employer brand research 2020

schweiz.

randstad

human forward.

inhalt.

1 einleitung
2 ergebnisse
3 einblicke in die sektoren
4 top-arbeitgeber
5 detailanalyse
6 methodologie

einleitung.

warum ist die arbeitgebermarke wichtig?

Unternehmen bezahlen um 10 % zu hohe Gehälter, wenn sie keine starke Marke haben.[1]

50 %

der potenziellen Arbeitnehmer sagen, dass sie nicht für ein Unternehmen mit einem negativen Ruf arbeiten würden – auch nicht mit einer Gehaltserhöhung.[2]

96 %

finden, dass die Vereinbarkeit der persönlichen Werte mit der Unternehmenskultur ein Schlüsselfaktor für die Zufriedenheit am Arbeitsplatz ist.[3]

80 %

der Führungskräfte mit Personalverantwortung sind der Meinung, dass eine starke Arbeitgebermarke signifikante Auswirkungen auf ihre Fähigkeit hat, hervorragende Mitarbeitende einzustellen.[4] Da Menschen für Kulturen arbeiten und nicht für Unternehmen, ist die Wahrnehmung, die sie von Ihnen als Arbeitgeber haben, von überragender Bedeutung. Sowohl Rekrutierer als auch potenzielle Arbeitnehmer geben an, dass die Unternehmenskultur zu den wichtigsten Entscheidungsfaktoren zählen, wenn es um die Wahl eines Arbeitgebers geht. Potenzielle Arbeitnehmer stellen aktiv Nachforschungen über die Unternehmenskultur an, um herauszufinden, wie gut sie selbst hineinpassen würden. Beachten Sie dies, wenn Sie eine offene Unternehmenskultur pflegen. Wenn potenzielle Arbeitnehmer positive Erfahrungen von Mitarbeitenden und anderen potenziellen Arbeitnehmern auf Bewertungsseiten lesen, entscheiden sie sich eher dafür, ihren Lebenslauf einzureichen und ihre Karriere in eine neue Richtung zu lenken.

19 %

Nur 19 % der Arbeitnehmer weltweit erfahren viele Gemeinsamkeiten zwischen dem, was ihr Arbeitgeber über sich selbst sagt, und dem, was sie selbst bei der Arbeit erleben.[5]

52 %

52 % aller Bewerbungskandidaten sehen sich die Website und die Social-Media-Präsenz des Unternehmens an, um mehr über den Arbeitgeber herauszufinden.[6]

Nr. 1

Das Hindernis Nr. 1 im Bewerbungsprozess für die Kandidaten ist es, nicht zu wissen, wie es ist, für das entsprechende Unternehmen zu arbeiten.[7]

1–2 x

Unternehmen mit einer starken Arbeitgebermarke stellen neue Mitarbeitende ein- bis zweimal schneller ein.[8]

76 %

Bei Mitarbeitenden, die viele Gemeinsamkeiten zwischen dem, was ihr Arbeitgeber über sich selbst sagt, und ihrem Erlebnis bei der Arbeit erfahren, ist die Wahrscheinlichkeit grösser, dass sie ihren Arbeitgeber anderen weiterempfehlen.[9]

der fahrplan für ihre arbeitgebermarke.

Prüfung der aktuellen Arbeitgebermarke
- Story der Arbeitgebermarke
- externe Wahrnehmung

Befragung von Mitarbeitenden und Führungskräften, um herauszufinden:
- wie Ihre Marke wahrgenommen wird
- welche Lücken und Verbesserungsbereiche es gibt

Analyse der Mitbewerber in Hinblick auf deren Arbeitskräfte

Externe Marktanalyse
- Karrieremotivationen und Treiber
- spezifische Ausblicke für die Optimierung Ihres Unternehmens

Entwicklung der Säulen der Marke und des Werteversprechens an Mitarbeitende

Entwicklung der Strategie und kreativen Assets für die Arbeitgebermarke

Interne Einführung der Arbeitgebermarke
- Feedback von Mitarbeitenden und Führungskräften einholen

Externe Aktivierung der Arbeitgebermarke

Messung, Prüfung und Neudefinition

was ist die randstad employer branding studie?

- eine repräsentative Befragung im Bereich Arbeitgeber-Markenbildung, basierend auf Angaben des breiten Publikums Optimierung von über 20 Jahren erfolgreicher Einsichten in Arbeitgebermarken
- eine unabhängige Studie mit fast 185'000 Teilnehmenden in 33 Märkten der Welt
- eine Darstellung der Arbeitgeberattraktivität der 150 grössten Arbeitgeber des Landes, die mindestens 10 % der Befragten bekannt sind
- bietet wertvolle Erkenntnisse, die Arbeitgebern helfen, Ihre Arbeitgebermarke zu profilieren

befragungen in 33 märkten abdeckung von über 75 % der weltweiten wirtschaft.

Österreich
Australien
Argentinien
Belgien
Brasilien
Kanada
China
Tschechische Republik
Frankreich
Deutschland
Griechenland
Hongkong SVR
Ungarn
Italien
Indien
Japan
Kasachstan
Luxemburg
Malaysia
Neuseeland
Niederlande
Norwegen
Polen
Portugal
Rumänien
Russland
Singapur
Spanien
Schweden
Schweiz
Grossbritannien
Ukraine
USA

an der Befragung teilnehmende Märkte

Weltweit
- fast 185'000 Befragte
- Befragung von 6'136 Unternehmen

Stichprobe
- im Alter von 18 bis 64 Jahren
- Geschlecht ist repräsentativ
- Alter von 25 bis 44 Jahre überrepräsentiert
- umfasst Studenten, Angestellte und Arbeitslose

Land
- 4'911 Befragte

Feldarbeit
- Online-Interviews
- zwischen 3. und 21. Januar 2020

Länge des Interviews
- 16 Minuten

arbeitgeberuntersuchung aufbau.

30 Unternehmen pro Befragte/r

«Kennen Sie dieses Unternehmen?»
Feststellung der Bekanntheit.

für jedes bekannte Unternehmen

«Würden Sie gern für dieses Unternehmen arbeiten?»
Feststellung der Attraktivität.

für jedes bekannte Unternehmen

Bewertung einer Reihe von Motivatoren:
Feststellung des Grundes für die Attraktivität

SMART-Stichproben

Allen Befragten werden 30 Unternehmen angezeigt. Jedes Unternehmen wird nur von Befragten evaluiert, denen diese spezifische Marke bekannt ist.

Um sicherzustellen, dass die weniger bekannten Marken durch eine ausreichende Anzahl von Befragten beurteilt wird, setzen wir die SMART-Stichprobenmethode ein.

Mit dieser Methode können wir sicherstellen, dass die weniger bekannten Unternehmen mehr Befragten gezeigt werden, um so eine ausreichend solide Stichprobe zu erhalten. Auf diese Weise stellt Randstad Employer Brand Research verlässliche Erkenntnisse sowohl über bekannte als auch weniger bekannte Arbeitgebermarken sicher.

Motivatoren

Jedes Unternehmen wird in folgenden Bereichen bewertet:

01 finanzielle Stabilität

02 Verwendung neuester Technologien

03 hervorragender Ruf

04 Arbeitsplatzsicherheit

05 Zukunftsperspektiven

06 gibt der Gesellschaft etwas zurück

07 interessante Aufgaben

08 angenehmes Arbeitsklima

09 Work-Life-Balance

10 wettbewerbsfähiges Gehalt und Sozialleistungen

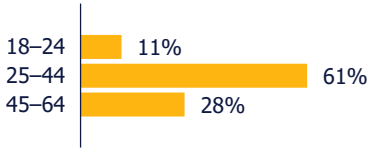
KANTAR

Für diese Befragung arbeitet Randstad mit Kantar, einem der weltweit grössten Netzwerke für Erkenntnisse, Informationen und Beratung zusammen.

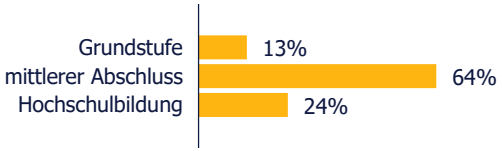
stichprobenzusammensetzung in der schweiz soziodemografische faktoren, arbeitsstatus, region.

Geschlecht

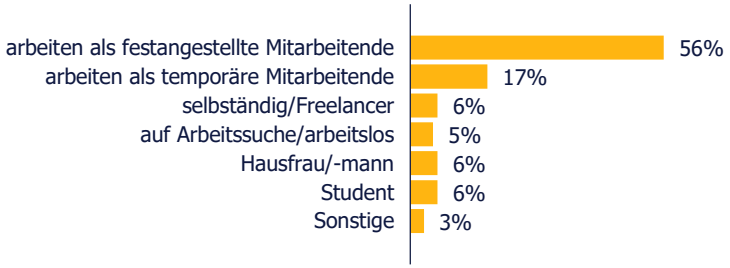
Alter



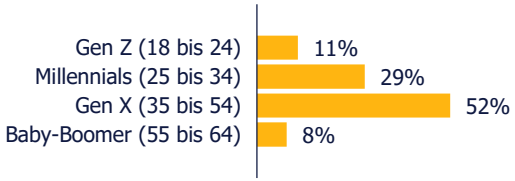
Bildungswesen



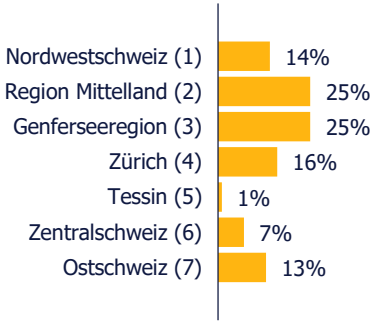
Arbeitsstatus



Generation



Region

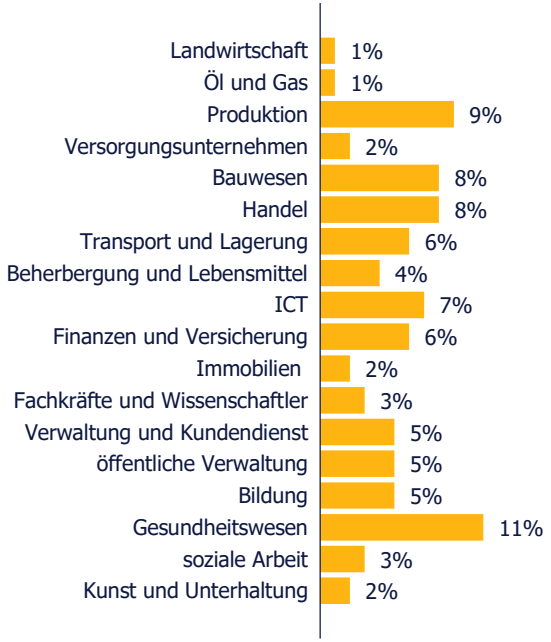


1. Aargau, Basel-Landschaft, Basel-Stadt
2. Bern, Freiburg, Jura, Neuenburg, Solothurn
3. Genf, Wallis, Waadt
4. Zürich
5. Tessin
6. Luzern, Nidwalden, Obwalden, Schwyz, Uri, Zug
7. Appenzell Ausserrhoden, Appenzell Innerrhoden, Glarus, Graubünden, St. Gallen, Schaffhausen, Thurgau

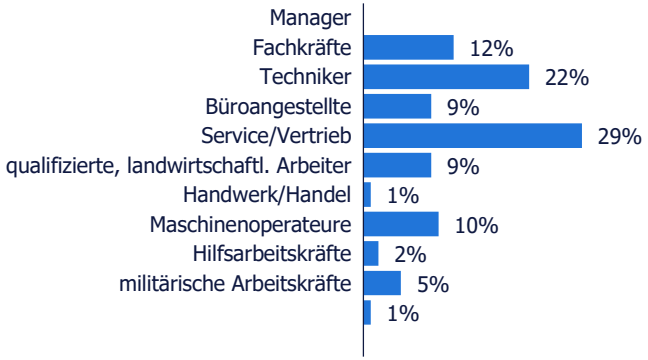
gesamte Stichprobe: 4'911
Feldarbeit: zwischen 3. und 21. Januar 2020

zusammensetzung der stichprobe
in der schweiz.

