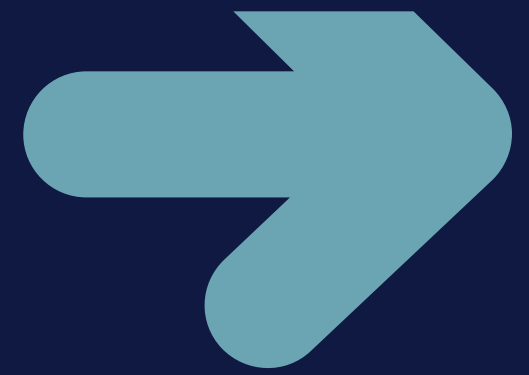


employer
brand research
2018



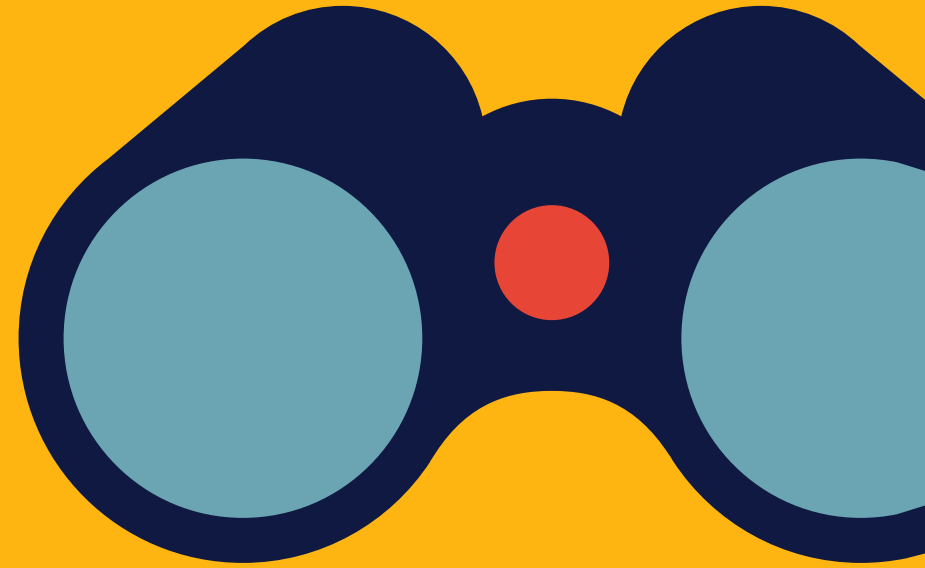
länderbericht
schweiz.

 randstad

human forward.

Inhalt.

- 1 Einleitung
- 2 Länderergebnisse
- 3 Einblicke in die Sektoren
- 4 Top-Arbeitgeber
- 5 Detailanalyse
- 6 Methodologie



einleitung.



warum ist die arbeitgebermarke wichtig?



Unternehmen mit einer positiven Marke erhalten doppelt so viele Bewerbungen wie Unternehmen mit negativen Marken. Ausserdem geben sie weniger Geld für ihre Mitarbeitenden aus.¹

50%

Potenziellen Arbeitnehmer sagen, dass sie nicht für ein Unternehmen mit einem negativen Ruf arbeiten würden – auch nicht mit einer Gehaltserhöhung.¹

80%

der Führungskräfte mit Personalverantwortung sind der Meinung, dass eine starke Arbeitgebermarke signifikante Auswirkungen auf ihre Fähigkeit hat, hervorragende Mitarbeiter einzustellen.² 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.

96%

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

62%

Potenziellen Arbeitnehmer stellen Nachforschungen über Unternehmen in den sozialen Netzwerken an, bevor sie sich bewerben.⁵

88%

Millennials und Minderheiten sind der Meinung, dass es sehr wichtig ist, Teil der richtigen Unternehmenskultur zu sein.³



Unternehmen mit negativem Ruf zahlen 10% mehr pro Anstellung.⁴

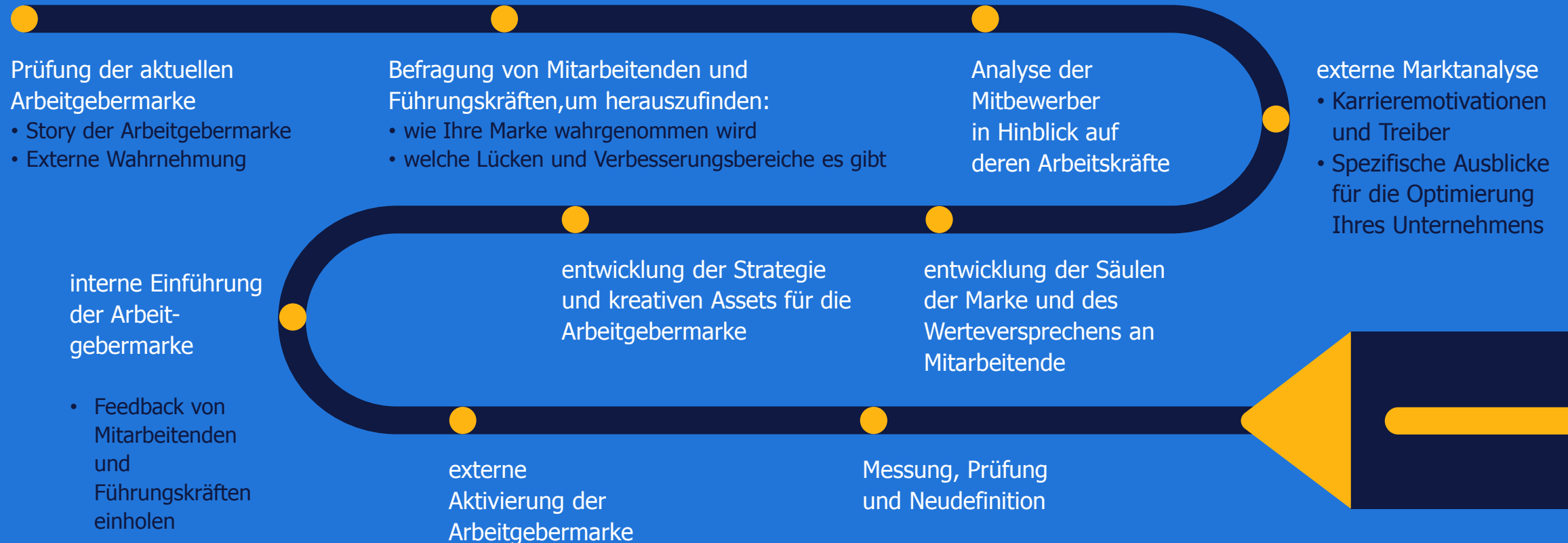
87%

haben sich für ein Unternehmen gerade wegen der kulturellen Eignung entschieden.³

80%

haben ein Unternehmen gerade wegen seiner Kultur verlassen.³

der fahrplan für ihre arbeitgebermarke.



was ist die randstad employer branding research?

- Repräsentative Umfrage im Bereich Arbeitgeber-Markenbildung, basierend auf Angaben des breiten Publikums. Optimierung von 17 Jahren erfolgreicher Einsichten in Arbeitgebermarken.
- Unabhängige Studie mit über 175'000 Teilnehmern in 30 Ländern weltweit.
- Darstellung der Arbeitgeberattraktivität der 150 grössten Arbeitgeber des Landes, die mindestens 10% der Befragten bekannt sind.
- Wertvolle Erkenntnisse helfen Arbeitgebern, ihre Arbeitgebermarke zu profilieren.



befragungen in 30 ländern abdeckung von über 75% der weltweiten wirtschaft.

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



● An der Befragung teilnehmende Länder

Weltweit

- Über 175'000 Befragte
- Befragung von 5'755 Unternehmen

Stichprobe

- Im Alter von 18 bis 65 Jahren
- Geschlecht ist repräsentativ
- Alter von 25 bis 44 Jahre überrepräsentiert
- Umfasst Studenten, Angestellte und Arbeitslose

Land

- 4'799 Befragte

Feldarbeit

- Online-Interviews
- zwischen 29. November und 15. Dezember 2017

Länge des Interviews

- 16 Minuten

employer brand research aufbau.

30 Unternehmen pro Befragtem

„Kennen Sie dieses Unternehmen?“
Feststellung der Bekanntheit.

für jedes bekannte Unternehmen

„Würden Sie gern für dieses Unternehmen arbeiten?“
Feststellung der Attraktivität.

jedes bekannte Unternehmen

Bewertung einer Reihe von Motivatoren:
Feststellung, wie die Attraktivität zustande kommt.

zufällige Zuordnung

Die 30 Unternehmen, die dem Befragten gezeigt wurden, wurden zufällig und basierend auf den Bekanntheitsgraden ermittelt, die im vergangenen Jahr ermittelt wurden.

Unternehmen mit einem höheren Bekanntheitsgrad werden seltener gezeigt, während Unternehmen mit einem niedrigeren Bekanntheitsgrad häufiger gezeigt werden. Neue Unternehmen werden bei der ersten Teilnahme an der Forschung 1'400 Mal gezeigt.

Anzahl der Evaluationen

Die SMART-Stichprobenmethode garantiert eine Mischung aus mehr und weniger bekannten Unternehmen und eine Anzahl von Evaluationen pro Unternehmen zwischen n=140 und n=400. Diese Grundlage ist statistisch robust und geeignet, um allgemeine Schlussfolgerungen über die Ergebnisse zu ziehen.

