

# Umfrage: Zukunftslust statt endlos Krisenfrust

Die IAA und die Fachgruppe Werbung der Wirtschaftskammer Wien haben eine große Mitgliederbefragung, den „Employer Brand Survey“, gestartet.



© Florian Wieser

... Von Petra Stückler

**D**er Arbeitsmarkt ist im Umbruch: Digitalisierung und Pandemie haben auch die MarCom-Branche ordentlich durcheinandergewirbelt und die Bereitschaft zum

Jobwechsel erhöht. Welche Auswirkungen und Bedeutung dies für die Agenturen und Firmen hat, will das Austrian Chapter der International Advertising Association (IAA) gemeinsam mit der Fachgruppe Werbung der Wirtschaftskammer Wien (WKW) durch Befragung ihrer

Mitglieder mit dem Employer Brand Survey herausfinden.

**medianet** hat mit Kristin Hanusch-Linser, Vizepräsidentin der IAA, und Jürgen Bauer, Obmann der FG Werbung der WKW, über den Employer Brand Survey, die große Mitgliederumfrage, gesprochen.

**medianet:** Was war der Auslöser, den „Employer Brand Survey“ jetzt zu starten?

**Kristin Hanusch-Linser:** Unsere Branche war bisher immer eine Wachstumsbranche, und wir stellen jetzt fest, dass wir an den Rändern schrumpfen. Das ist interessanterweise – das