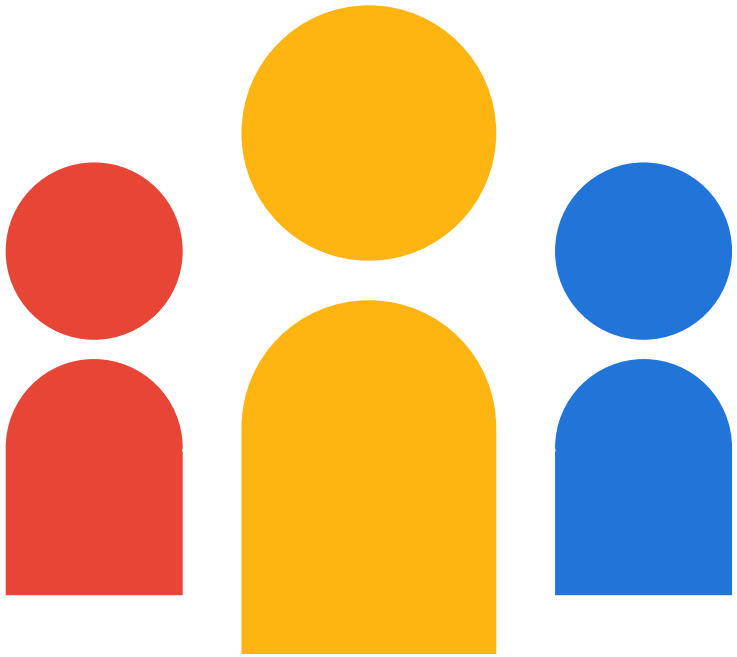
Sektor



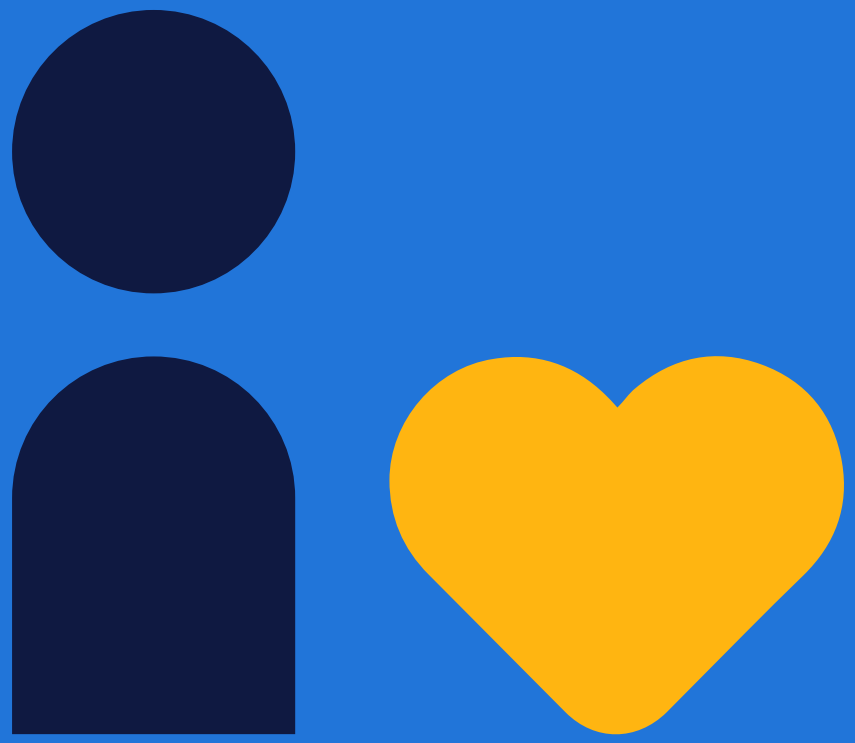
Funktion



gesamt: momentan in Arbeitsverhältnis (n = 3'887)



schweiz

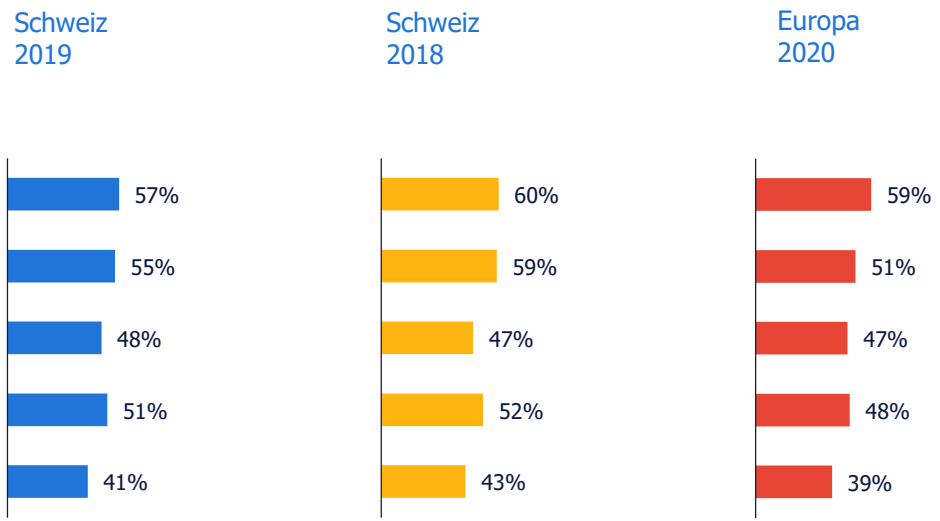


EVP-motivatoren.

wonach potenzielle arbeitnehmer suchen
bei der wahl des arbeitgebers.

Wichtigste Kriterien

Schweiz 2020



Hier klicken, um eine Aufschlüsselung aller Ergebnisse nach soziodemografischem Profil und den Trends der letzten 5 Jahre einzusehen.

wahrnehmung des arbeitgeberangebotes in der schweiz.

Ein Verständnis für die Diskrepanz zwischen den Wünschen von Arbeitnehmern und dem, was Arbeitgeber nach ihrer Auffassung anbieten, liefert wertvolle Einblicke beim Aufbau einer Arbeitgebermarke. Ausserdem gibt ein Leistungsvergleich dessen, was Arbeitnehmer ihrer Auffassung nach von ihrem derzeitigen Arbeitgeber erhalten, mehr Kontext für die Lücken, die es zu schliessen gilt.

	Bewertung des derzeitigen Arbeitgebers.		allgemeine Wahrnehmung des Arbeitgeber in der Schweiz.		Profil des idealen Arbeitgebers.
1	finanzielle Stabilität	1	finanzielle Stabilität	1	wettbewerbsfähiges Gehalt und Sozialleistungen
2	Arbeitsplatzsicherheit	2	Verwendung neuester Technologien	2	angenehmes Arbeitsklima
3	hervorragender Ruf	3	Arbeitsplatzsicherheit	3	Work-Life-Balance
4	interessante Aufgaben	4	hervorragender Ruf	4	Arbeitsplatzsicherheit
5	angenehmes Arbeitsklima	5	Zukunftsperspektiven	5	finanzielle Stabilität
6	Work-Life-Balance	6	wettbewerbsfähiges Gehalt und Sozialleistungen	6	Zukunftsperspektiven
7	gibt der Gesellschaft etwas zurück	7	interessante Aufgaben	7	interessante Aufgaben
8	Verwendung neuester Technologien	8	angenehmes Arbeitsklima	8	gibt der Gesellschaft etwas zurück
9	wettbewerbsfähiges Gehalt und Sozialleistungen	9	Work-Life-Balance	9	hervorragender Ruf
10	Zukunftsperspektiven	10	gibt der Gesellschaft etwas zurück	10	Verwendung neuester Technologien

diskrepanz zwischen dem, was (potenzielle) arbeitnehmer wünschen und dem, was arbeitgeber in der schweiz ihrer auffassung nach anbieten.

Arbeitgeber eines Marktes bieten nach der Auffassung (potenzieller) Arbeitnehmer nicht immer das, was gewünscht wird. Folgende drei Merkmale, die Arbeitnehmern am wichtigsten sind, werden ihrer Auffassung nach von Arbeitgebern nicht ausreichend geboten.

Top-3-Diskrepanzen

wettbewerbsfähiges Gehalt und Sozialleistungen

angenehmes Arbeitsklima

Work-Life-Balance

wonach potenzielle arbeitnehmer suchen gemäss dem generationenprofil.

Gen Z (18 bis 24)

29 %

der Gen Z legen Wert auf eine gute Ausbildung im Rahmen ihres Jobs. Dieser Wert ist deutlich höher als bei älteren Generationen (24 % Millennials, 18 % Gen X und 19 % Baby-Boomer).

Gen X (35 bis 54)

61 %

der Gen X empfinden wettbewerbsfähiges Gehalt und Sozialleistungen als ein sehr wichtiges Kriterium für einen Arbeitgeber. Für die Gen Z und Baby-Boomer ist dieser Faktor weniger wichtig (jeweils 52 % und 54 %).

Millennials (25 bis 34)

55 %

der Millennials wünschen sich eine gute Work-Life-Balance. Gen Z, Gen X und Baby-Boomer sind an diesem Angebot vom Arbeitgeber weniger interessiert (jeweils 46 %, 51 % und 42 %).

Baby-Boomer (55 bis 64)

46 %

der Baby-Boomer legen Wert darauf, dass ihr Arbeitgeber finanziell stabil aufgestellt ist. Dieser Aspekt ist für Gen Z (28 %), Millennials (26 %) und Gen X (35 %) weniger wichtig.

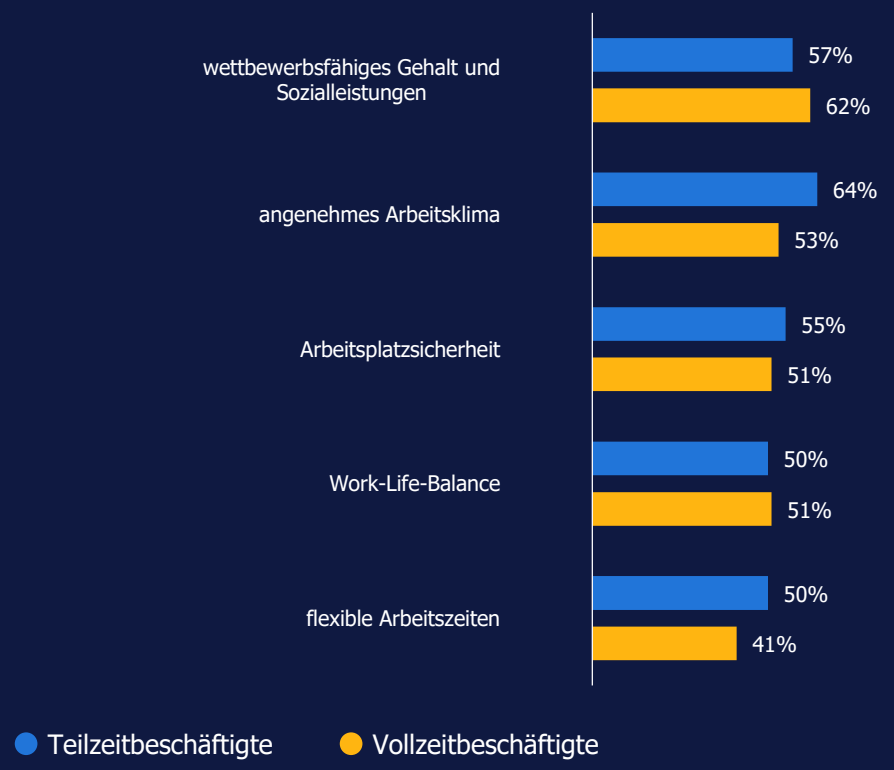
Hier klicken, um eine Aufschlüsselung aller Ergebnisse nach soziodemografischem Profil und den Trends der letzten 5 Jahre einzusehen.

wichtige kriterien nach vertragsart.