Motivatoren

Jedes Unternehmen wird in folgenden Bereichen bewertet:

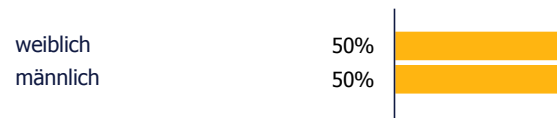
- 01 Finanzielle Stabilität
 - 02 Verwendung neuester Technologien
 - 03 Sehr guter Ruf
 - 04 Arbeitsplatzsicherheit
 - 05 Zukunftsperspektiven
 - 06 Gibt der Gesellschaft etwas zurück
 - 07 Interessante Aufgaben
 - 08 Angenehmes Arbeitsklima
 - 09 Work-Life-Balance
 - 10 Ansprechendes Gehalt und Zusatzleistungen
-



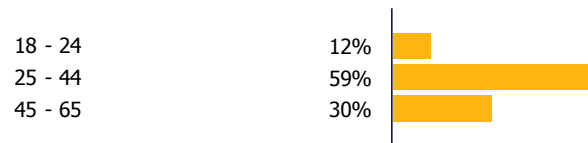
stichprobenzusammensetzung

soziodemografische faktoren, arbeitssituation, region.

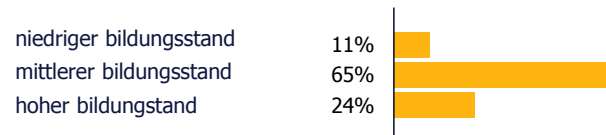
geschlecht



alter

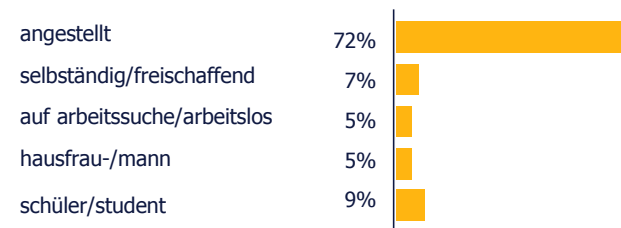


bildung

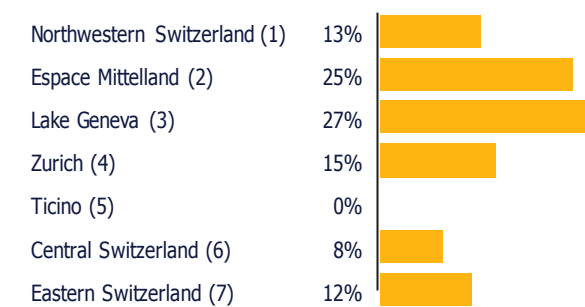


total sample: n=4799
feldarbeit: 29 november und 15 december 2017

berufliche situation



region



1. Aargau, Basel-Land, Basel-Stadt
2. Bern, Fribourg, Jura, Neuchâtel, Solothurn
3. Genf, Wallis, Vaud
4. Zurich
5. Ticino
6. Luzern, Nidwalden, Obwalden, Schwyz, Uri, Zug
7. Appenzell Innerrhode, Appenzell Aussenrhode, Glarus, Grubünden, Saint-Gallen, Schaffhausen, Thurgau

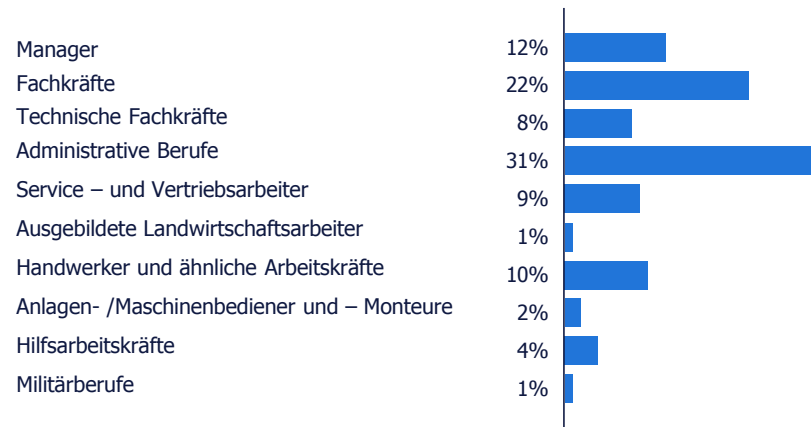
zusammensetzung der stichprobe sektor, position.

Branche des Teilnehmenden



* subgruppe nicht present in der stichprobe

Funktion des Teilnehmenden



base: currently employed (n=3795)



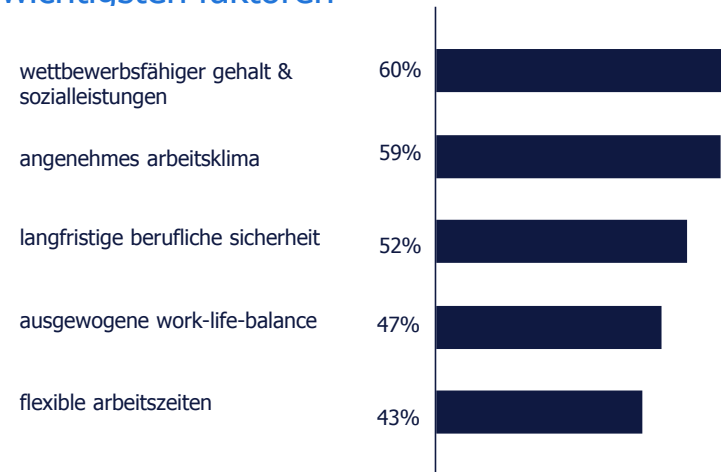
länder-

ergebnisse.



wonach potenzielle arbeitnehmer suchen bei der wahl des arbeitgebers.

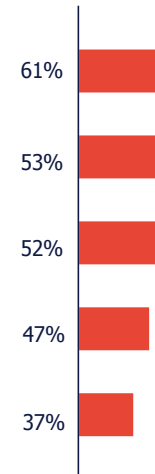
5 wichtigsten faktoren



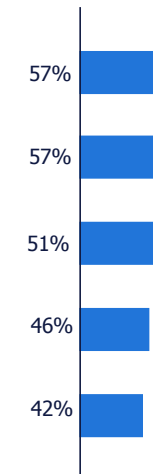
versus 2017



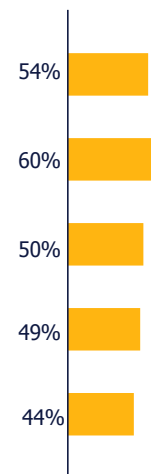
EMEA



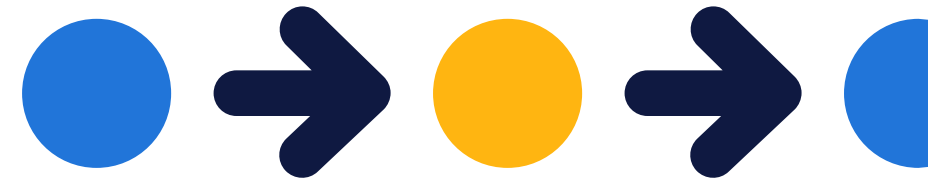
2017



2016



[hier klicken](#), um eine Aufschlüsselung aller Ergebnisse nach soziodemografischem Profil und den Trends der letzten Jahre zu sehen.



wonach potenzielle arbeitnehmer suchen gemäss dem soziodemografischen profil.



Männer

37%

der Männer finden Zukunftsperspektiven wichtiger als Frauen.

Alter 18 – 24

48%

der Arbeitskräfte zwischen 18 und 24 Jahren finden Zukunftsperspektiven wichtiger als Arbeitskräfte über 24 Jahre.

Alter 25 – 44

62%

der Arbeitskräfte zwischen 25 und 44 Jahren finden Gehalt & Sozialleistungen wichtiger als Arbeitskräfte unter 25 oder über 44 Jahre.

Alter 45 – 64

55%

der Arbeitskräfte zwischen 45 und 64 Jahren glauben, dass langfristige berufliche Sicherheit wichtiger ist als Arbeitskräfte unter 45 Jahren.

Frauen

66%

der Frauen finden eine angenehme Arbeitsatmosphäre wichtiger als Männer.

Höhere Qualifikation

56%

der höher qualifizierten Arbeitskräfte finden, dass eine gute Work-Life-Balance wichtiger ist als mittel- und geringqualifizierte Arbeitskräfte.

Mittlere Qualifikation

61%

der Arbeitskräfte mit mittlerer Qualifikation finden ansprechende Gehälter & Zusatzleistungen am wichtigsten, das ist bedeutend höher als die geringer qualifizierten Arbeitskräfte im Vergleich.

Geringere Qualifikation

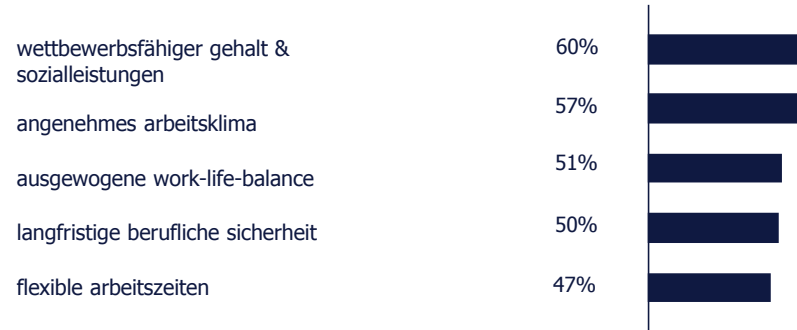
38%

der geringer qualifizierten Arbeitskräfte glaubt, dass ein finanziell stabiler Arbeitgeber wichtiger ist als die höher qualifizierten Arbeitgeber im Vergleich.

