



FH-Prof Dipl.-Kfm. Dr. Marcus Stumpf ist Fachbereichsleiter Marketing & Relationship Management.

BILD: SN/MARC STICKLER

FH-Prof Dr. Herbert Gölzner ist Fachbereichsleiter Human Resource Management & Leadership.

BILD: SN/MARC STICKLER



Gütesiegel für Unternehmen

Unternehmen wollen attraktiv sein – für Mitarbeiter und für Kunden. Zwei Professoren der FH Salzburg entwickelten ein Gütesiegel, mit dem sich Arbeitgeberattraktivität bewerten lässt.

Marcus Stumpf und Herbert Gölzner vom Studiengang Betriebswirtschaft der FH Salzburg haben ein wissenschaftlich fundiertes Werkzeug entwickelt, um die Attraktivität eines Unternehmens zu bewerten.

SN: Employer Branding ist eines der Schlagworte in der Welt der Unternehmer. Was macht dieses Thema so wichtig für die Betriebe?

Stumpf: Weil sich in den letzten Jahren herumgesprochen hat, dass die demografische Entwicklung zu einer zwangsläufigen Verknappung am Arbeitsmarkt führen wird. Die Anforderungen in einer Wissensgesellschaft verlangen zudem nach höher qualifizierten Mitarbeitern. Am Arbeitsmarkt tut sich also eine quantitative wie qualitative Schere auf.

Gölzner: Deutlich spürbar ist der Fach- und Führungskräfteangel bereits im technischen Bereich, im Verkauf und Kundendienst und bei leitenden Positionen. Es ist zu erwarten, dass es in Zukunft noch schwieriger wird, qualifiziertes Personal zu finden. Employer Branding ist sowohl ein Thema des Personalmanagements als auch des Marketings. Es braucht beide Disziplinen, um dieses Thema professionell abdecken zu können.

SN: Viele Unternehmen suchen nach Fachkräften, vielen Unternehmen laufen die Fachkräfte regelrecht zu – was macht den Unterschied hier aus?

MS: Gerade kleinere, unbekanntere Unternehmen stehen auf dem Arbeitsmarkt im Wettbewerb mit Unternehmen, die über ein zugkräftiges Markenimage verfügen und attraktivere Konditionen bieten. Absolventen bevorzugen daher eher einen Berufseinstieg bei Audi, Lufthansa oder McKinsey. Es kommt darauf an, die fachlich wie persönlich am besten passenden Bewerber zu rekrutieren und zu binden. Dabei geht es darum, die Besten unter den Passenden zu finden. Im Vordergrund stehen daher nicht die High Potentials, sondern die Right Potentials.

HG: Den Unterschied macht einerseits, wie attraktiv das Unternehmen für Mitarbeiter ist, und andererseits, wie bekannt das Unternehmen als attraktiver Arbeitgeber nach außen ist. Beides ist wichtig. Nur eines von beiden ist zu wenig.

SN: Wie schafft es ein Unternehmen, im sogenannten „War of Talents“, auf der intensiven Suche nach Fachkräften einen Schritt voraus zu sein?

MS: Zum einen ist es erfolgversprechend, antizyklisch in die Arbeitgebermarke zu investieren. Erfolgreiche Arbeitgebermarken wurden eben nicht in Zeiten hohen Recruitingbedarfs gebildet, sondern bereits zuvor. Zum anderen fokussiert Employer Branding nicht nur auf Mitarbeitergewinnung und -bindung, sondern hat überdies positive Effekte auf die Unternehmenskultur und Leistungsbereitschaft der Mitarbeitenden, auf die Positionierung der Marke und letztlich auf den Firmenerfolg.

SN: Das von Ihnen ins Leben gerufene Gütesiegel gibt in puncto Persönlichkeit und Attraktivität der Arbeitgeber aufschlussreiche Erkenntnisse. Wie funktioniert die Bewertung?

HG: Aufgrund einer Meta-Studie haben wir die 15 wichtigsten Kriterien, die Arbeitgeberattraktivität ausmachen, erhoben. Diese sind jedoch nicht für alle Mitarbeiter gleich attraktiv. Entscheidend hierfür ist die Sozialisation, also zu welcher Zeit jemand aufgewachsen ist. Somit haben wir eine Unterscheidung nach den vier Mitarbeitergenerationen eingeführt: Baby-Boomer (194–1964 geb.), Generation X (1965–1980), Generation Y (1981–1994), Generation Z (ab 1995). Alle diese

15 Kriterien sind wichtig, aber einige sind für die eine Mitarbeitergruppe besonders wichtig, für andere eben „nur“ wichtig und für wieder eine andere Mitarbeitergruppe sehr wichtig. Danach haben wir unterschiedlich gewichtet. Die Mitarbeiter eines Unternehmens füllen den Fragebogen mit den 15 Fragen aus, dies wird nach Generation gewichtet und daraus die Arbeitgeberattraktivität gemessen. Das Ergebnis ist ein Gütesiegel in Gold, Silber oder Bronze. Weiters haben wir in der Auswertung sowohl nach Führungskräften und Mitarbeitern als auch nach Männern und Frauen unterschieden.

MS: Zudem lassen sich fünf ausgeprägte Markenpersönlichkeitsdimensionen („the big five“) mit zahlreichen Unterkriterien ausmachen, die sich in der psychologischen Forschung als ganz zentral für die Beschreibung von Persönlichkeiten herausgestellt haben. Im Zuge unserer Unternehmensbewertung fragen wir diese Kriterien der Markenpersönlichkeit bei den Mitarbeitern bezüglich ihres Unternehmens ab. Die Ergebnisse zur eigenen Markenpersönlichkeit dienen im nächsten Schritt als Ausgangspunkt zur Bildung der Arbeitgebermarke und zu deren kommunikativen Umsetzung.