22 %

der Arbeitnehmer von heute arbeiten in Teilzeit.
(weniger als 30 Stunden pro Woche)

Wichtigste Kriterien



wechsler und bleiber

im fokus.

arbeitgeberwechsel
schweiz vs. europa.

Wechsler: haben im letzten Jahr den Arbeitgeber gewechselt.

Bleiber: sind im letzten Jahr bei ihrem Arbeitgeber geblieben.

Beabsichtiger: planen, den Arbeitgeber innerhalb des kommenden Jahres zu wechseln.

wichtigste kriterien
wechsler vs. bleiber.

Wechsler

2019

22 %

→

2020

19 %

haben im letzten Jahr
den Arbeitgeber gewechselt.

Bleiber

2019

78 %

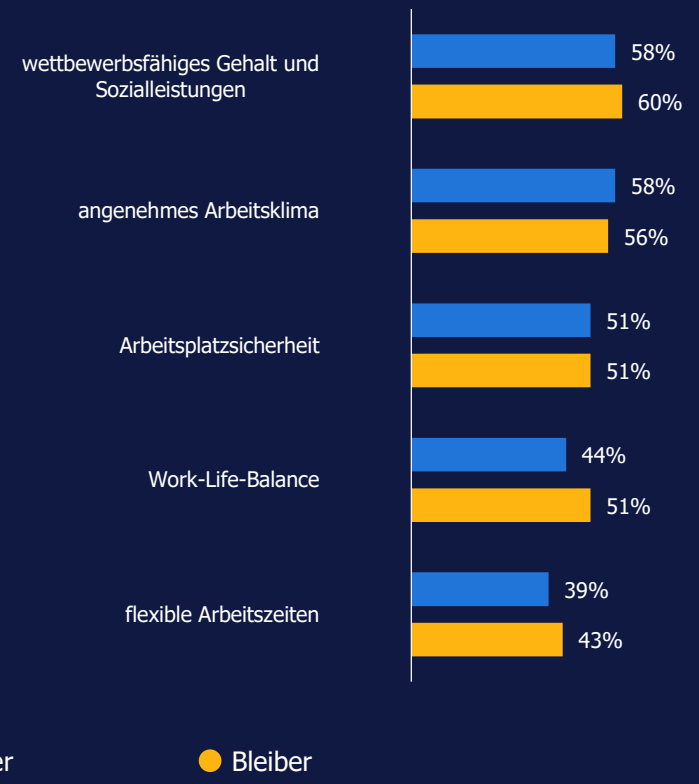
→

2020

81 %

sind im letzten Jahr bei ihrem
Arbeitgeber geblieben.

Wichtigste Kriterien



wichtigste kriterien beabsichtiger.

Beabsichtiger

2019

29 %

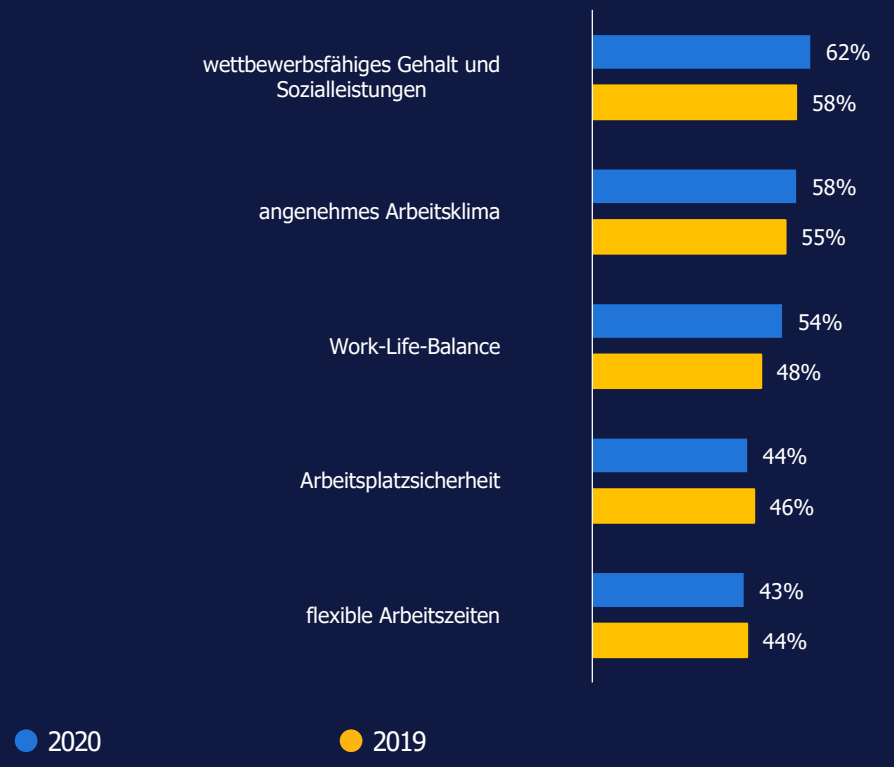
→

2020

26 %

planen, den Arbeitgeber innerhalb des kommenden Jahres zu wechseln.

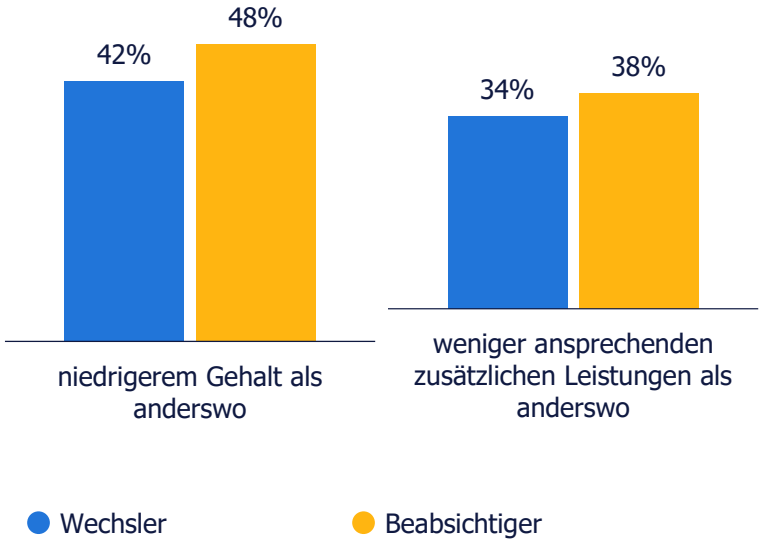
Wichtigste Kriterien der Beabsichtiger



wechsler vs. bleiber

finanzielle gründe.

% stimmen der Aussage (voll und ganz) zu:
«Ich wechsle meinen Arbeitsplatz oder plane dies» aufgrund von:



Schweiz

46 %

verlassen ihren Arbeitsplatz oder planen dies, weil ihr Gehalt im Vergleich niedriger ist.

37 %

verlassen ihren Arbeitsplatz oder planen dies, weil die zusätzlichen Leistungen im Vergleich weniger ansprechend sind.

Europa

52 %

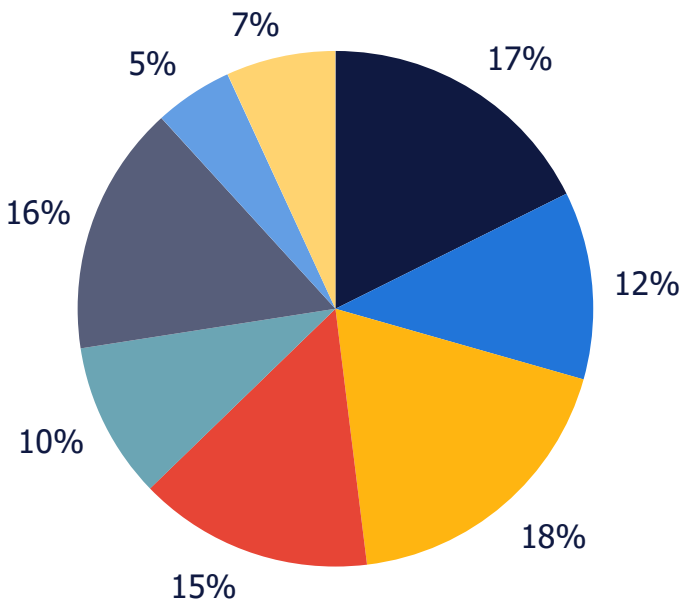
verlassen ihren Arbeitsplatz oder planen dies, weil ihr Gehalt im Vergleich niedriger ist.

45 %

verlassen ihren Arbeitsplatz oder planen dies, weil die zusätzlichen Leistungen im Vergleich weniger ansprechend sind.

wechsel für höheres gehalt etwa 1 von 3 wechslern erhält eine gehaltserhöhung zwischen 1 und 10 %.

Gehaltsveränderung nach dem Wechsel



Schweiz

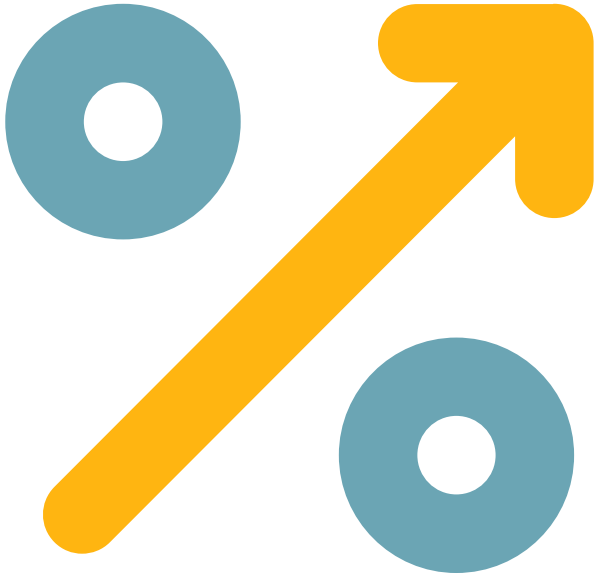
33 %

der Arbeitnehmer, die ihren vorherigen Arbeitsplatz für ein höheres Gehalt verliessen, erreichten ein um 1 % bis 10 % höheres Gehalt.

Europa

39 %

der Arbeitnehmer, die ihren vorherigen Arbeitsplatz für ein höheres Gehalt verliessen, erreichten ein um 1 % bis 10 % höheres Gehalt.



wechsler vs. bleiber
emotionale gründe.