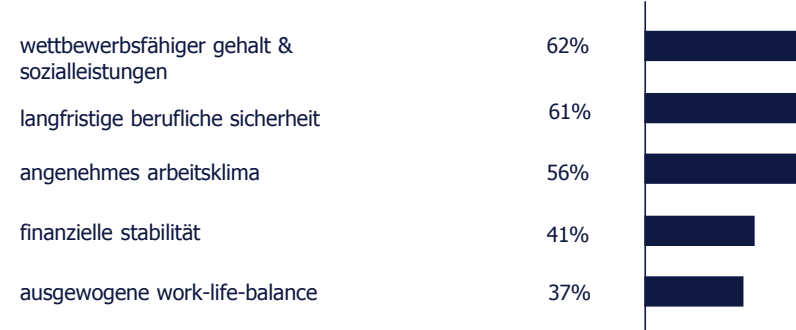
[hier klicken](#), um eine Aufschlüsselung aller Ergebnisse nach soziodemografischem Profil und den Trends der letzten Jahre zu sehen.

wonach potenzielle arbeitnehmer suchen top 5, sortiert nach jobkategorie und branche.

Büroangestellte



Arbeiter



Information und Kommunikation (ICT)



Handel (Gross- und Detailhandel)



direktvergleich arbeitnehmer-arbeitgeber in der schweiz und der region.

Die Diskrepanz zwischen dem, wonach Arbeitnehmer suchen, und dem, was Arbeitgeber bieten, bietet Ihnen eine wertvolle Chance für Ihr Wertversprechen für Mitarbeitende.

Arbeitnehmer in der Schweiz wünschen

- 1 gehalt & sozialleistungen
- 2 angenehmes arbeitsklima
- 3 berufliche sicherheit
- 4 work-life balance
- 5 finanzielle stabilität
- 6 zukunftsprospektive
- 7 interessante aufgaben
- 8 beitrag zur gesellschaft
- 9 hervorragender ruf
- 10 neuste technologien

Arbeitgeber in der Schweiz bieten

- 1 finanzielle stabilität
- 2 neuste technologien
- 3 hervorragender ruf
- 4 berufliche sicherheit
- 5 zukunftsprospektive
- 6 gehalt & sozialleistungen
- 7 interessante aufgaben
- 8 angenehmes arbeitsklima
- 9 work-life balance
- 10 beitrag zur gesellschaft

Arbeitgeber in EAME bieten

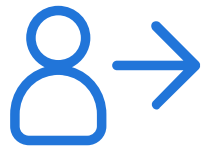
- 1 finanzielle stabilität
- 2 neuste technologien
- 3 hervorragender ruf
- 4 berufliche sicherheit
- 5 zukunftsprospektive
- 6 interessante aufgaben
- 7 gehalt & sozialleistungen
- 8 angenehmes arbeitsklima
- 9 work-life balance
- 10 beitrag zur gesellschaft

gap top 3

- 1 gehalt & sozialleistungen
- 2 angenehmes arbeitsklima
- 3 berufliche sicherheit



so suchen schweizer nach neuen arbeitsplätzen.



21%

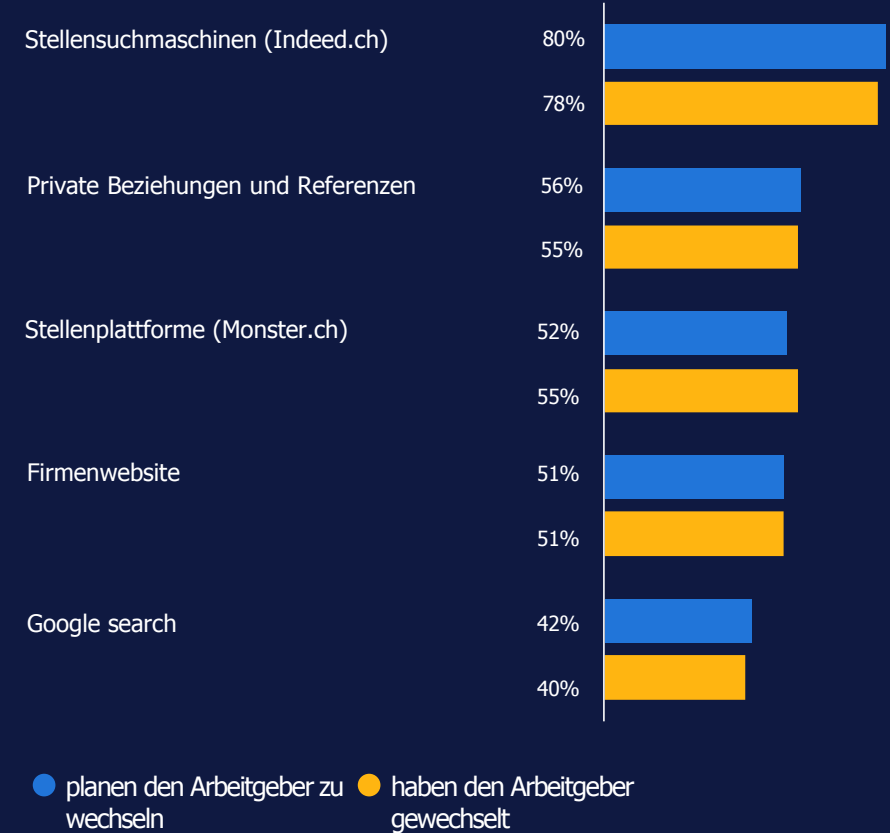
haben im letzten Jahr den Arbeitgeber gewechselt.



29%

planen, den Arbeitgeber innerhalb des kommenden Jahres zu wechseln.

Top-5-Kanäle der Arbeitsplatzsuche



so suchen schweizer nach neuen arbeitsplätzen

verwendete kanäle um neue jobchancen zu finden, sortiert nach profil.

Männer

28%

der Männer nutzen für die Arbeitsplatzsuche eher Rekrutierer oder LinkedIn als Frauen.

Alter 18 – 24

77%

der Arbeitskräfte zwischen 18 und 24 Jahren nutzen für die Suche nach einem Arbeitsplatz eher Jobsuchmaschinen als Arbeitskräfte über 24.

Alter 25 – 44

50%

der Arbeitskräfte zwischen 25 und 44 Jahren verwenden für die Arbeitsplatzsuche eher Stellenbörsen als Arbeitskräfte im Alter von 18 bis 24 Jahren.

Alter 45 – 64

55%

der Arbeitskräfte zwischen 45 und 64 Jahren nutzen eher private Beziehungen oder Weiterempfehlungen für die Suche nach einem Arbeitsplatz als Arbeitskräfte im Alter von 25 bis 44 Jahren.

Frauen

75%

der Frauen verwenden für die Arbeitsplatzsuche eher Jobsuchmaschinen.

Höhere Qualifikation

57%

der höher qualifizierten Arbeitskräfte nutzen eher private Beziehungen oder Weiterempfehlungen für die Suche nach einem Arbeitsplatz als mittel- oder geringqualifizierte Arbeitskräfte.

Mittlere Qualifikation

74%

der mittelhoch qualifizierten Arbeitskräfte nutzen eher Jobsuchmaschinen für die Arbeitsplatzsuche als geringer qualifizierte Arbeitskräfte.

Geringere Qualifikation

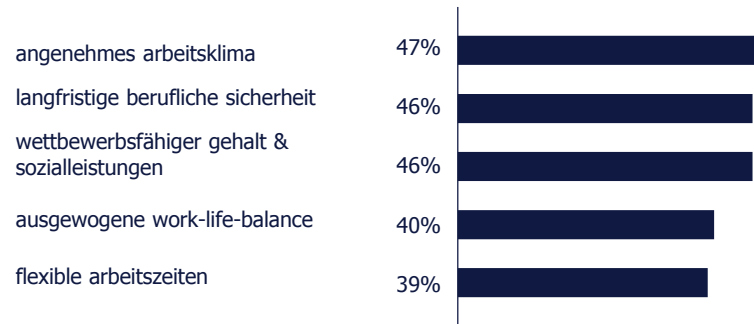
45%

der geringer qualifizierten Arbeitskräfte nutzen eher Google für die Suche nach einem Arbeitsplatz als mittel- oder hochqualifizierte Arbeitskräfte.

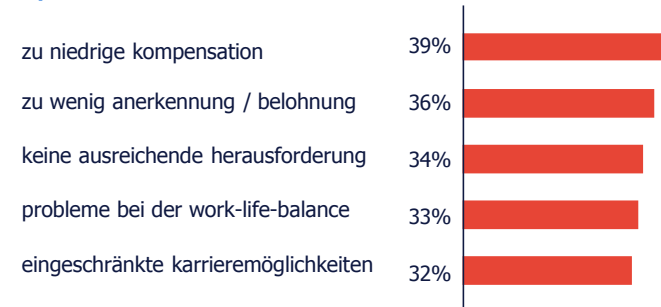


welche faktoren sind schweizern wichtig, um an ihrem arbeitsplatz zu bleiben oder zu wechseln?