Hofer KG Zweigniederlassung Sattledt STAND: 1



Kontakt: MMMag. Edwin Feichter
E-Mail: EDWIN.FEICHTER@HOFER.AT; Tel.: +43 7244 / 20200-2120
Homepage: www.karriere.hofer.at
Mitarbeiteranzahl: 7000

HOFER ist Österreichs führender Lebensmittel-Diskonter. Wir konzentrieren uns auf das Wesentliche. Das ermöglicht uns, beste Qualität zu niedrigsten Preisen anzubieten. Die HOFER KG ist Teil der Unternehmensgruppe ALDI Süd und betreibt derzeit ca. 440 Filialen mit 7 Zweigniederlassungen in ganz Österreich sowie Filialen in der Schweiz, in Slowenien und in Ungarn.

Gesuchte Ausbildung: Betriebswirtschaft, MultiMediaTechnology, Smart Building
Unterstützung bei Bachelor- oder Masterarbeiten: Ja
Möglichkeit eines Praktikums: Ja

IVM Technical Consultants STAND: 3



Homepage: www.ivm.at/karriere
Mitarbeiteranzahl: ca. 250

IVM Technical Consultants ist ein Engineeringdienstleister für die öst. und int. Industrie. Seit 1979 werden Kunden bei innovativen Projekten unterstützt. Mit fachlichem und branchenspezifischem Know-how steht IVM europaweit an der Spitze der Engineeringdienstleister. Diese Qualität wird mit fachlicher und persönlicher Weiterbildung im hauseigenen IVM Campus gesichert.

Gesuchte Ausbildung: Smart Building, Informationstechnik & System-Management, Applied Image & Signal Processing, Multi-MediaTechnology, Informatik
Unterstützung bei Bachelor- oder Masterarbeiten: Ja
Möglichkeit eines Praktikums: Ja

Internationales Frauennetzwerk BPW STAND: 5



Kontakt: INTERESSENTINNEN_SALZBURG@BPW.AT
Homepage: www.bpw.at
Mitarbeiteranzahl: Vorstand: 7; Mitglieder: 75

Seit 1995 ist das internationale Frauennetzwerk BPW in der Stadt Salzburg mit einem eigenen Club verankert. BPW-Frauen stehen in engem Kontakt zueinander – im Sinne ihres Solidaritätskonnex unterstützen, fördern und ergänzen sie sich in beruflichen und persönlichen Angelegenheiten.

Gesuchte Ausbildung: jede berufstätige Frau, jede in Ausbildung oder Karenz befindliche Frau
Unterstützung bei Bachelor- oder Masterarbeiten: Unterstützung als Mentorinnen
Möglichkeit eines Praktikums: Ja

karriere.at Stand: 2



Kontakt: Natalie Ober
E-Mail: NATALIE.OBER@KARRIERE.AT, Tel.: +43 732 / 908 200-201
Homepage: www.karriere.at
Mitarbeiteranzahl: 85

karriere.at ist das größte Jobportal Österreichs und der einfachste Weg zu neuen Jobs. Praktische Features machen die Suche effektiv und einfach: Einmal eingerichtet, liefert der Job-Alarm kostenlos die neuesten Jobs per E-Mail – ganz ohne Aufwand. Jobsuchende können sich mit der Lebenslauf-Funktion von Unternehmen mit Personalbedarf finden lassen. karriere.at bringt mit authentischen Arbeitgebereinsichten die wichtigsten Informationen zu den Bewerbern.

Gesuchte Ausbildung: Development, Sales, Marketing

HILL International Salzburg Stand: 4



Kontakt: Franz Wührer / Susanne Taferner
E-Mail: OFFICE@HILL-SALZBURG.AT
Homepage: www.hill-international.com
Mitarbeiteranzahl: 6

HILL International ist ein Netzwerk mit 50 Büros in über 30 verschiedenen Ländern. In Salzburg befindet sich die zweitälteste Niederlassung. Seit 1982 suchen und vermitteln wir Personal und beraten Unternehmen in strategischen Fragen.

Gesuchte Ausbildung: alle
Unterstützung bei Bachelor- oder Masterarbeiten: Interesse
Möglichkeit eines Praktikums: Ja

Fischer Sports GmbH STAND: 6



Kontakt: Mag. Philipp Möseneder
E-MAIL: JOBS@FISCHERSPORTS.COM, Tel.: +43 7752 / 909-0
Homepage: www.fischersports.com
Mitarbeiteranzahl: ca. 1900

Fischer Sports GmbH entwickelt, produziert und vertreibt Hightech-Skiprodukte und ist Gesamtanbieter in den Bereichen Alpin, Nordisch sowie spezialisiert auf Hockey. Den Mitarbeitern wird Raum für Freiheit, Entwicklung und Innovation sowie ein zielgerichtetes, offenes und sportliches Miteinander geboten – check in @ Fischer Sports – eine fundierte Einschulung wartet auf dich!

Gesuchte Ausbildung: Ingenieurwissenschaften, Sozial- und Wirtschaftswissenschaften, Design, Medien & Kunst
Unterstützung bei Bachelor- oder Masterarbeiten: auf Anfrage
Möglichkeit eines Praktikums: Ja