

Klagenfurt, 15. Februar 2011

## **Bericht zur Projektförderung: Interviews Employer Branding**

Im Rahmen meines Dissertationsvorhabens habe ich zwei empirische Erhebungen in meinem Forschungsbereich (Employer Branding) durchgeführt. Da ich eine kumulative Dissertation anstrebe, gliedert sich meine Forschungstätigkeit in mehrere Projekte, wobei die beiden nachstehend angeführten Projekte vom Verein für Wirtschaftswissenschaften gefördert wurden.

### **1. Tiefeninterviews mit Unternehmen**

Das Ziel dieses Projekts war es, empirische Grundlageninformationen zum Thema zu gewinnen. Da Employer Branding in der Praxis bereits große Bedeutung beigemessen wird und die Anzahl an themenspezifischen, wissenschaftlichen Studien demgegenüber relativ überschaubar ist, wurde ein qualitativer Ansatz für die Erhebung gewählt. Im Wintersemester 2010/2011 habe ich Interviews mit den Verantwortlichen für den Bereich Employer Branding in zehn Unternehmen durchgeführt. Bei der Auswahl der Unternehmen war es von Bedeutung, dass alle Unternehmen international tätig sind und aus unterschiedlichen Branchen stammen. Durch die gezielte Auswahl konnten somit einerseits sowohl B2B- als auch B2C-Unternehmen und andererseits sowohl Produktions- als auch Dienstleistungsunternehmen in die Studie miteinbezogen werden, um umfassende und branchenübergreifende Erkenntnisse zu generieren. Infolgedessen wurde ein breiter Unternehmensmix in die Studie einbezogen, der beispielsweise neben renommierte Markenunternehmen der Lebens- und Genussmittelbranche auch Hard- und Softwareproduzenten beinhaltet (siehe Abbildung 1). Für die Interviews wurde vorab ein englischer und deutscher Leidfadenfragebogen erstellt, der folgende Themenschwerpunkte beinhaltet:

- Branchen- und unternehmensweite Bedeutung von Employer Branding
- Aufbau und Entwicklung der Employer Brand
- Externes Employer Branding
- Person-Organization-Fit und Person-Job-Fit
- Erfolgsfaktoren, Probleme und zukünftige Entwicklung von Employer Branding

Die Interviews wurden persönlich oder telefonisch durchgeführt, wobei die Interviewpartner aus Österreich, Deutschland, der Schweiz und Malaysia stammen. Nach Transkription der Interviews wurden diese mit Hilfe des Softwareprogramms ATLAS.ti analysiert und ausgewertet. Die Projektergebnisse werden bzw. wurden schriftlich aufgearbeitet mit dem Ziel einen Journalartikel, sowie 1-2 Konferenzbeiträge zu publizieren.

Abbildung 1: Unternehmensinformation

Unternehmen	Mitarbeiter weltweit	Umsatz
Getränkebranche	301	€ 102 Mio.
Lebensmittelbranche	25,000	€ 1,800 Mio.
Tabakindustrie	25,000	\$ 9,600 Mio.
Elektrotechnikbranche	116,000	€ 23,200 Mio.
Mineralölbranche	34,000	€ 17,920 Mio.
Energiebranche	1,400	€ 1,200 Mio.
Papierindustrie	31,000	€ 4,100 Mio.
Hardwarebranche	160,000	\$ 30,900 Mio.
Softwarebranche	48,000	€ 10,700 Mio.
Consultingbranche	400	€ 84,3 Mio.

## 2. Fokusgruppeninterview

In einem zweiten Projekt wurden drei Fokusgruppeninterviews mit Universitätsabsolventen verschiedener Studienrichtungen abgehalten. Das Ziel dieses Projekts war es das Informations- und Entscheidungsverhalten bei der Wahl des Arbeitsplatzes zu analysieren. Die Fokusgruppeninterviews wurden in drei Gruppen zu jeweils 6 Personen durchgeführt, wobei die Teilnehmer über mindestens 2-3 Jahre Berufserfahrung verfügen mussten. Die Gruppeninterviews fanden ebenfalls im Wintersemester 2010/2011 statt und variierten in ihrer Länge zwischen 120 und 150 Minuten. Alle Interviews wurden mit Videokamera aufgezeichnet, transkribiert und mit einem Fotoprotokoll ergänzt (siehe Abbildung 2). Die Untersuchungsergebnisse lieferten einerseits weitreichende Einblicke in das Informations- und Entscheidungsverhalten bei der Arbeitsplatzwahl und es ermöglichten andererseits 102 aus der Literatur identifizierte Arbeitgeber-Attraktivitätskriterien auf eine finale Anzahl von 28 Kriterien zu verdichten. Beide Ergebnisblöcke bildeten die Basis für eine weitere quantitative Studie und wurden in einen umfangreichen Fragebogen eingearbeitet. Zudem wäre eine separate Ergebnisaufarbeitung in Form eines Konferenzbeitrags oder Journalartikels denkbar.

Abbildung 2: Beispielbilder Gruppeninterviews



Da beide Erhebungen mit hohen Kosten verbunden waren, möchte ich mich für die Unterstützung seitens des Fördervereins nochmals herzlich bedanken.

Mit freundlichen Grüßen  
MMag. Simone Hohegger