Top 5 der Gründe, um zu bleiben*

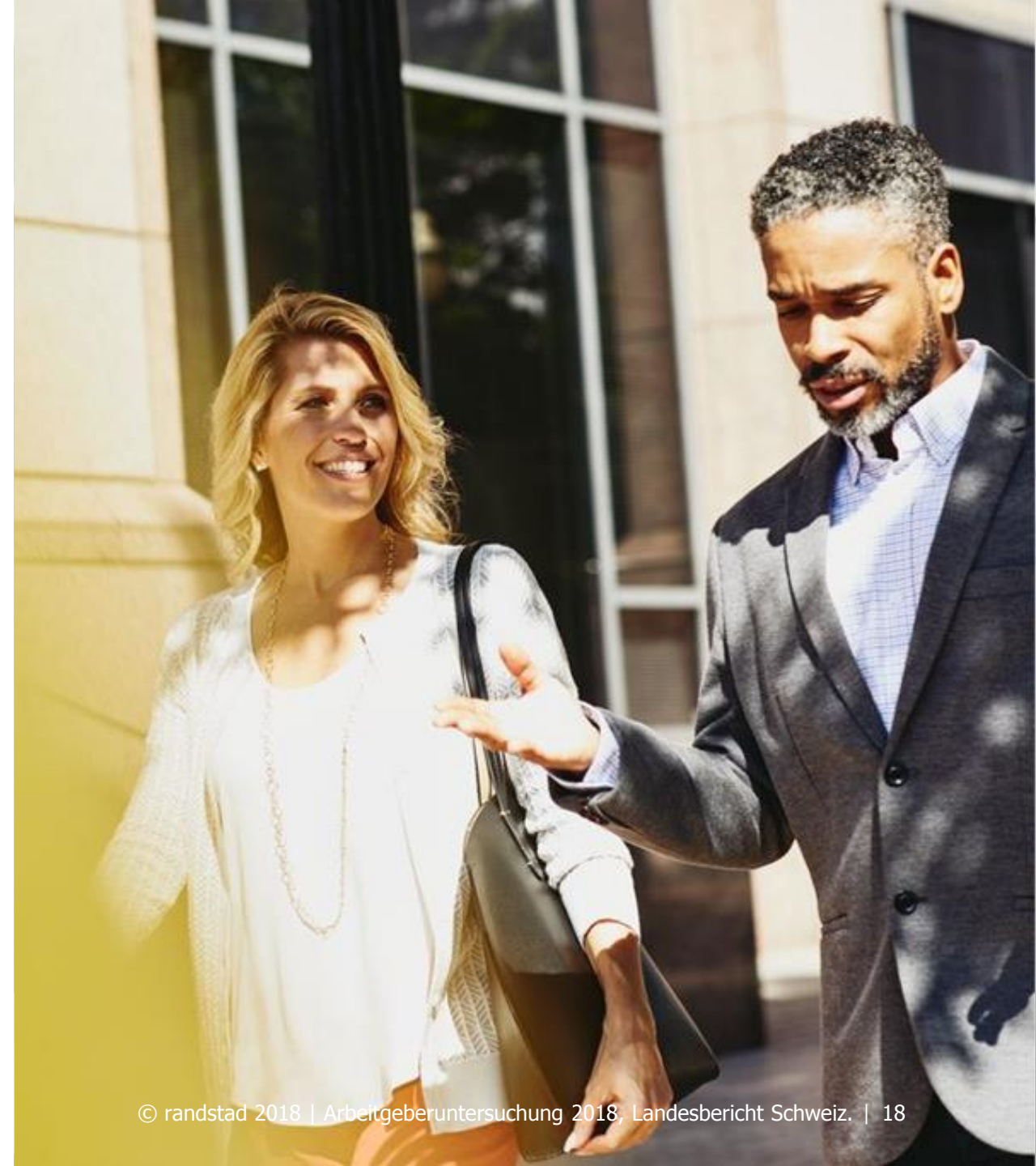


Top 5 der Gründe, um zu gehen*



*Befragten, die im vergangenen Jahr beim gleichen Arbeitgeber gearbeitet haben und nicht planen, im kommenden Jahr zu wechseln

**Befragten, die ihren Arbeitgeber im vergangenen Jahr gewechselt haben oder dies für das kommende Jahr planen



welche faktoren überzeugen schweizer zu bleiben?

gründe zu bleiben, sortiert nach profil.

Männer

38%

der Männer bleiben eher bei ihrem aktuellen Arbeitgeber als Frauen, wenn dieser ihnen interessante Aufgaben bietet.

Alter 18 – 24

39%

der Arbeitskräfte zwischen 18 und 24 Jahren bleiben eher bei deren Arbeitgeber als Arbeitskräfte über 24 Jahre, wenn das Unternehmen Zukunftsperspektiven anbietet.

Alter 25 – 44

47%

der Arbeitskräfte zwischen 25 und 44 Jahren bleiben eher bei einem Arbeitgeber als Arbeitskräfte unter 25 Jahren, wenn dieser ein Gefühl von beruflicher Sicherheit bietet.

Alter 45 – 64

39%

der Arbeitskräfte zwischen 45 und 64 Jahren bleiben eher bei einem Arbeitgeber als Arbeitskräfte zwischen 18 und 24 Jahren, wenn das Unternehmen flexible Arbeitsbedingungen bietet (z. B. flexible Arbeitszeiten und Homeoffice).

Frauen

51%

der Frauen bleiben eher bei ihrem Arbeitgeber als Männer, wenn dieser ein angenehmes Arbeitsklima bietet.

Höhere Qualifikation

50%

der höher qualifizierten Arbeitskräfte bleiben eher bei ihrem Arbeitgeber als mittelhoch und geringer qualifizierte Arbeitskräfte, wenn sie dafür eine gute Work-Life-Balance haben.

Mittlere Qualifikation

36%

der mittelhoch qualifizierten Arbeitskräfte bleiben eher bei ihrem Arbeitgeber als höher qualifizierte Arbeitskräfte, wenn das Unternehmen finanziell stabil ist.

Geringere Qualifikation

31%

der geringer qualifizierten Arbeitskräfte bleiben eher bei ihrem Arbeitgeber als mittelhoch oder höher qualifizierte Arbeitskräfte, wenn das Unternehmen einen sehr guten Ruf hat.

welche faktoren überzeugen schweizer zu gehen? gründe zu gehen, sortiert nach profil.

Männer

35%

Männer verlassen ihren Arbeitgeber eher als Frauen, wenn es für sie keine Möglichkeiten gibt, ihre Karriere weiter voranzutreiben.

Alter 18 – 24

39%

Arbeitskräfte zwischen 18 und 24 Jahren verlassen ihren Arbeitgeber eher als Arbeitskräfte über 44 Jahre, wenn ihnen das Interesse an ihrer Arbeitsstelle fehlt.

Alter 25 – 44

36%

Arbeitskräfte zwischen 25 und 44 Jahren verlassen ihren Arbeitgeber eher als Arbeitskräfte zwischen 18 und 24 Jahren, wenn sie keine Anerkennung/Prämien erhalten.

Alter 45 – 64

30%

Arbeitskräfte zwischen 45 und 64 Jahren verlassen ihren Arbeitgeber eher als Arbeitskräfte unter 45 Jahre, wenn das Unternehmen keine finanzielle Stabilität bietet.

Frauen

38%

Frauen verlassen ihren Arbeitgeber eher als Männer, wenn sie ihre aktuelle Arbeitsstelle nicht als herausfordernd genug empfinden.

Höhere Qualifikation

37%

höher qualifizierten Arbeitskräfte verlassen ihren Arbeitsplatz eher als mittel- oder geringqualifizierte Arbeitskräfte wegen einer unausgewogenen Work-Life-Balance.

Mittlere Qualifikation

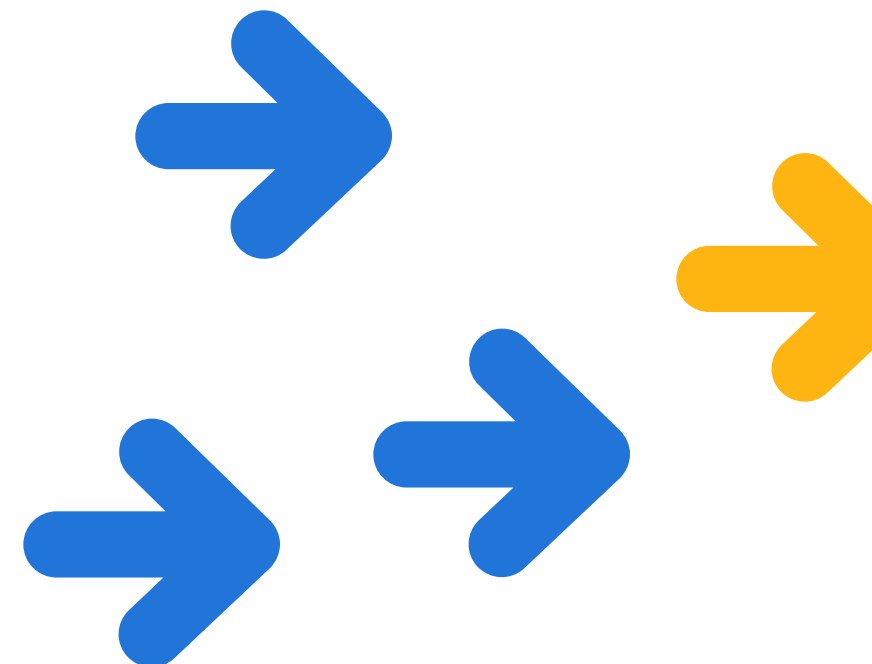
37%

mittelhoch qualifizierten Arbeitskräfte verlassen ihren Arbeitgeber eher als höher qualifizierte Arbeitskräfte, wenn es ihnen an Anerkennung /Prämien fehlt.