Schweiz

61 %

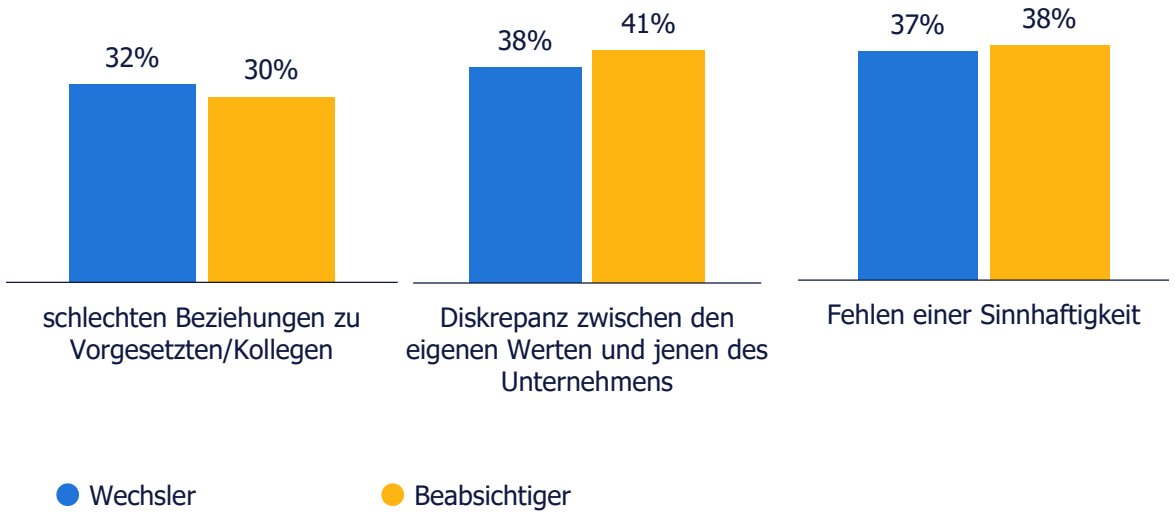
legen Wert auf nicht-monetäre Zusatzleistungen.

Europa

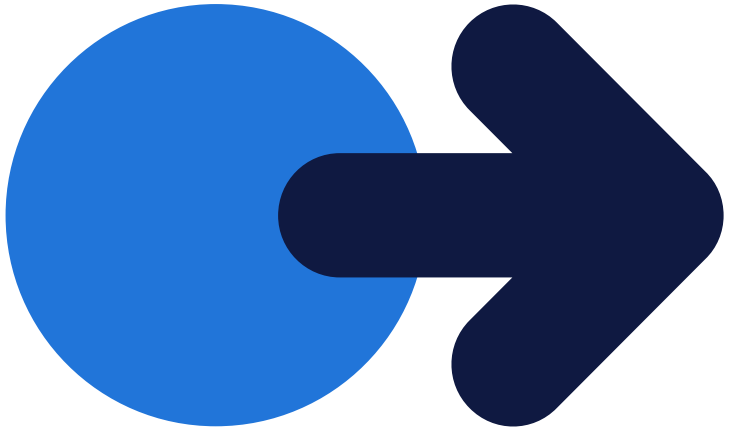
62 %

legen Wert auf nicht-monetäre Zusatzleistungen.

% stimmen der Aussage (voll und ganz) zu:
«Ich wechsle meinen Arbeitsplatz oder plane dies» aufgrund von:



gründe zu gehen, sortiert nach profil.



niedrigeres Gehalt als anderswo

51 %

der **Millennials** verlassen einen Arbeitgeber mit hoher Wahrscheinlichkeit, wenn sie anderswo ein höheres Gehalt erhalten. Dieser Wert ist deutlich höher als bei
Gen X (43 %)

weniger ansprechende zusätzliche Leistungen als anderswo

39 %

der **Millennials** verlassen ihren Arbeitgeber mit hoher Wahrscheinlichkeit, wenn die Zusatzleistungen bei einem anderen Arbeitgeber ansprechender sind.

schlechte Beziehung zu Vorgesetzten

34 %

der **Gen X** ist der Meinung, dass eine schlechte Beziehung zum Vorgesetzten ein ernsthafter Grund ist, einen Arbeitsplatzwechsel in Betracht zu ziehen. Dieser Wert ist deutlich höher als bei Gen Z und Millennials
(jeweils 26 %).

Diskrepanz zwischen den eigenen Werten und jenen des Unternehmens

41 %

der **Gen X** würden ihren Arbeitgeber wechseln, wenn die Unternehmenswerte nicht den eigenen entsprechen.

Fehlen einer Sinnhaftigkeit

38 %

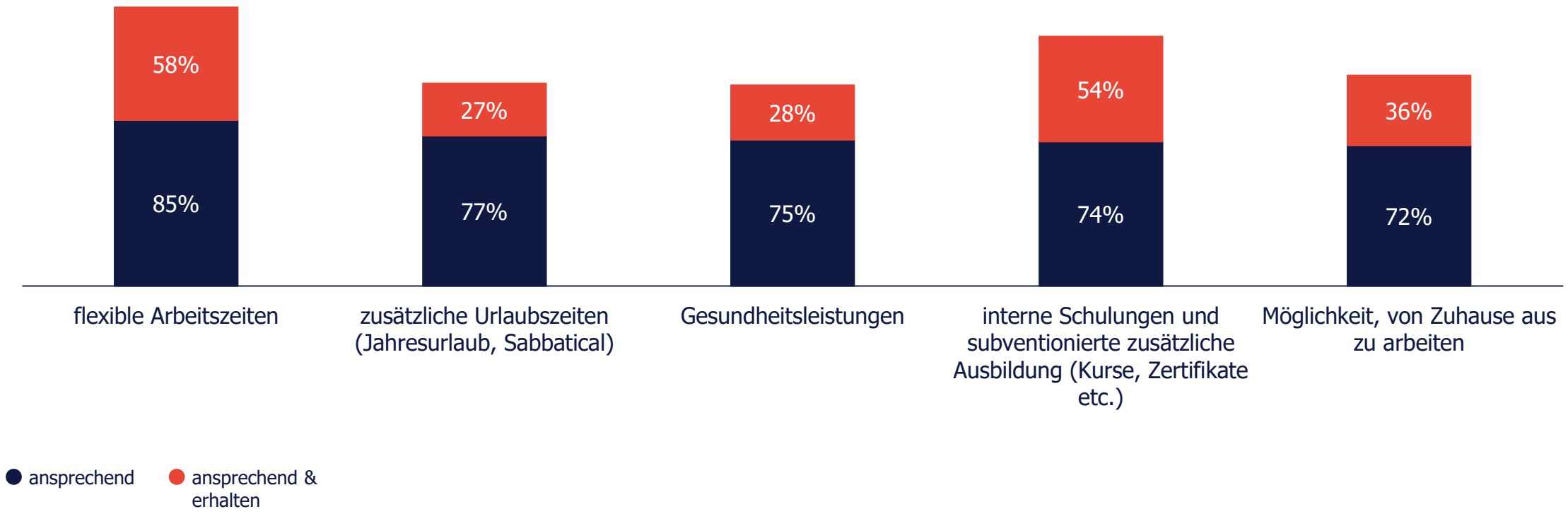
der **Gen X** würden den Arbeitgeber wechseln oder haben dies getan, weil die Sinnhaftigkeit ihrer Tätigkeit fehlt.

zusätzliche leistungen

im fokus.

zusatzleistungen, die
arbeitnehmer in der schweiz ansprechend finden und erhalten.

Top 5 der ansprechendsten Zusatzleistungen & erhaltene Leistungen



Hier klicken, um alle Ergebnisse zu einzusehen.

ansprechendste leistungen nach profil.

Gen Z (18 bis 24)

48 %

der Gen Z finden ein Sport- und Freizeitpaket als Zusatzleistung ansprechend. Dieser Wert ist deutlich höher als bei Baby-Boomern (35 %).

Gen X (35 bis 54)

38 %

der Gen X findet die Möglichkeit, Unternehmensaktien zu kaufen, als Zusatzleistung ansprechend. Dieser Wert ist höher als bei Millennials (33 %).

Millennials (25 bis 34)

52 %

der Millennials finden Kinderbetreuungsdienstleistungen und -subventionen als Zusatzleistung ansprechend. Dieser Wert ist deutlich höher als bei Gen Z, Gen X und Baby-Boomern (jeweils 29 %, 42 % und 20 %).

Baby-Boomer (55 bis 64)

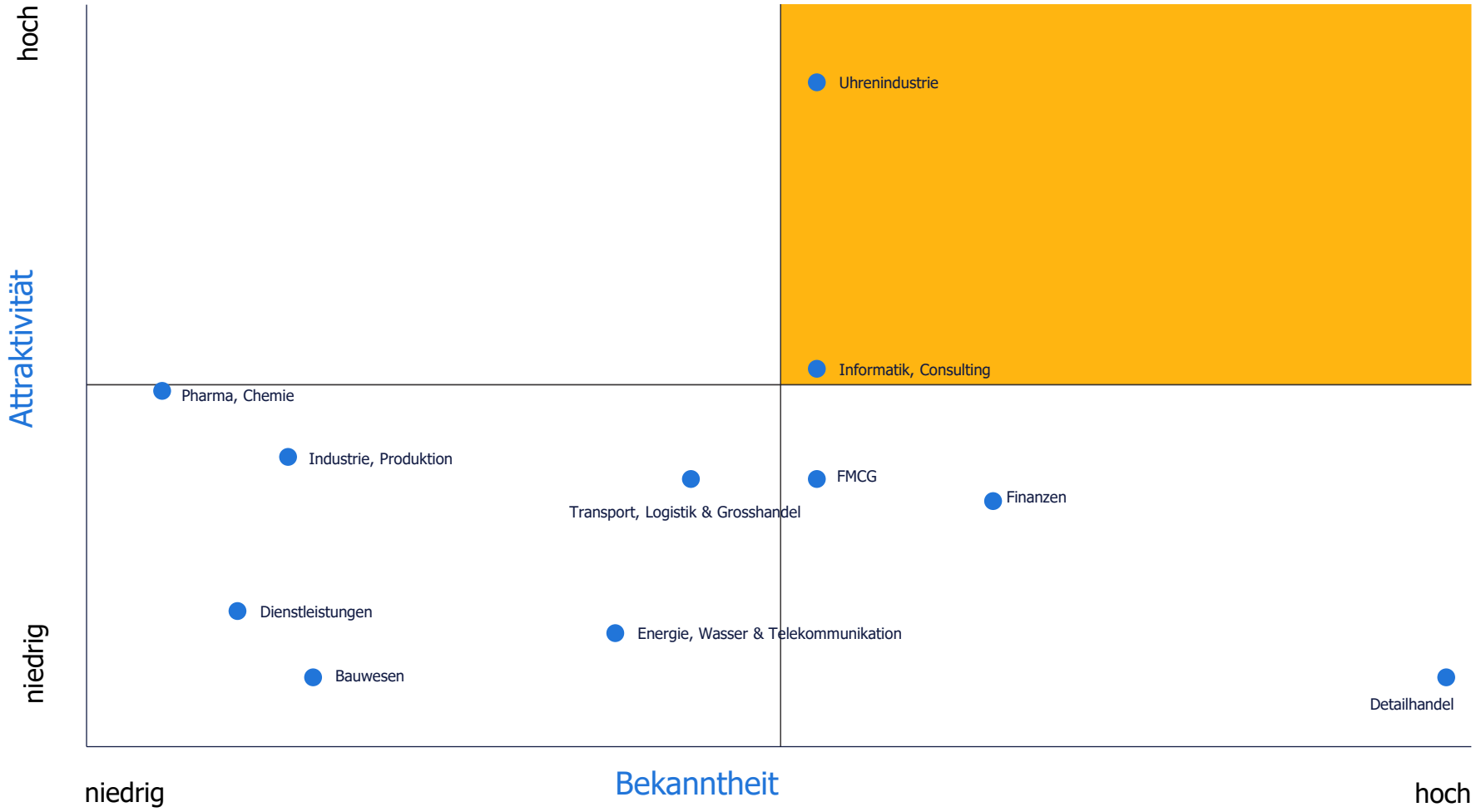
90 %

der Baby-Boomer finden flexible Arbeitszeiten als Zusatzleistung ansprechend. Dieser Wert ist höher als bei Millennials (83 %).

sektor-

erkenntnisse.

die besten sektoren der schweiz
sortiert nach bekanntheit und attraktivität.



hohe Bekanntheit

Ein hoher Bekanntheitsgrad bedeutet, dass Arbeitgeber in dem Sektor weithin bekannt sind.

