

An aerial photograph of a river winding through a dense forest. The trees on the left bank are in autumn, showing vibrant yellow and orange foliage, while the trees on the right bank are mostly green. The river is a dark, narrow strip running vertically down the center of the image.

EMPLOYER BRANDING STUDIE

DEUTSCHSCHWEIZ | 2020

AGENDA

1 Vorgehensweise

2 Arbeitnehmersicht

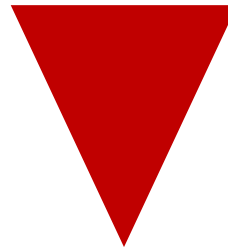
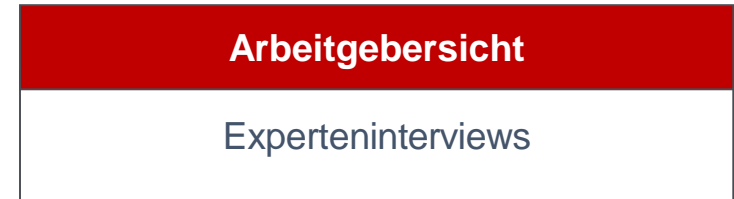
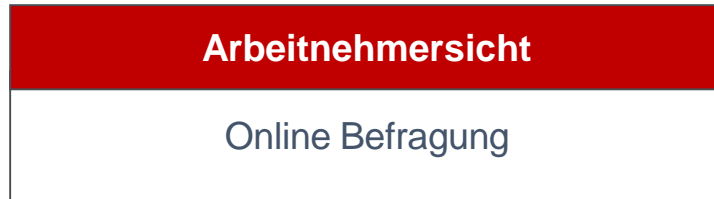
3 Arbeitgebersicht