Geringere Qualifikation

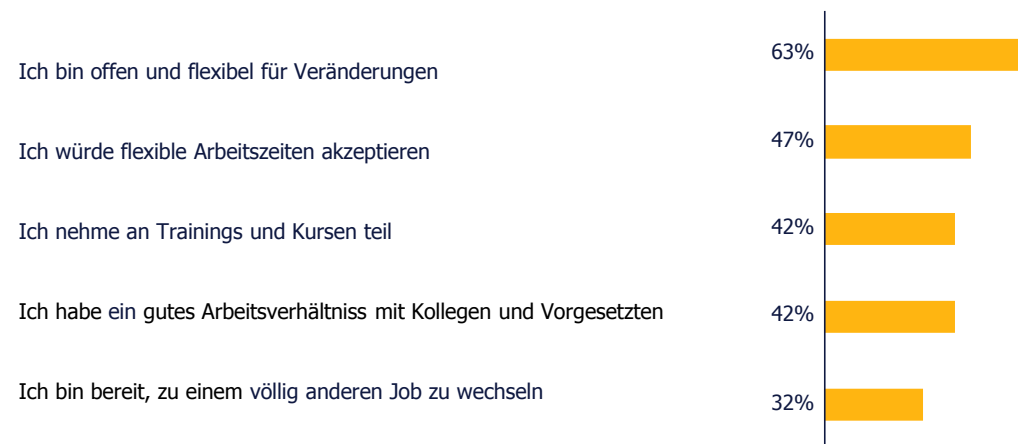
25%

geringer qualifizierten Arbeitskräfte verlassen ihren Arbeitgeber eher als höher qualifizierte Arbeitskräfte, wenn die Anfahrt zum Arbeitsplatz zu lang ist.



massnahmen, die schweizer ergreifen, um als arbeitnehmer attraktiv zu bleiben.

Top 5



massnahmen, die schweizer ergreifen, um als arbeitnehmer attraktiv zu bleiben so zeigen arbeitnehmer engagement, sortiert nach profil.



Männer

34%

Männer tragen eher als Frauen neue Ideen und Vorschläge an ihre Vorgesetzten heran.

Alter 18 – 24

50%

Arbeitskräfte zwischen 18 und 24 Jahren haben eher eine gute Beziehung zu Kollegen, Vorgesetzten und ihrem beruflichen Netzwerk als Arbeitskräfte über 24 Jahre.

Alter 25 – 44

29%

Arbeitskräfte zwischen 25 und 44 Jahren sind eher an Projekten ausserhalb ihrer täglichen Verantwortlichkeiten beteiligt als Arbeitskräfte über 44 Jahre.

Alter 45 – 64

67%

Arbeitskräfte zwischen 45 und 64 Jahren sind eher Veränderungen gegenüber aufgeschlossen, als Arbeitskräfte unter 45 Jahren.

Frauen

65%

Frauen sind eher offen und flexibel gegenüber Veränderungen als Männer.

Höhere Qualifikation

52%

Hochqualifizierten Arbeitskräfte halten ihre Kompetenzen durch Schulungen und Kurse eher auf dem neuesten Stand als mittel- oder geringqualifizierte Arbeitskräfte.

Mittlere Qualifikation

30%

der mittelhoch qualifizierten Arbeitskräfte tragen eher neue Ideen und Vorschläge an ihre Vorgesetzten heran als gering qualifizierte Arbeitskräfte.

Geringere Qualifikation

61%

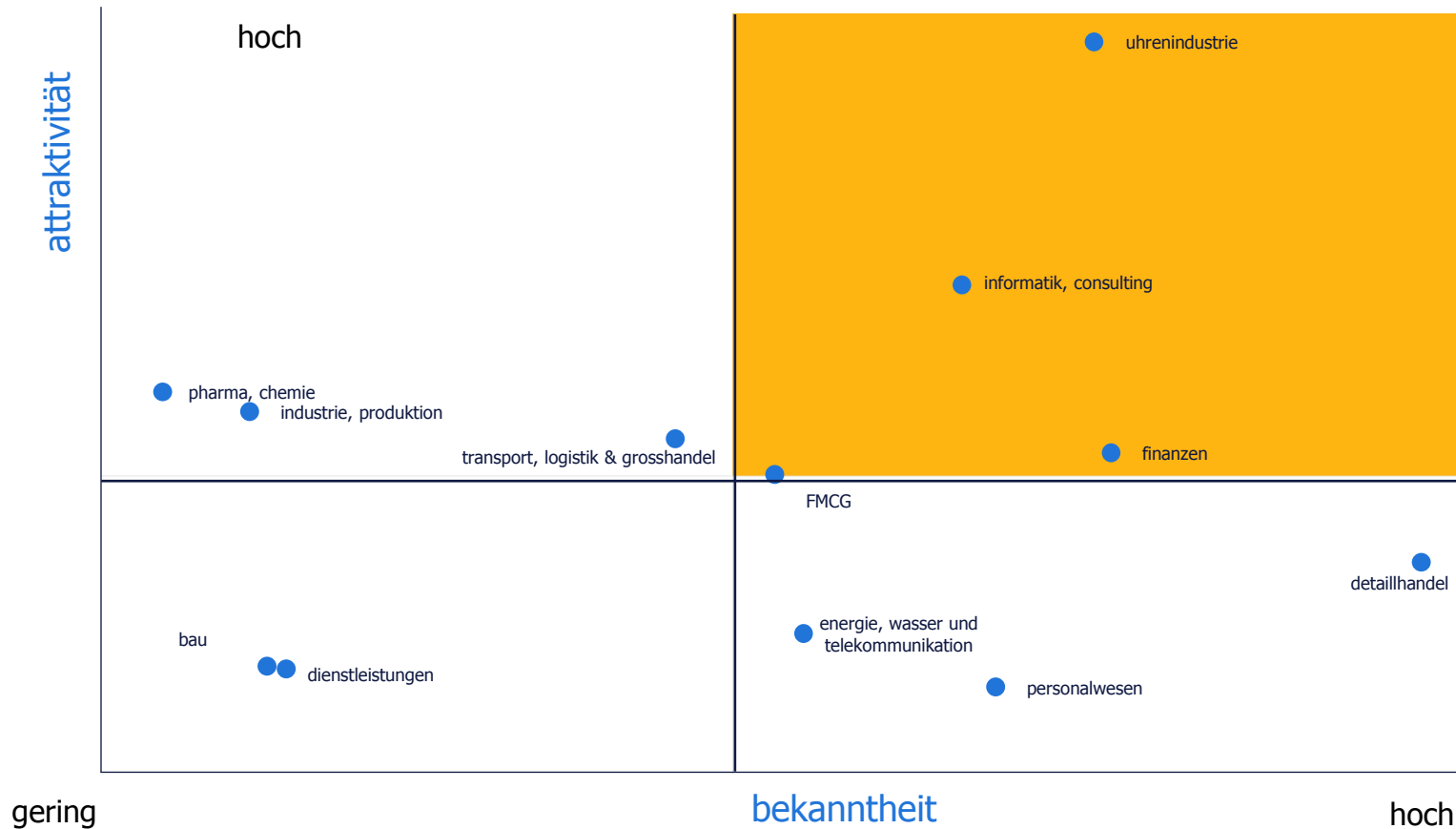
der geringer qualifizierten Arbeitskräfte sind eher offen und flexibel gegenüber Veränderungen eingestellt.

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 hoher Attraktivität beinhaltet mehr sehr attraktive Unternehmen als andere Sektoren.

top-3-sektoren der schweiz nach EVP-faktoren.

EVP-Faktoren	1	2	3
gehalt & sozialeleistungen	uhrenindustrie	informatik, beratung	finanzen
zukunftperspektive	informatik, beratung	uhrenindustrie	finanzen
finanzielle stabilität	uhrenindustrie	informatik, beratung	finanzen
beitrag zur gesellschaft	uhrenindustrie	detaillhandel	industrie, produktion
interessante aufgaben	uhrenindustrie	informatik, beratung	pharma, chemie
berufliche sicherheit	uhrenindustrie	informatik, beratung	finanzen
angenehmes arbeitsklima	uhrenindustrie	informatik, beratung	industrie, produktion
verwendet neuste technologien	informatik, beratung	uhrenindustrie	pharma, chemie
hervorragender ruf	uhrenindustrie	informatik, beratung	industrie, produktion
work-life balance	uhrenindustrie	informatik, beratung	finanzen

die sektoren der schweiz schneiden bei diesen 3 EVP faktoren am besten ab.

1/2

sector	top 3 EVP faktoren		
	1	2	3
01 uhrenindustrie	finanzielle stabilität	hervorragender ruf	neuste technologien
02 informatik, beratung	finanzielle stabilität	neuste technologien	hervorragender ruf
03 pharma, chemie	finanzielle stabilität	neuste technologien	zukunftsprospektive
04 industrie, produktion	neuste technologien	finanzielle stabilität	hervorragender ruf
05 transport, logistik & grosshandel	finanzielle stabilität	neuste technologien	hervorragender ruf
06 finanzen	finanzielle stabilität	neuste technologien	zukunftsprospektive
07 FMCG	finanzielle stabilität	berufliche sicherheit	hervorragender ruf
08 detaillhandel	finanzielle stabilität	hervorragender ruf	berufliche sicherheit
09 energie, wasser und telekommunikation	neuste technologien	finanzielle stabilität	berufliche sicherheit
10 bau	finanzielle stabilität	neuste technologien	hervorragender ruf



die sektoren der schweiz schneiden bei diesen 3 EVP faktoren am besten ab.

