

## Vorlage Kurzfassung (dt.)

|  |  |
|--|--|
| <b>Verfasser/in</b><br>Anna Christina Maria Hauser   | <b>Betreuer/in</b><br>FH-Prof. Priv.-Doz. MMag. Dr. Anita Zehrer |
| <b>Titel</b><br>Generation Z als Arbeitskräfte in der familiengeführten Hotellerie: Der Einfluss von Arbeitgebermarkenattribute auf ihre Bewerbungsabsicht   |  |
| <b>Keywords (bitte formulieren Sie 3-5 wissenschaftliche Suchbegriffe zu Ihrer Arbeit in der Sprache der Arbeit)</b><br>Arbeitgebermarke, Generation Z, Familiengeführte Hotellerie, Bewerbungsabsicht |  |

### Kurzfassung

Ziel der vorliegenden Masterarbeit ist es, zu untersuchen, welche instrumentellen und symbolischen Arbeitgebermerkmale familiengeführter Hotelbetriebe die Bewerbungsabsicht der Generation Z beeinflussen. Hintergrund der Untersuchung ist der anhaltende Fachkräftemangel, der aus einem komplexen Zusammenspiel demografischer, generationsspezifischer, struktureller und kommunikativer Herausforderungen sowie dem negativen Arbeitgeberimage des Gastgewerbes und den charakteristischen Schwächen familiengeführter Unternehmen resultiert. Mit dem fortschreitenden Ruhestand der Baby-Boomer rückt die Generation Z mit ihren idealistischen Erwartungen an den Arbeitsplatz zunehmend in den Fokus personalstrategischer Überlegungen. Familiengeführte Hotelbetriebe stehen daher vor der Aufgabe, ihre Arbeitgebermarke gezielt auf die Bedürfnisse dieser Zielgruppe auszurichten, um deren Bewerbungsabsicht nachhaltig zu fördern.

Es wird eine konzeptuelle Replikation zentraler Skalen aus der Originalstudie von Arijs et al. (2018) vorgenommen. Der Schwerpunkt der Analyse und Interpretation liegt auf den eigenen Ergebnissen und deren Kontextbezug. Die Datenerhebung erfolgt mittels eines standardisierten Online-Fragebogens. Zielgruppe der Befragung ist die Generation Z, wobei als exemplarische Teilgruppe Studierende wirtschaftswissenschaftlicher Studiengänge herangezogen werden. Die Stichprobe wird im Rahmen eines nicht-probabilistischen Auswahlverfahrens gewonnen. Insgesamt werden 204 Datensätze in die Analyse einbezogen. Zur Überprüfung der Hypothesen werden deskriptive Statistiken sowie hierarchische multiple Regressionsanalysen verwendet.

Von neun untersuchten Arbeitgebermerkmalen erweisen sich Aufstiegsmöglichkeiten, Vertrauenswürdigkeit und Vergütung als signifikante Einflussfaktoren auf die Bewerbungsabsicht der Generation Z. Ziel der anschließenden Handlungsempfehlungen ist es, Wege aufzuzeigen, wie familiengeführte Hotelbetriebe die identifizierten, bewerbungsrelevanten Merkmale innerhalb ihrer Arbeitgebermarke gezielt stärken und somit ihre Anziehungswirkung auf die Generation Z optimieren können. Die Handlungsempfehlungen beinhalten praxisnahe Vorschläge wie visuell aufbereitete Karrierepfade, individuelle Bonusmodelle oder „Follow us around“-Kurzvideos zur Übermittlung der Arbeitsatmosphäre.

Ein weiterer zentraler Untersuchungsbefund betrifft die Wahrnehmung der Arbeitgeberattribute im Zusammenhang mit der Bezeichnung „familiengeführt“. Die Analyse zeigte, dass keine der Merkmale negativ bewertet wurde. Deshalb wird empfohlen die Bezeichnung gezielt in Rekrutierungsbotschaften zu

integrieren, um sich von der Kettenhotellerie abzugrenzen und eine familiäre Unternehmenskultur zu vermitteln.

**Eingereicht am:** 14.07.2025