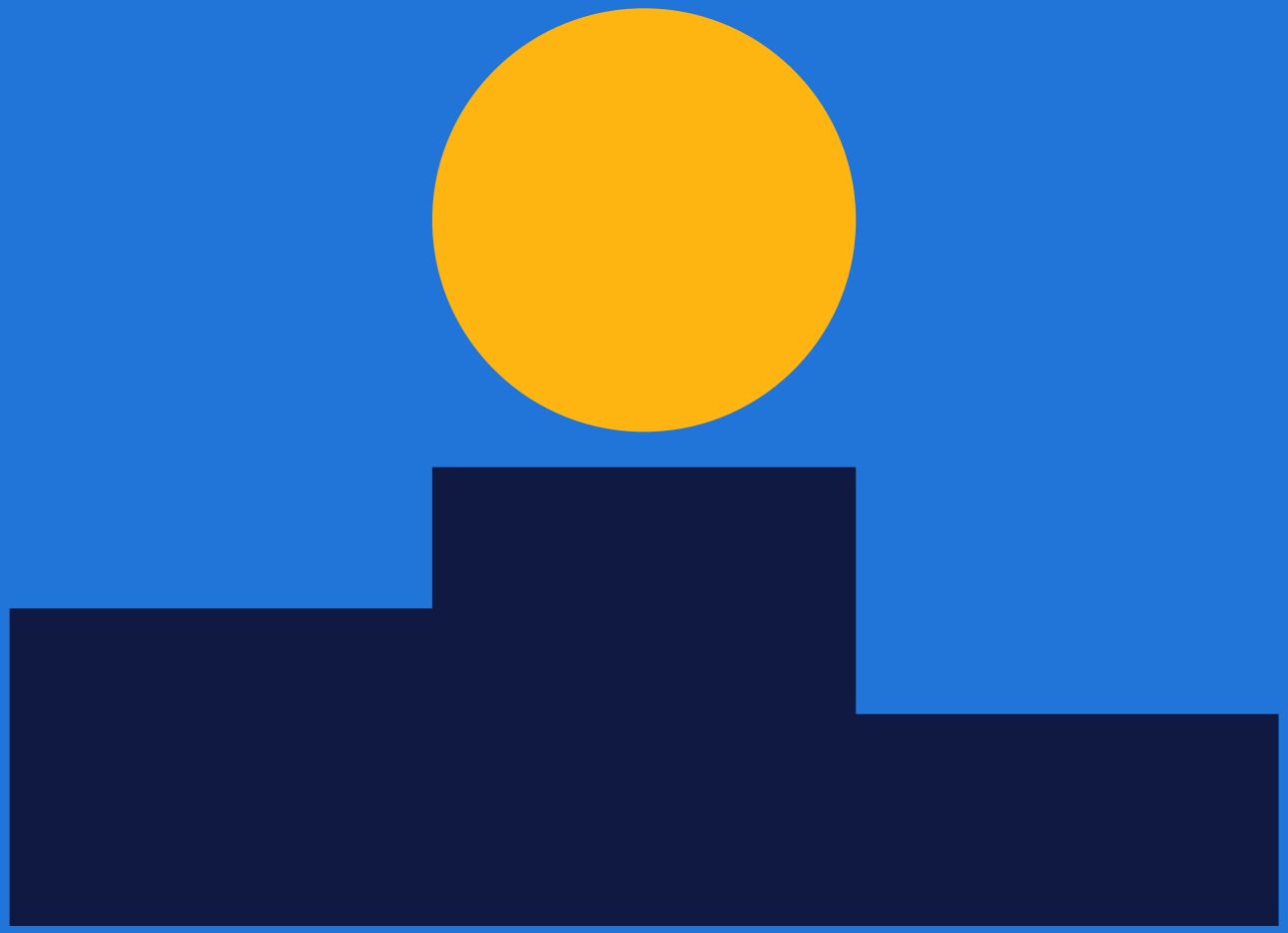
grosse Attraktivität

Ein Sektor mit grosser Attraktivität beinhaltet mehr sehr attraktive Unternehmen als andere Sektoren.

unternehmen mit der besten leistung in der schweiz nach sektoren.

	Top-3-Unternehmen		
Sektor	1	2	3
01 Uhrenindustrie	PATEK PHILIPPE	Rolex	Swatch Group
02 Informatik, Consulting	IBM	Suva	Swisscom
03 Pharma, Chemie	Roche	Firmenich	Johnson & Johnson
04 Industrie, Produktion	Stadler Rail	Pilatus Flugzeugwerke AG	SFS intec
05 FMCG	Lindt & Sprüngli	Chocolat Frey AG	Coca-Cola
06 Transport, Logistik & Grosshandel	Swiss International Air Lines	Flughafen Zürich	SBB
07 Finanzen	Swiss Re	Raiffeisen	Banque Pictet et Cie
08 Dienstleistungen	Hirslanden AG	CH Medien	TCS
09 Energie, Wasser & Telekommunikation	Services industriels de Genève	BKW FMB	ABB
10 Bauwesen	Walo Bertschinger	Sika AG	KIGAB Beton
11 Detailhandel	Migros	Coop	Landi Schweiz

top-



arbeitgeber

top-arbeitgeber in der schweiz.

Top-10-Arbeitgeber 2020

01 PATEK PHILIPPE
02 Swiss International Air Lines
03 Rolex
04 Flughafen Zürich
05 Stadler Rail
06 Lindt & Sprüngli
07 Pilatus Flugzeugwerke AG
08 Swatch Group
09 Chocolat Frey AG
10 Migros

Top-10-Arbeitgeber 2019

01 Swiss International Air Lines
02 PATEK PHILIPPE
03 Rolex
04 Flughafen Zürich
05 Swissport International
06 Swatch Group
07 Migros
08 Banque Pictet et Cie
09 Lindt & Sprüngli
10 Siemens

top-3-motivatoren
der top-5-unternehmen der schweiz.

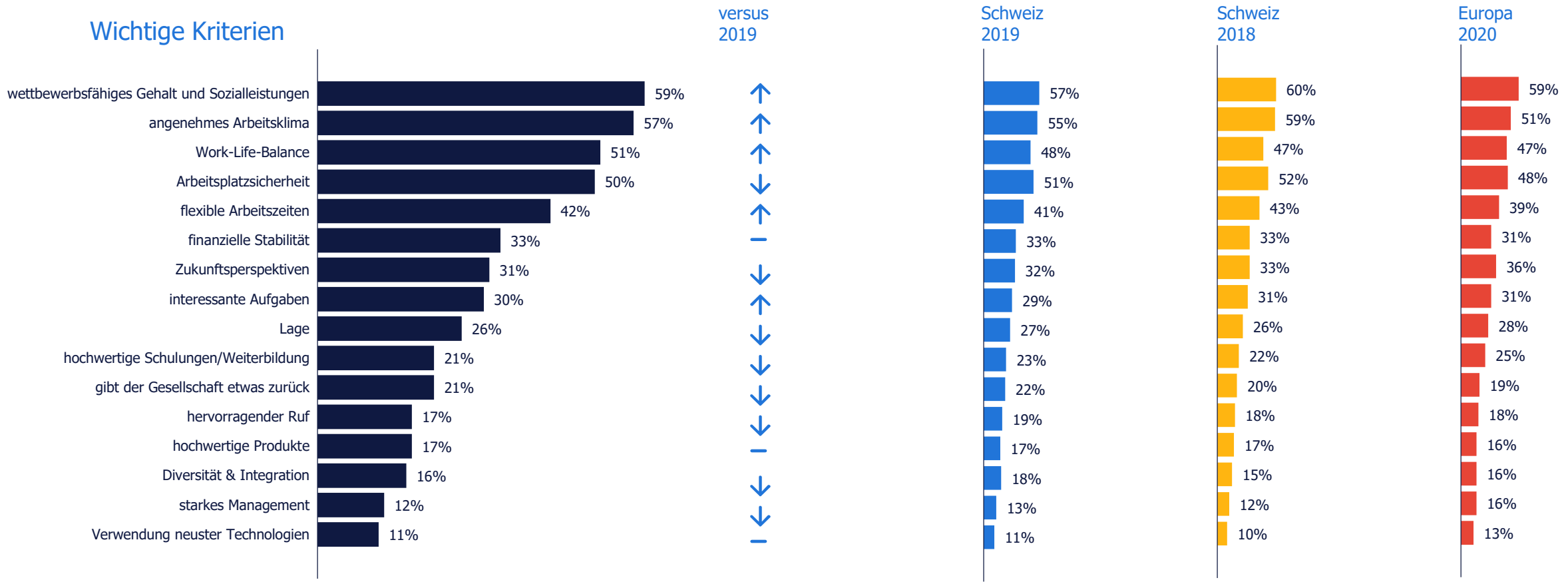
Top-5-Unternehmen		1	2	3
1	PATEK PHILIPPE	finanzielle Stabilität	hervorragender Ruf	Verwendung neuester Technologien
2	Swiss International Air Lines	interessante Aufgaben	Verwendung neuester Technologien	hervorragender Ruf
3	Rolex	finanzielle Stabilität	hervorragender Ruf	wettbewerbsfähiges Gehalt und Sozialleistungen
4	Flughafen Zürich	finanzielle Stabilität	interessante Aufgaben	Verwendung neuester Technologien
5	Stadler Rail	finanzielle Stabilität	Verwendung neuester Technologien	hervorragender Ruf

top-arbeitgeber in der schweiz
nach EVP-motivatoren.

EVP-Motivatoren	1	2	3
wettbewerbsfähiges Gehalt und Sozialleistungen	Banque Lombard Odier & Cie SA	Banque Pictet et Cie	Rolex
Zukunftsperspektiven	PricewaterhouseCoopers (PWC)	Roche	Zürcher Kantonalbank
finanzielle Stabilität	Rolex	Nestlé	Coca-Cola
gibt der Gesellschaft etwas zurück	Rhätische Bahn	Migros	SBB
interessante Aufgaben	Flughafen Zürich	PATEK PHILIPPE	Swiss International Air Lines
Arbeitsplatzsicherheit	SBB	Migros	Services industriels de Genève
angenehmes Arbeitsklima	PATEK PHILIPPE	BLS	Rolex
Verwendung neuester Technologien	IBM	HP	Swisscom
hervorragender Ruf	PATEK PHILIPPE	Rolex	Lindt & Sprüngli
Work-Life-Balance	Swatch Group	PATEK PHILIPPE	Rolex