4 Key Findings

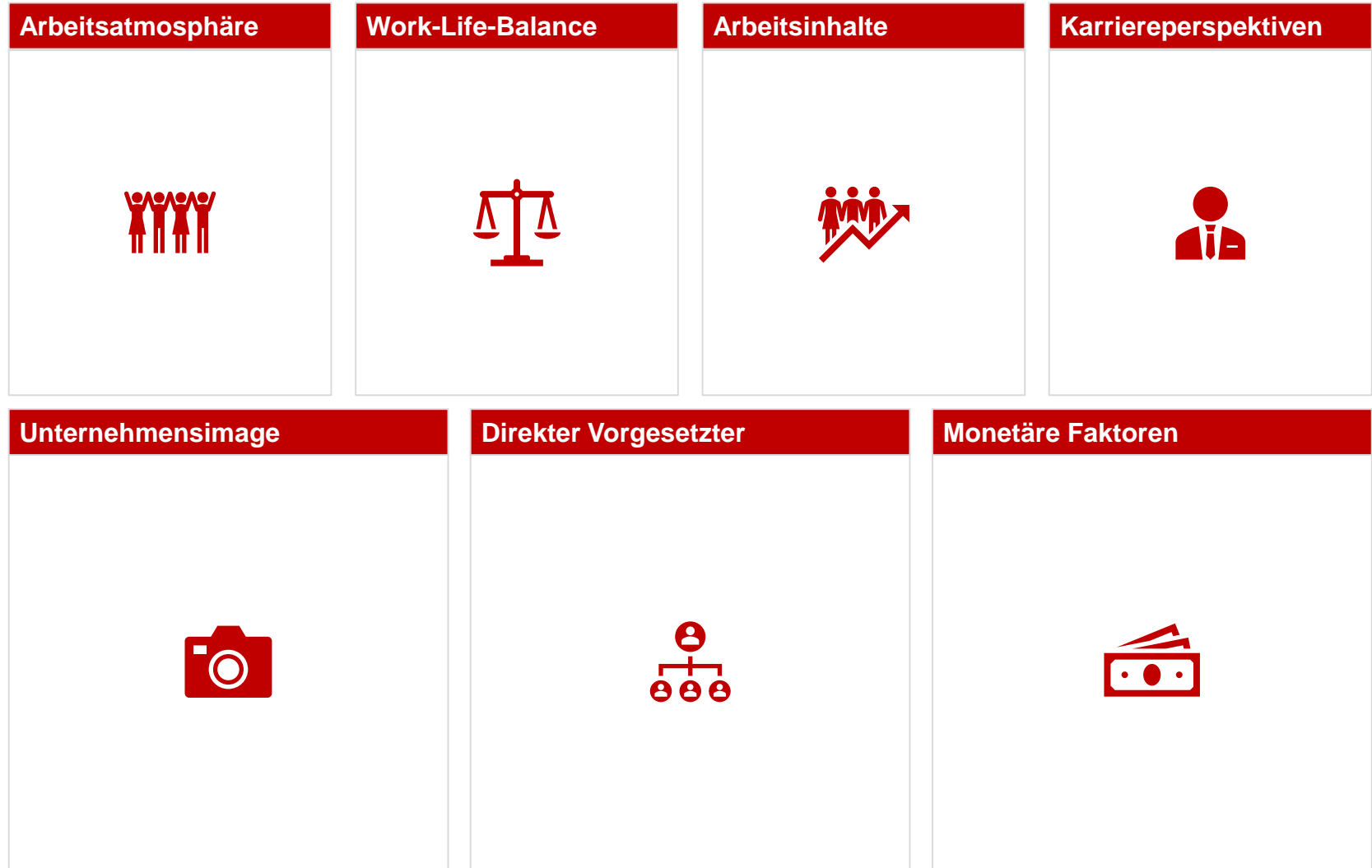
Vorgehensweise

An aerial photograph of a river winding through a dense forest. The river is the central vertical element, with sandy banks on either side. The forest is a mix of green evergreens and trees with vibrant yellow and orange autumn foliage. The lighting suggests a bright day, with some shadows cast across the water and the forest floor.

Vorgehensweise



Untersuchte Arbeitgeberereigenschaften



Untersuchte Arbeitgeberereigenschaften

<p>Arbeitsatmosphäre </p> <ul style="list-style-type: none"> • Angenehmer Umgang mit Kollegen • Transparente Kommunikation • Firmen- und Teamevents • Getränke, Obstkorb • Recreation Rooms 	<p>Work-Life-Balance </p> <ul style="list-style-type: none"> • Flexible Arbeitszeiten • Home-Office Option • Überstundenausgleich • Akzeptable Arbeitsbelastung • Betriebskindergarten • Möglichkeit der Inanspruchnahme eines Sabbaticals / zusätzlicher unbezahlter Urlaubstage 	<p>Arbeitsinhalte </p> <ul style="list-style-type: none"> • Herausfordernde Aufgaben • Wahrgenommene Sinnhaftigkeit • Hoher Ausmass an Autonomie / Eigenverantwortung • Zielorientiertes Handeln 	<p>Karrierperspektiven </p> <ul style="list-style-type: none"> • Aufstiegsmöglichkeiten / klare Karrierepfade • Weiterbildungsmöglichkeiten • Internationale Umgebung • Möglichkeit ins Ausland zu gehen
<p>Unternehmensimage </p> <ul style="list-style-type: none"> • Ruf des Unternehmens • Branchenimage • Attraktiver Standort • Stabile finanzielle Situation / Arbeitssicherheit • Moderne Betriebsausstattung • Attraktive Produkt- / Dienstleistungspalette • Innovationsfokus • Existenz und Leben von klaren Unternehmenswerten • Inspirierender Geschäftsführer 	<p>Direkter Vorgesetzter </p> <ul style="list-style-type: none"> • Gegenseitiges Vertrauen • Vorgabe von klaren Zielen • Regelmässiges Feedback • Wertschätzender Umgang • Rückendeckung • Integrative Entscheidungsfindung • Menschliche Vorbildfunktion 	<p>Monetäre Faktoren </p> <ul style="list-style-type: none"> • Wettbewerbsfähiges Grundsalar • Leistungsorientierter Bonus • Long-term Incentives, wie bspw. Firmenanteile • Beitrag zur Pensionskasse • Beitrag zu Versicherungsleistungen • Gesundheitsfördernde Massnahmen, bspw. Mitgliedsbeitrag Fitnessstudio • Firmenrestaurant • Firmenwagen 	

