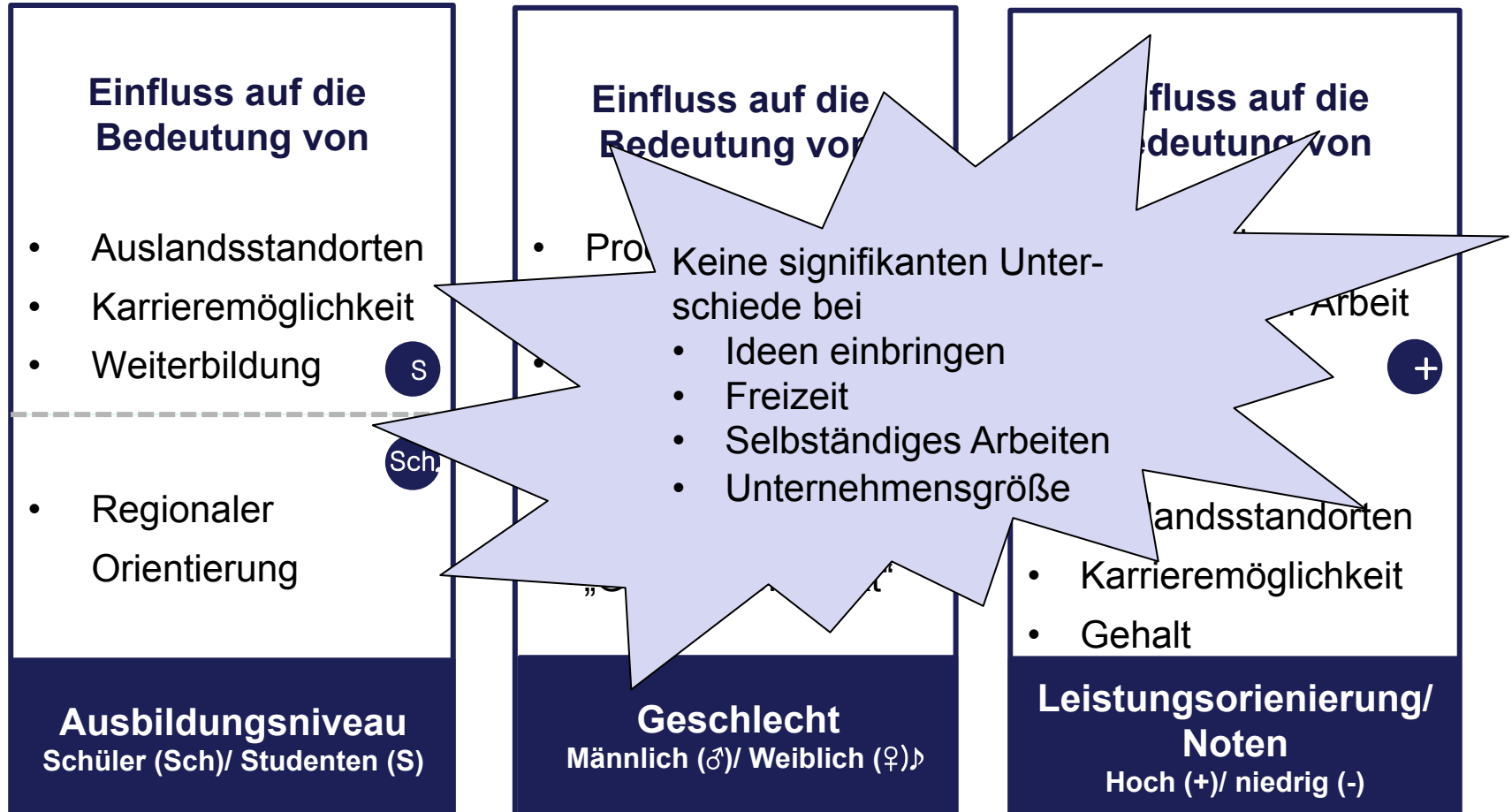
- Weiterbildung
- Interessanter Arbeit
- Abwechslung 

Nur LO:

- Auslandsstandorten
- Karrieremöglichkeit
- Gehalt

**Leistungsorientierung  
(LO)/ Noten**  
Hoch (+)/ niedrig (-)

# Zielgruppenanalyse (signifikante Ergebnisse)



# Zusammenfassung und Implikationen



- Interessante Aufgaben, nette Kollegen, selbständiges Arbeiten sowie Weiterbildungs- und Karrieremöglichkeiten sind die Top 5 (eher arbeits- als unternehmensorientiert)
- Unternehmensgröße, regionaler Standort, internationale Standorte, hohes Gehalt und bekannte Produkte haben allgemein die geringste Bedeutung (eher unternehmens- als arbeitsorientiert)

Aber: Nicht alle Bewerber sind gleich

- Unterschiede nach Geschlecht, Ausbildungsniveau, Leistungsorientierung/ Noten
- Ausrichtung des Personalmarketings an den verschiedenen Einstiegsgruppen

**Vielen Dank für die  
Aufmerksamkeit!**



# Kontakt

**Dr. Anna Katharina Hildisch**

Professur für Personalmanagement mit dem Schwerpunkt China/Asien  
Georg-August-Universität Göttingen  
Platz der Göttinger Sieben 5 (Blauer Turm)  
37073 Göttingen

Tel: +49 (0)551 39-20493

Fax: +49 (0)551 39-20492

[katharina.hildisch@wiwi.uni-goettingen.de](mailto:katharina.hildisch@wiwi.uni-goettingen.de)