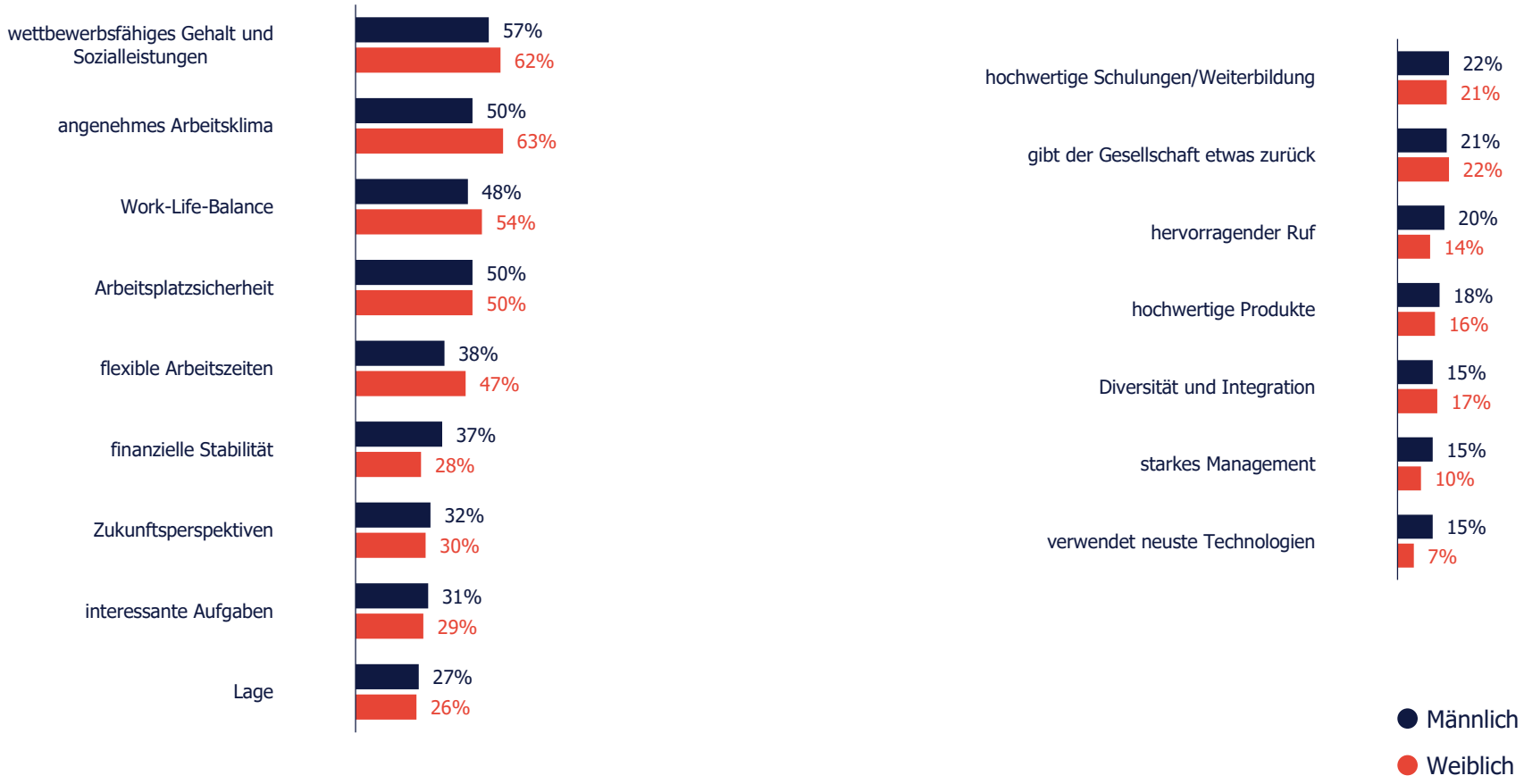
detailanalyse EVP-motivatoren.

wonach potenzielle arbeitnehmer suchen
die wichtigsten kriterien bei der wahl von arbeitgebern.

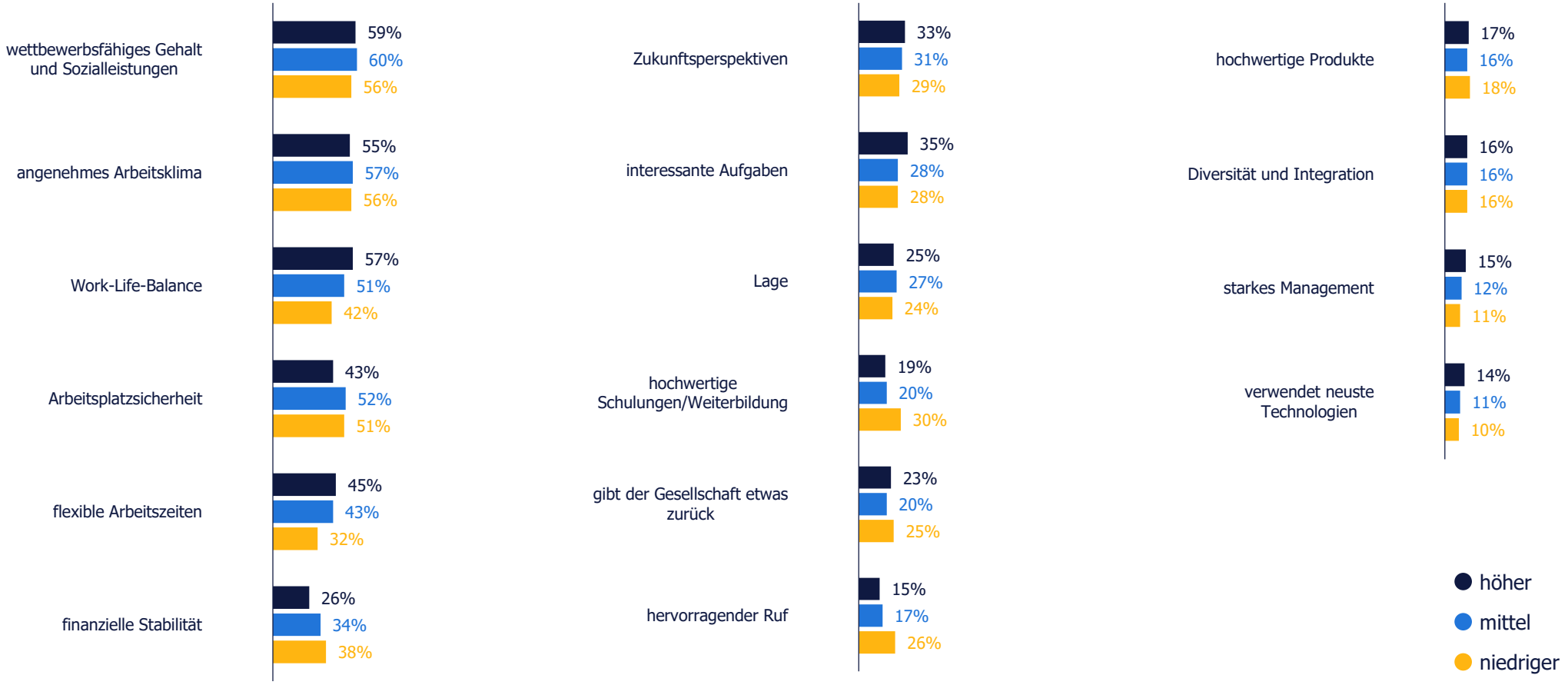


Merkmale, die von den Arbeitskräften am höchsten gewichtet wurden. Es ist entscheidend für Ihre Employer Value Proposition, sich auf diese Faktoren zu konzentrieren und sie zu verbessern, denn sie tragen am stärksten zu Ihrer Arbeitgebermarke bei.

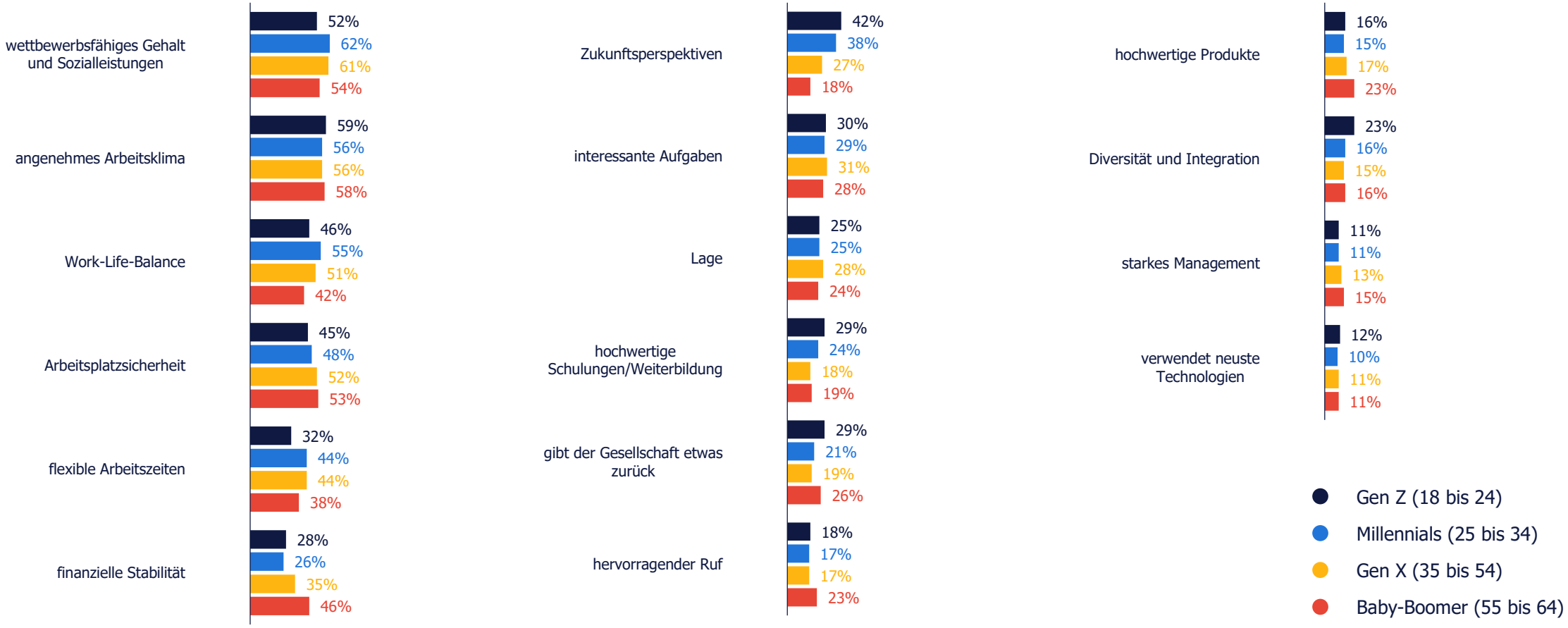
bedeutung des EVP-motivators
nach geschlecht.



bedeutung des EVP-motivators
nach bildungsabschluss.

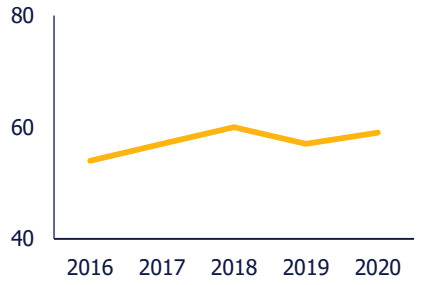


bedeutung des EVP-motivators
nach alter.

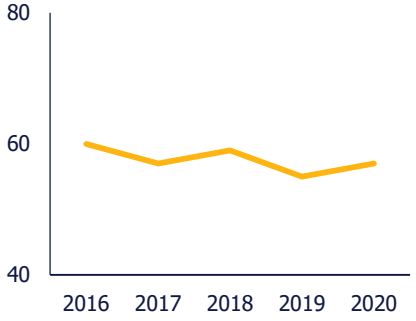


wichtigkeit von EVP-motivatoren
trends insgesamt.
1/2

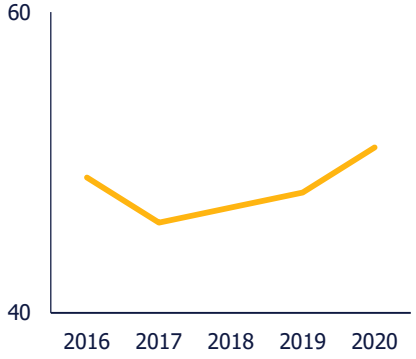
wettbewerbsfähiges Gehalt und Sozialleistungen