2/2

top 3 EVP faktoren

sector

1

2

3

10 dienstleistungen

finanzielle stabilität

neuste technologien

hervorragender ruf

11 personalwesen

finanzielle stabilität

neuste technologien

hervorragender ruf

top



arbeitgeber.

top 10 arbeitgeber in der schweiz.

top 10 Arbeitgeber 2018

- 01 Swiss International Air Lines
 - 02 Flughafen Zürich
 - 03 PATEK PHILIPPE
 - 04 Rolex
 - 05 Victorinox
 - 06 Swatch Group
 - 07 Nestlé
 - 08 Lindt & Sprüngli
 - 09 Swissport International
 - 10 SBB
-

top 10 Arbeitgeber 2017

- 01 Google
 - 02 Swatch Group
 - 03 Lindt & Sprüngli
 - 04 Swiss International Air Lines
 - 05 Flughafen Zürich
 - 06 Pilatus Flugzeugwerke AG
 - 07 Victorinox
 - 08 PATEK PHILIPPE
 - 09 SBB
 - 10 Rolex
-

top unternehmen der schweiz

top 3 EVP faktoren für die top 5 unternehmen.

	top 3 EVP Faktoren		
top 5 Unternehmen	1	2	3
1 Swiss International Air Lines	neuste technologien	hervorragender ruf	interessante arbeitsinhalt
2 Flughafen Zürich	finanzielle stabilität	neuste technologien	interessante arbeitsinhalt
3 PATEK PHILIPPE	finanzielle stabilität	hervorragender ruf	neuste technologien
4 Rolex	finanzielle stabilität	hervorragender ruf	neuste technologien
5 Victorinox	hervorragender ruf	finanzielle stabilität	neuste technologien

top arbeitgeber pro EVP faktor.

EVP Faktoren	1	2	3
gehalt & sozialeleistungen	Rolex	PricewaterhouseCoopers	Novartis
zukunftsprospektive	Nestlé	PricewaterhouseCoopers	Zürcher Kantonalbank
finanzielle stabilität	Nestlé	Roche	Migros
beitrag zur gesellschaft	Migros	Coop	Rhätische Bahn
interessante aufgaben	Flughafen Zürich	Nestlé	Roche
berufliche sicherheit	Migros	Coop	SBB
angenehmes arbeitsklima	Zimmer Biomet	Swatch Group	Raiffeisen
verwendet neuste technologien	IBM	HP	Swisscom
hervorragender ruf	Rolex	Victorinox	Lindt & Sprüngli
work-life balance	Mobilier	Raiffeisen	Rolex

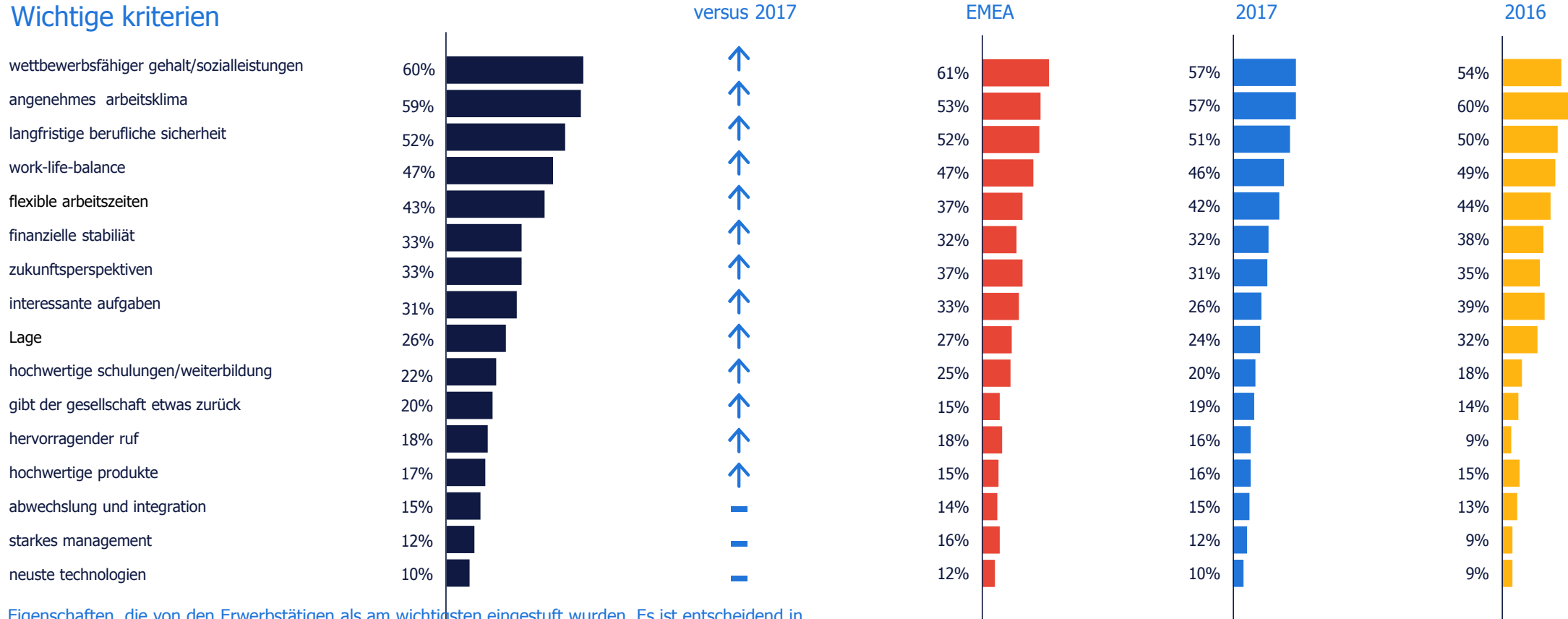
detailanalyse

anhang 1.



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

Wichtige kriterien

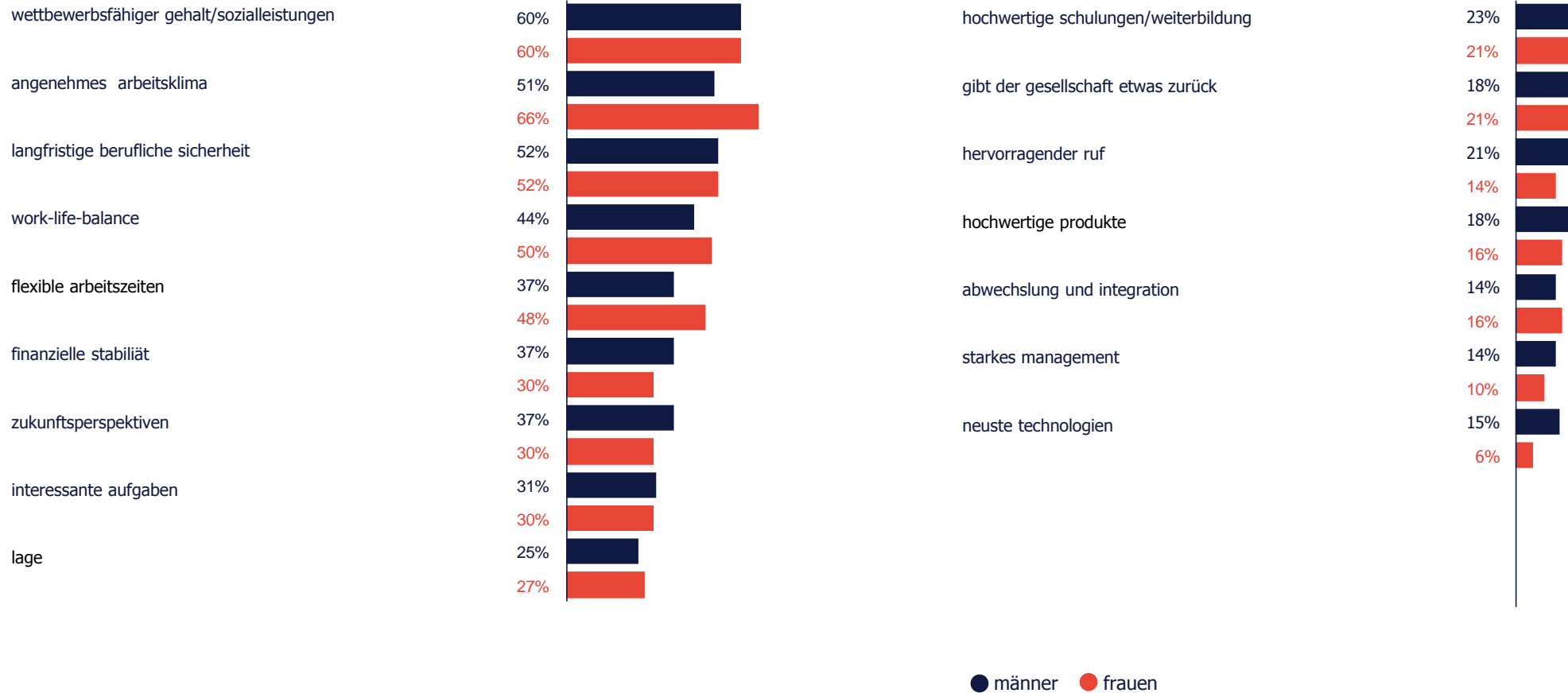


Eigenschaften, die von den Erwerbstätigen als am wichtigsten eingestuft wurden. Es ist entscheidend in Bezug auf Ihr Wertversprechen für Ihre Mitarbeitenden, dass Sie sich auf diese Faktoren konzentrieren und sie verbessern, denn sie tragen am stärksten zu Ihrer Arbeitgebermarke bei.