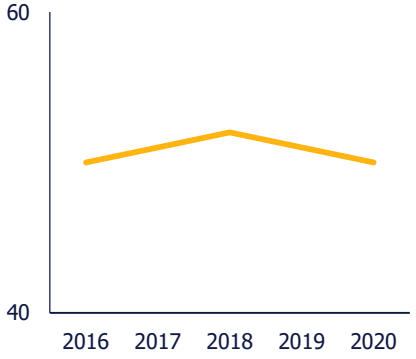
angenehmes Arbeitsklima



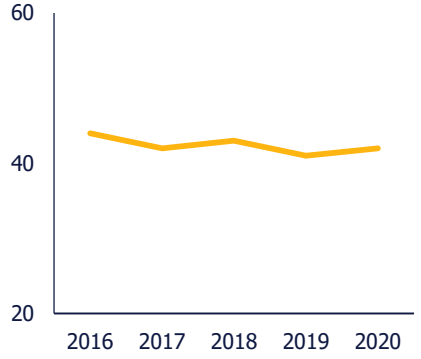
Work-Life-Balance



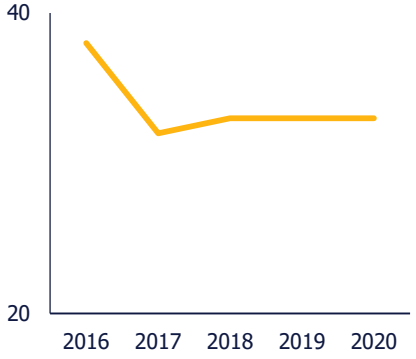
Arbeitsplatzsicherheit



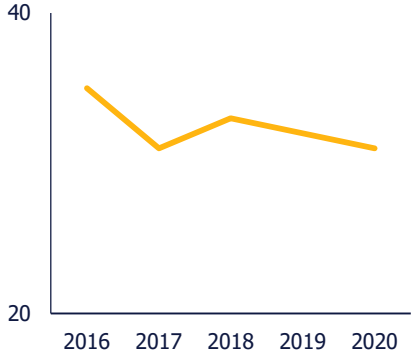
flexible Arbeitszeiten



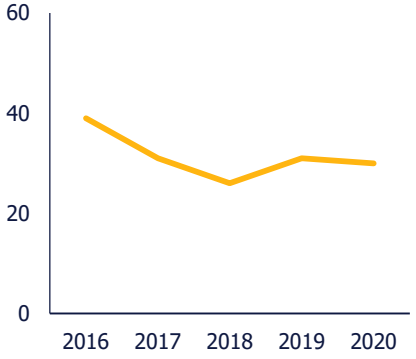
finanzielle Stabilität



Zukunftsperspektiven



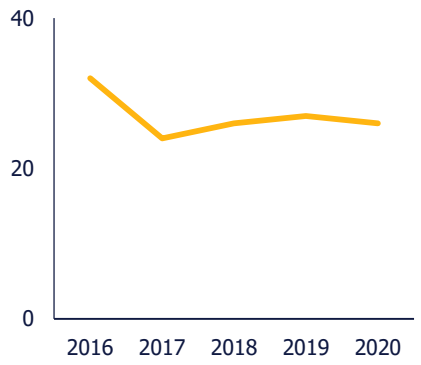
interessante Aufgaben*



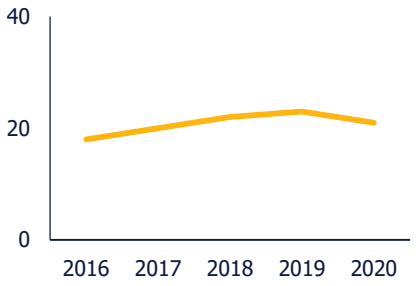
*2017: Motivierende und herausfordernde Arbeit

wichtigkeit von EVP-motivatoren
trends insgesamt.
2/2

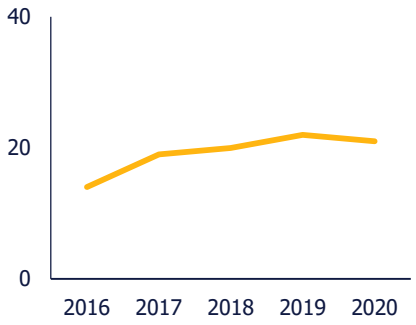
Lage



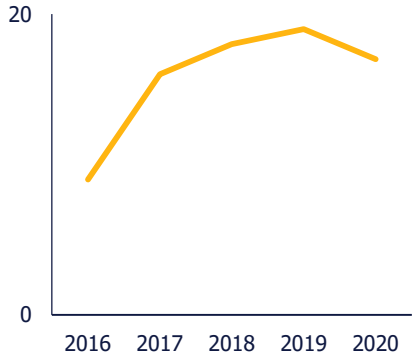
hochwertige Schulungen/Weiterbildung



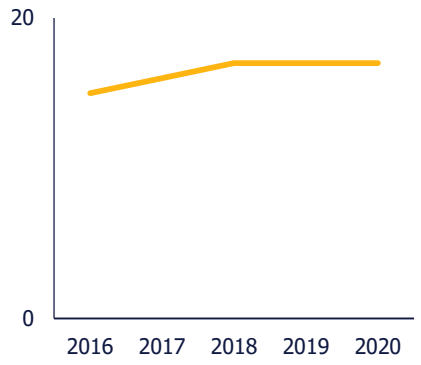
gibt der Gesellschaft etwas zurück



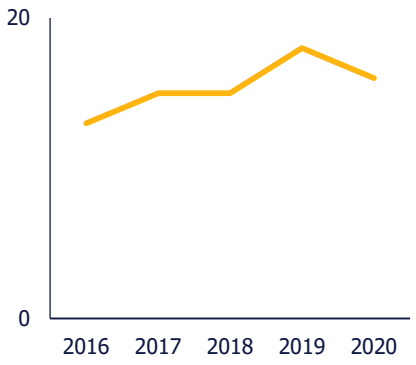
hervorragender Ruf*



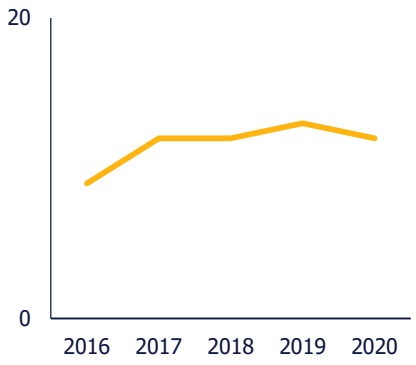
hochwertige Produkte



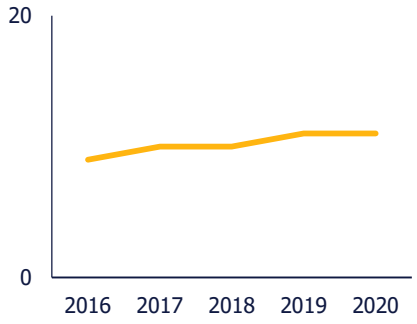
Diversität & Integration



starkes Management



Verwendung neuester Technologien

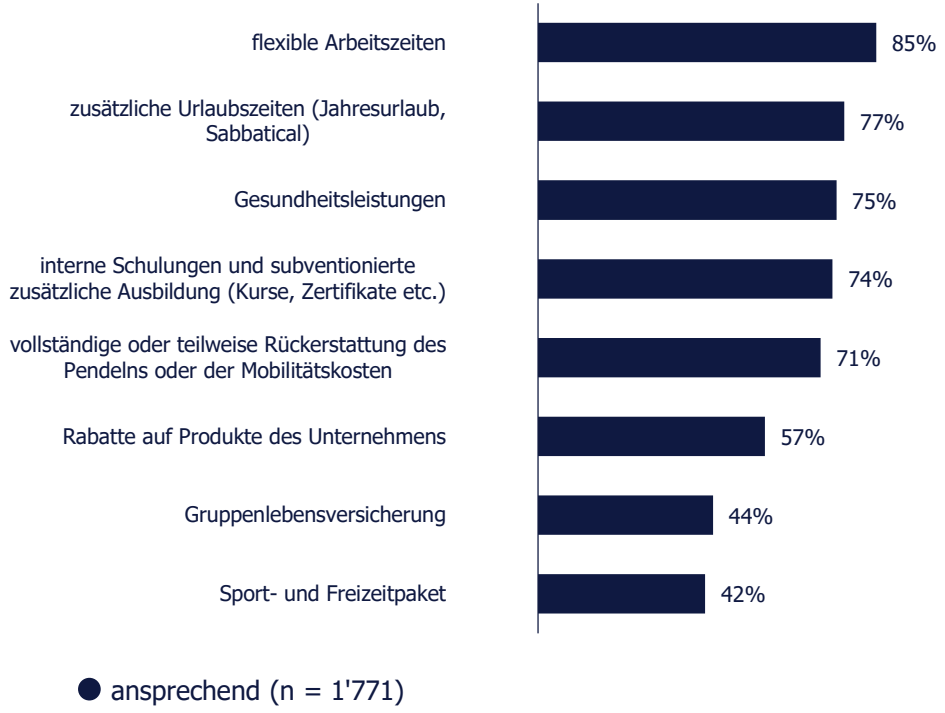


*vor 2017: starkes Image/starke Werte

detailanalyse arbeitgeber.

zusatzleistungen, die
schweizer ansprechend finden.

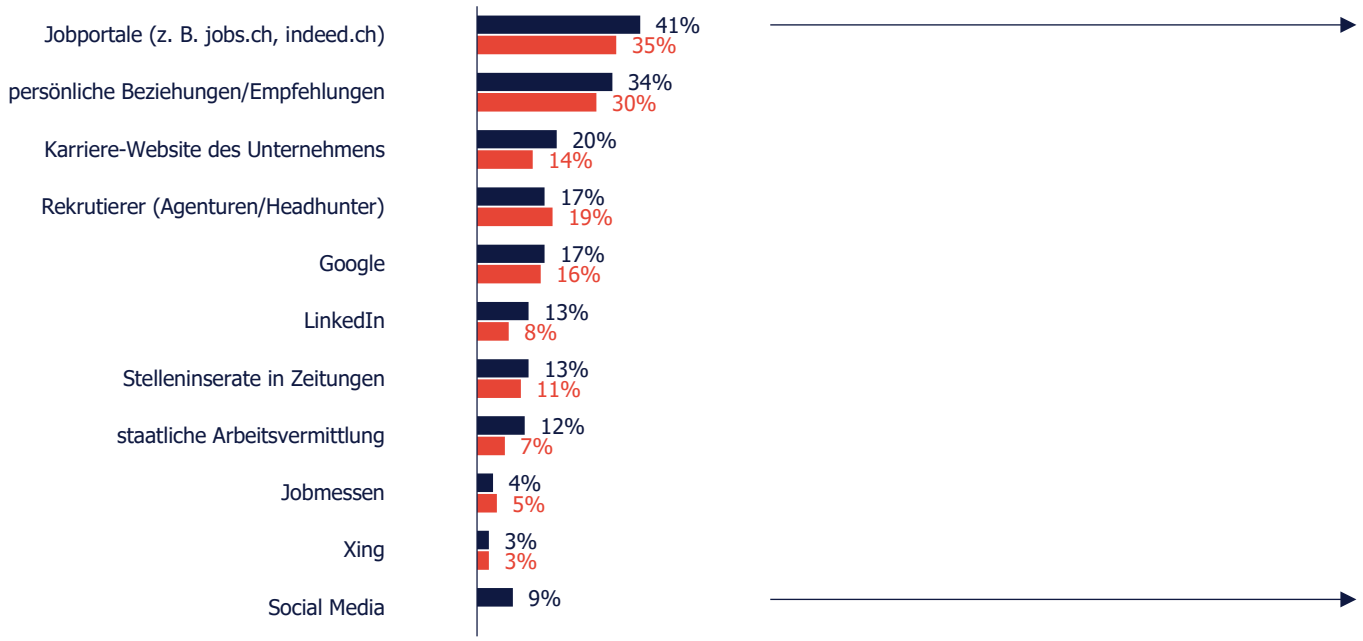
Ansprechende Zusatzleistungen



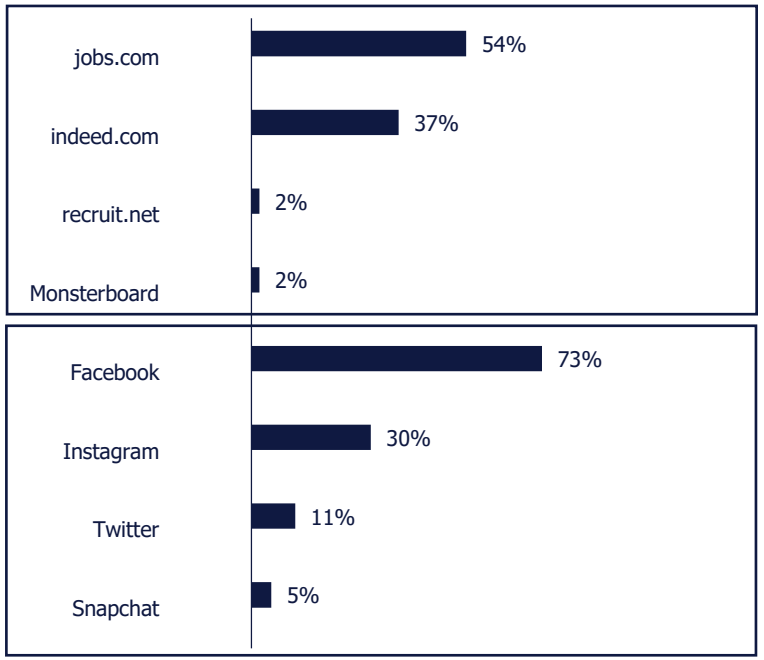
*die 15 Zusatzleistungen wurden in zufälliger Reihenfolge in zwei Abschnitten mit jeweils 8 bzw. 7 Leistungen angezeigt. Jeder Abschnitt wurde 50 % der Stichprobe gezeigt. Die Grundlage jedes Balkendiagramms sind Angestellte, die die am Bildschirm gezeigten Zusatzleistungen erhalten.

wie finden arbeitnehmer in der schweiz
neue jobchancen?

Verwendete Kanäle, um neue Jobchancen zu finden

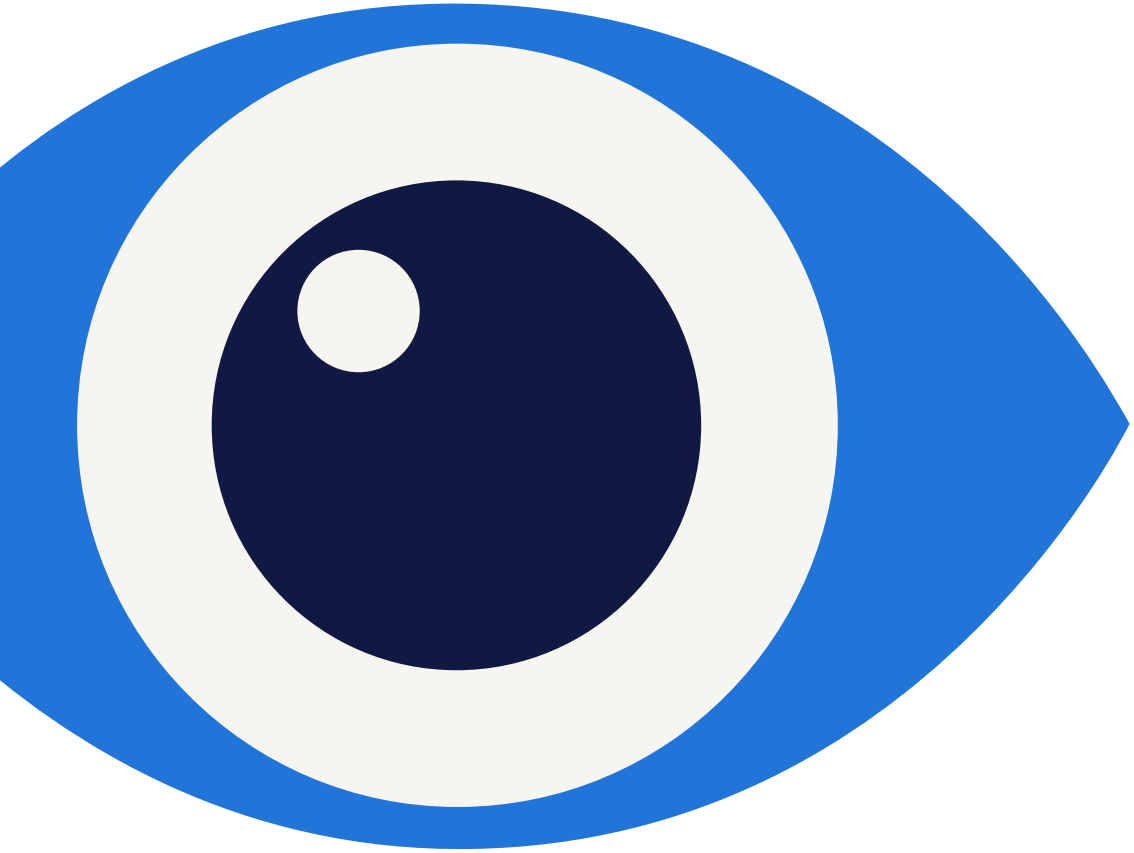


Verwendete Kanäle, um neue Jobchancen zu finden Detailanalyse Social Media & Jobportale



● 2020 ● 2019

wahrnehmung desarbeitgeberangebotes in der schweiz und der region.



Ein Verständnis für die Diskrepanz zwischen den Wünschen von Arbeitnehmern und dem, was Arbeitgeber in der Schweiz und in der Region nach ihrer Auffassung anbieten, liefert wertvolle Einblicke beim Aufbau einer Arbeitgebermarke.

was Arbeitgeber in der Schweiz der Wahrnehmung nach bieten.	was Arbeitgeber in Europa der Wahrnehmung nach bieten.
1 finanzielle Stabilität	1 finanzielle Stabilität
2 Verwendung neuester Technologien	2 Verwendung neuester Technologien
3 Arbeitsplatzsicherheit	3 Arbeitsplatzsicherheit
4 hervorragender Ruf	4 hervorragender Ruf
5 Zukunftsperspektiven	5 Zukunftsperspektiven
6 wettbewerbsfähiges Gehalt und Sozialleistungen	6 wettbewerbsfähiges Gehalt und Sozialleistungen
7 interessante Aufgaben	7 angenehmes Arbeitsklima
8 angenehmes Arbeitsklima	8 interessante Aufgaben
9 Work-Life-Balance	9 Work-Life-Balance
10 gibt der Gesellschaft etwas zurück	10 gibt der Gesellschaft etwas zurück

schweizer sektoren schneiden bei diesen 3 EVP-motivatoren am besten ab.

		top-3-EVP-motivatoren		
Sektor		1	2	3
01	Uhrenindustrie	finanzielle Stabilität	hervorragender Ruf	Verwendung neuester Technologien
02	Informatik, Consulting	finanzielle Stabilität	Verwendung neuester Technologien	Zukunftsperspektiven
03	Pharma, Chemie	finanzielle Stabilität	Verwendung neuester Technologien	wettbewerbsfähiges Gehalt und Sozialleistungen
04	Industrie, Produktion	Verwendung neuester Technologien	finanzielle Stabilität	hervorragender Ruf
05	FMCG	finanzielle Stabilität	Verwendung neuester Technologien	Arbeitsplatzsicherheit
06	Transport, Logistik & Grosshandel	finanzielle Stabilität	Verwendung neuester Technologien	Arbeitsplatzsicherheit
07	Finanzen	finanzielle Stabilität	wettbewerbsfähiges Gehalt und Sozialleistungen	Verwendung neuester Technologien
08	Dienstleistungen	finanzielle Stabilität	Verwendung neuester Technologien	Arbeitsplatzsicherheit
09	Energie, Wasser & Telekommunikation	Verwendung neuester Technologien	finanzielle Stabilität	Arbeitsplatzsicherheit
10	Bauwesen	finanzielle Stabilität	Verwendung neuester Technologien	Arbeitsplatzsicherheit
11	Detailhandel	finanzielle Stabilität	hervorragender Ruf	Arbeitsplatzsicherheit

methodologie.

methodologie
warum SMART-stichproben?

Seit REBR 2017 werden die Unternehmen mit 140 bis 400 Befragten bewertet. Die tatsächliche Anzahl der Bewertungen pro Unternehmen ist abhängig von der Bekanntheit des Unternehmens.

Die Fehlerwahrscheinlichkeit wird über den Prozentsatz der Befragten, die eine sichere Antwort geben, und der Stichprobengrösse aller Teilnehmer, die diese Frage gestellt bekamen, festgelegt. Die höchste Fehlerwahrscheinlichkeit tritt auf, wenn 50 % der Befragten eine sichere Antwort geben. Die Fehlerwahrscheinlichkeit ist niedriger, wenn 30 % (oder 70 %) der Befragten eine sichere Antwort geben.

Beispiel

140 Befragte haben Unternehmen X bewertet. Von diesen 140 Personen geben 50 % an, dass es angenehm ist, für dieses Unternehmen zu arbeiten. Unter Berücksichtigung der Fehlerwahrscheinlichkeit von n = 140/50 % liegt die tatsächliche Antwort zwischen 42 % und 58 %.

400 Befragte haben Unternehmen Y bewertet und von diesen 400 Personen geben 50 % an, dass es angenehm ist, für dieses Unternehmen zu arbeiten. Unter Berücksichtigung der Fehlerwahrscheinlichkeit von n = 400/50 % liegt die tatsächliche Antwort zwischen 45 % und 55 %.

1'200 Befragte haben Unternehmen Z bewertet und von diesen 1'200 Personen geben 50 % an, dass es angenehm ist, für dieses Unternehmen zu arbeiten. Unter Berücksichtigung der Fehlerwahrscheinlichkeit von n = 1'200/50 % liegt die tatsächliche Antwort zwischen 47 % und 53 %.

Daher ist die Fehlerwahrscheinlichkeit zwischen n = 1'200 und n = 400 Bewertungen pro Unternehmen sehr klein (maximal 5 % vs. 3 % Fehlerwahrscheinlichkeit). Daraus folgt, dass maximal 400 Bewertungen pro Unternehmen ausreichend sind, um die Attraktivität der Unternehmen zuverlässig zu erfassen.

In der Praxis bedeutet dies, dass jedes Unternehmen mit einer Bekanntheit von über 35 % maximal von 400 Befragten bewertet wird. Unternehmen mit einem Bekanntheitsgrad von unter 35 % werden von 140 bis 400 Personen bewertet (abhängig von der jeweiligen Bekanntheit).

quelle bibliographie.

1
https://hbr.org/2016/03/a-bad-reputation-costs-company-at-least-10-more-per-hire

2
https://www.betterteam.com/blog/employer-branding

3
https://www.slideshare.net/JWTINSIDE/culture-scape-1028-sm

4
https://www.pwc.com/gx/en/ceo-survey/2015/assets/pwc-18th-annual-global-ceo-survey-jan-2015.pdf

5
https://www.webershandwick.com/uploads/news/files/EmployerBrandCredibilityGap.pdf

6
https://business.linkedin.com/content/dam/business/talent-solutions/global/en_us/c/pdfs/ultimate-list-of-employer-brand-stats.pdf

7
https://business.linkedin.com/content/dam/business/talent-solutions/global/en_us/job-switchers/PDF/job-switchers-global-report-english.pdf

8
https://business.linkedin.com/talent-solutions/blog/2011/12/whats-the-value-of-your-employment-brand

9
https://www.webershandwick.com/uploads/news/files/EmployerBrandCredibilityGap.pdf

zeit für ein gespräch.

Unsere Forschungen bieten zwar tiefgründige Einblicke, sind aber auch äusserst komplex. Daher würden wir dieses Dokument gern mit Ihnen zusammen durchgehen, um Ihnen noch mehr Details zu liefern und alle Ihre Fragen beantworten zu können.

Doris Schaad
Commercial Manager

+41 79 402 48 68

doris.schaad@randstad.ch

randstad

human forward.