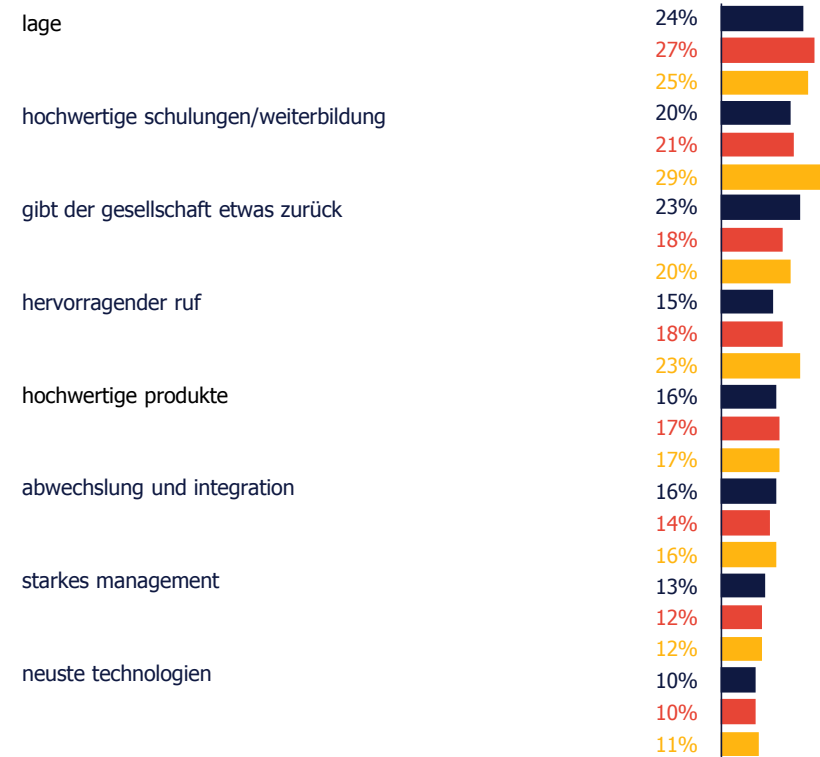
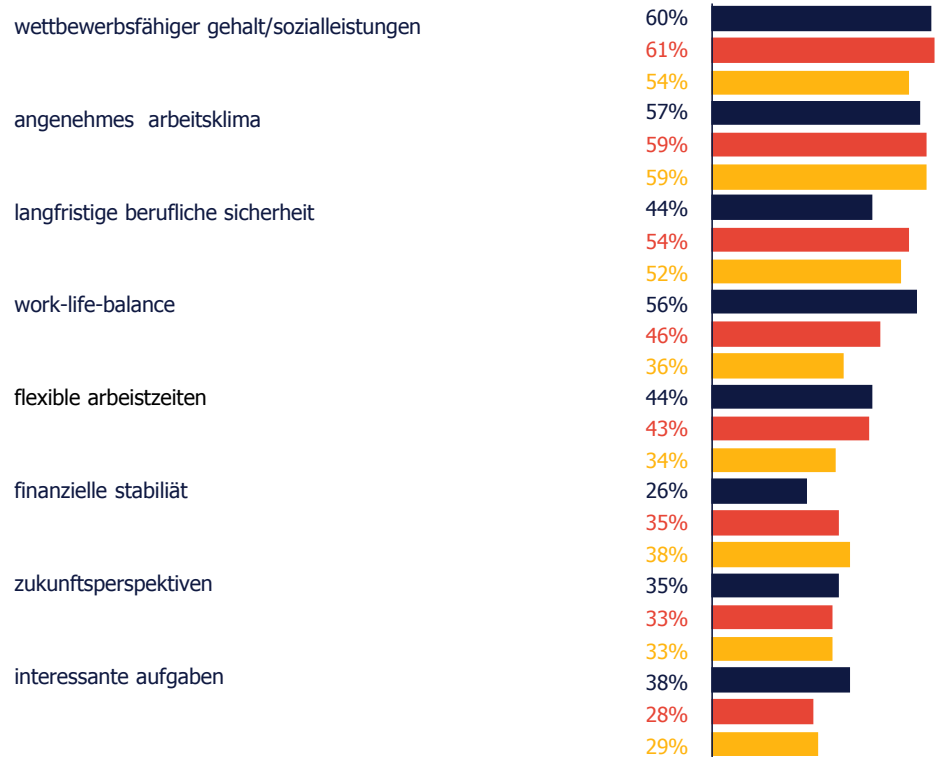
*2017: Motivierende und herausfordernde Arbeit/ **Vorherige Jahre: Starkes Image/starke Werte



EVP faktoren bedeutung nach geschlecht.



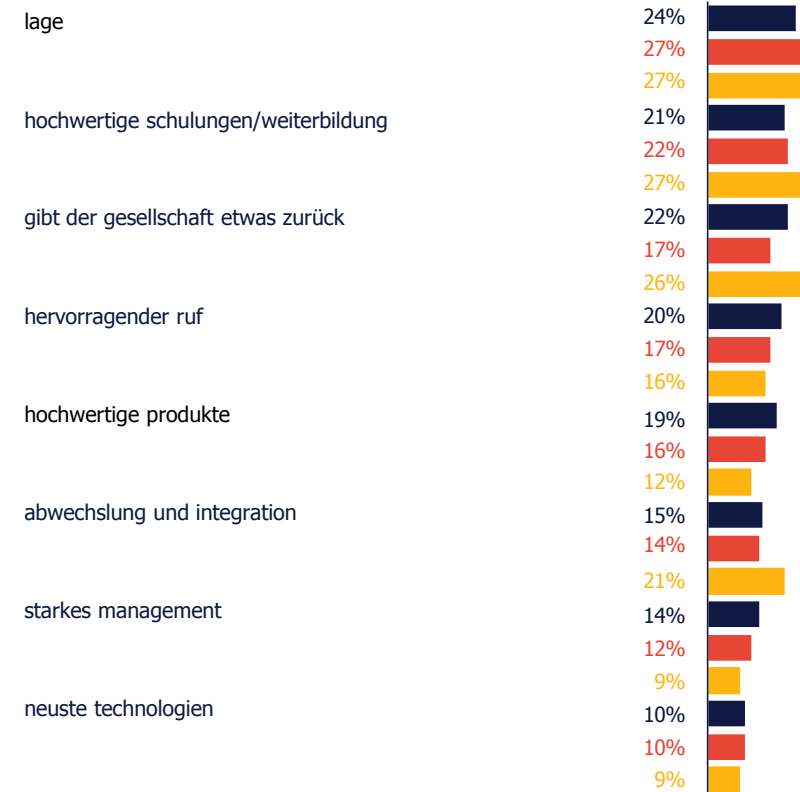
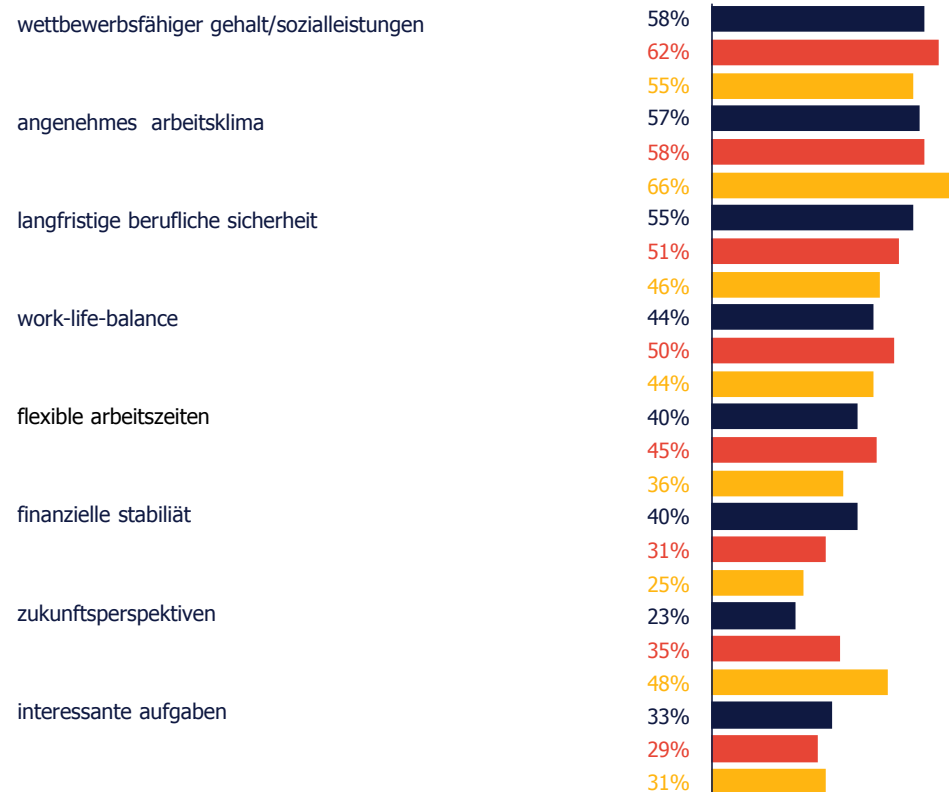
EVP faktoren bedeutung nach ausbildung.



● hoch ● mittel ● tief



EVP faktoren bedeutung nach alter.



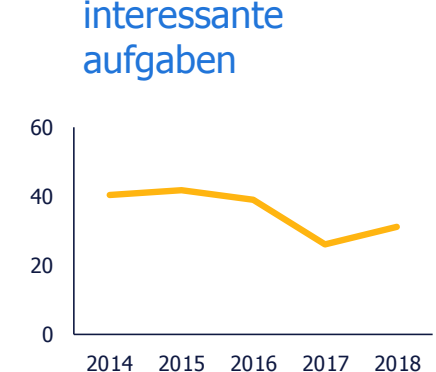
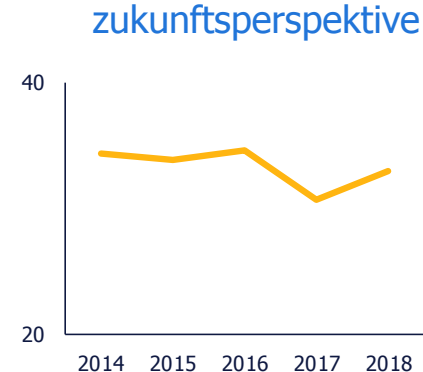
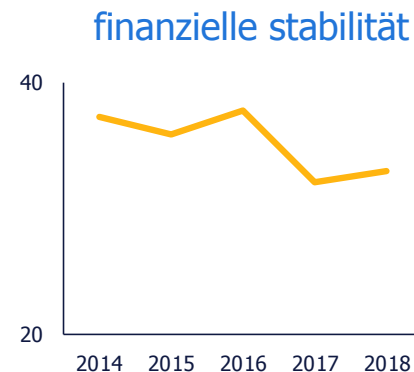
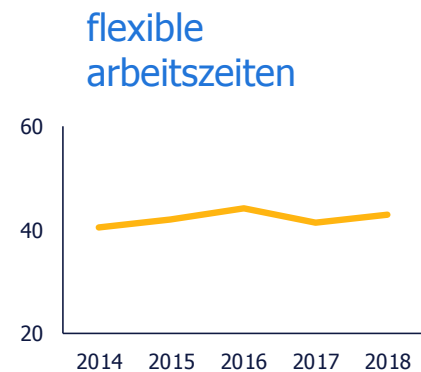
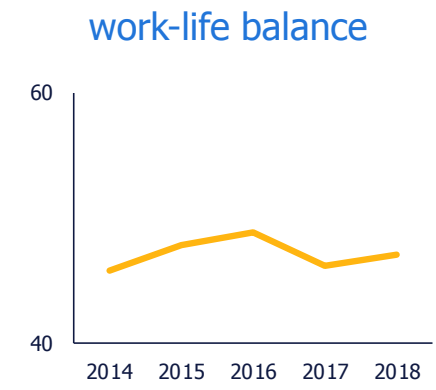
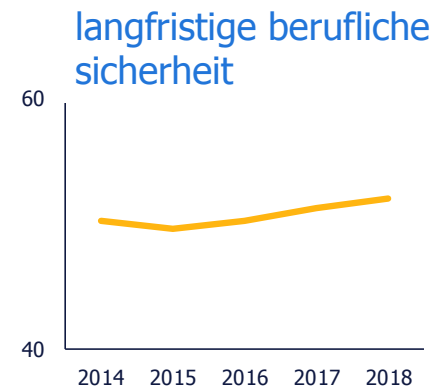
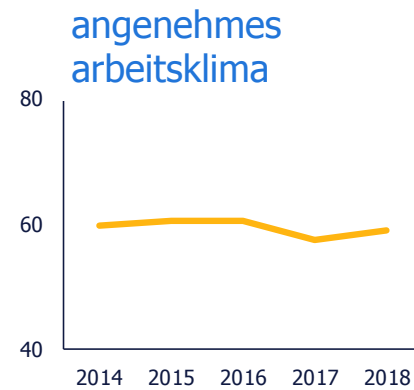
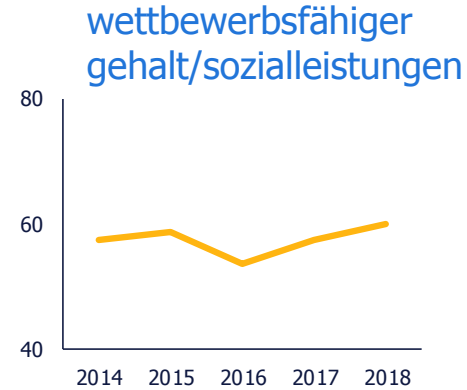
● 45+ ● 25 - 44 ● 18 - 24



wichtigkeit von EVP faktoren

trends, total.

1/2

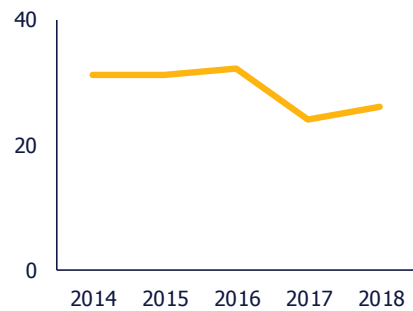


wichtigkeit von EVP faktoren

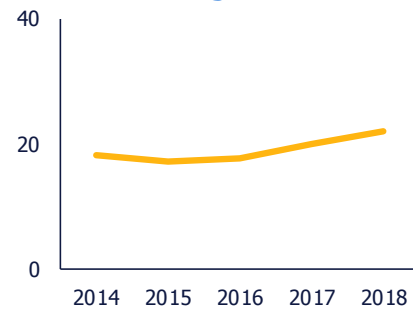
trends, total.

2/2

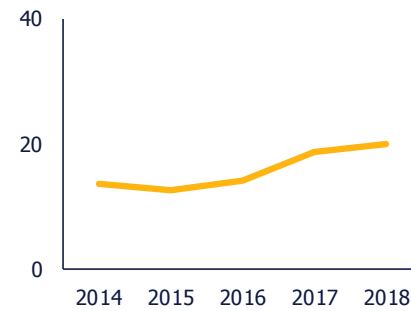
lage



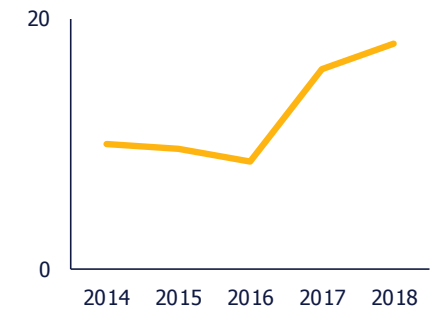
hochwertige
schulungen/weiterbildung



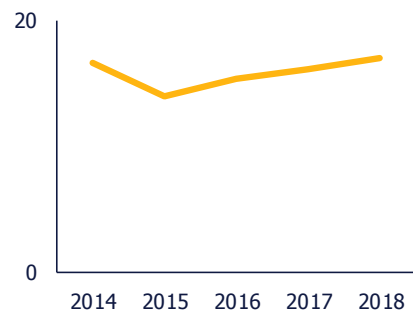
gibt der gesellschaft etwas
zurück



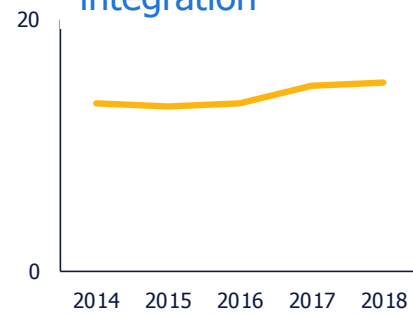
hervorragender ruf



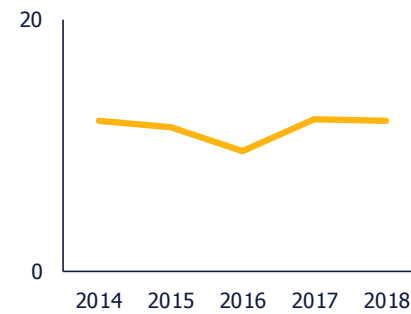
hochwertige produkte



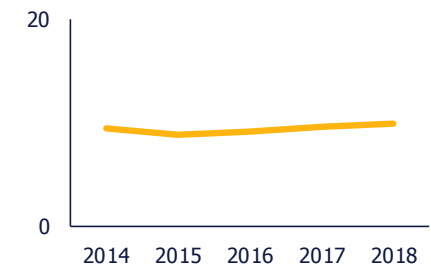
abwechslung und
integration



starkes management



neuste
technologien



methodologie

anhang 2.



methodologie

warum SMART-stichproben?

In der Vergangenheit wurden Unternehmen von 140 bis 1'400 Befragten bewertet. Nach der Analyse der Daten und Fehlerwahrscheinlichkeiten kam man zum Schluss, dass keine Notwendigkeit für eine so grosse Stichprobe besteht, wenn zuverlässige Daten auch mit einer deutlich kleineren Stichprobengrösse erhalten werden können. Daher werden seit REBR 2017 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 Betterteam-Blog

<https://www.betterteam.com/blog/employer-branding>

2 PwC, A marketplace without boundaries? Responding to disruption

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

3 JWTInside, „The Evolving Culture-scape and Employee Expectation“
Forschungsstudie 2014, Leistungsstarke Mitarbeiter

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

4 Harvard Business Review, A Bad Reputation Costs a Company at
Least 10% More Per Hire

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

5 HR in Asia, Do You Think Your Employer Brand Can Be Ruined by
Social Media?

www.hrinasia.com/employer-branding/do-you-think-your-employer-brand-can-be-ruined-by-social-media/

randstad

human forward.