Arbeitnehmersicht

Ergebnisse Onlinebefragung

Zusammensetzung der Stichprobe

Anzahl Teilnehmer und Dauer

628

TEILNEHMER

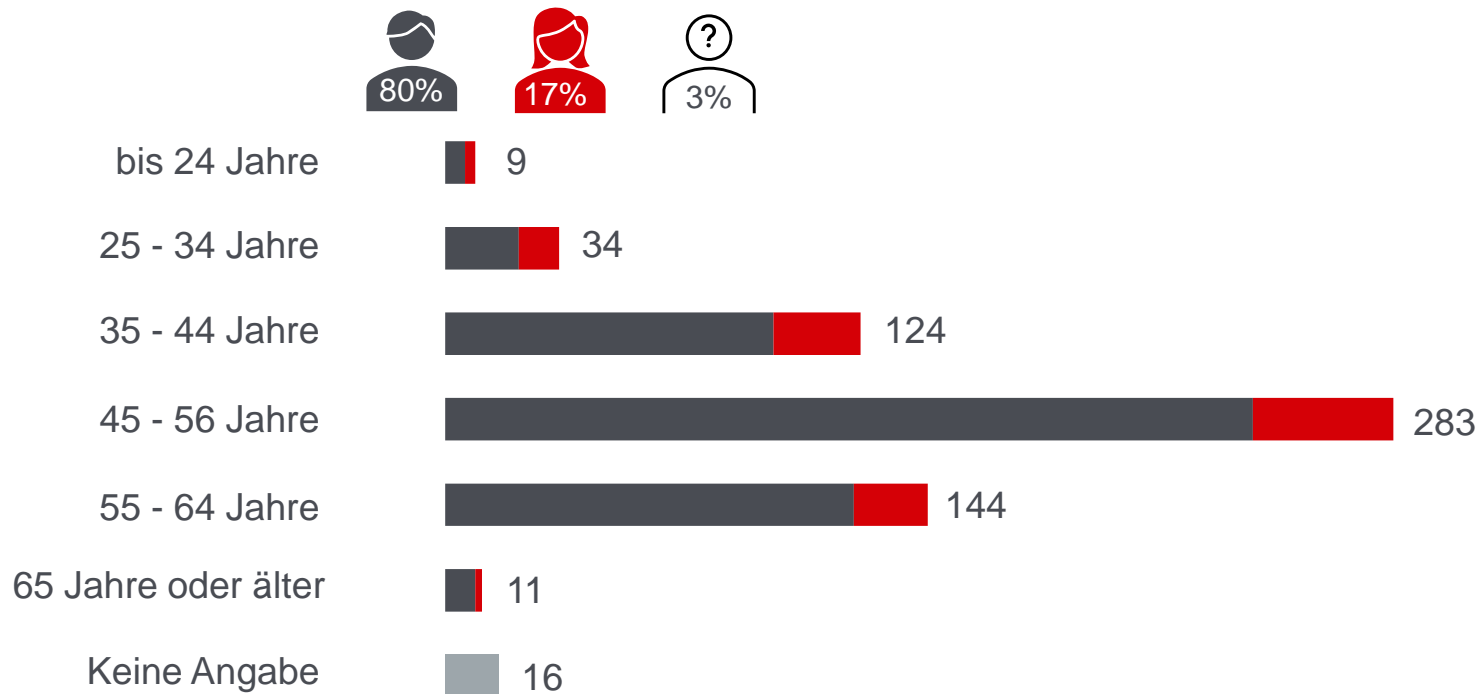


5

MONATE



Zusammensetzung der Stichprobe nach Alter und Geschlecht



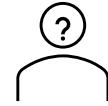
Zusammensetzung der Stichprobe nach Hierarchie und Geschlecht



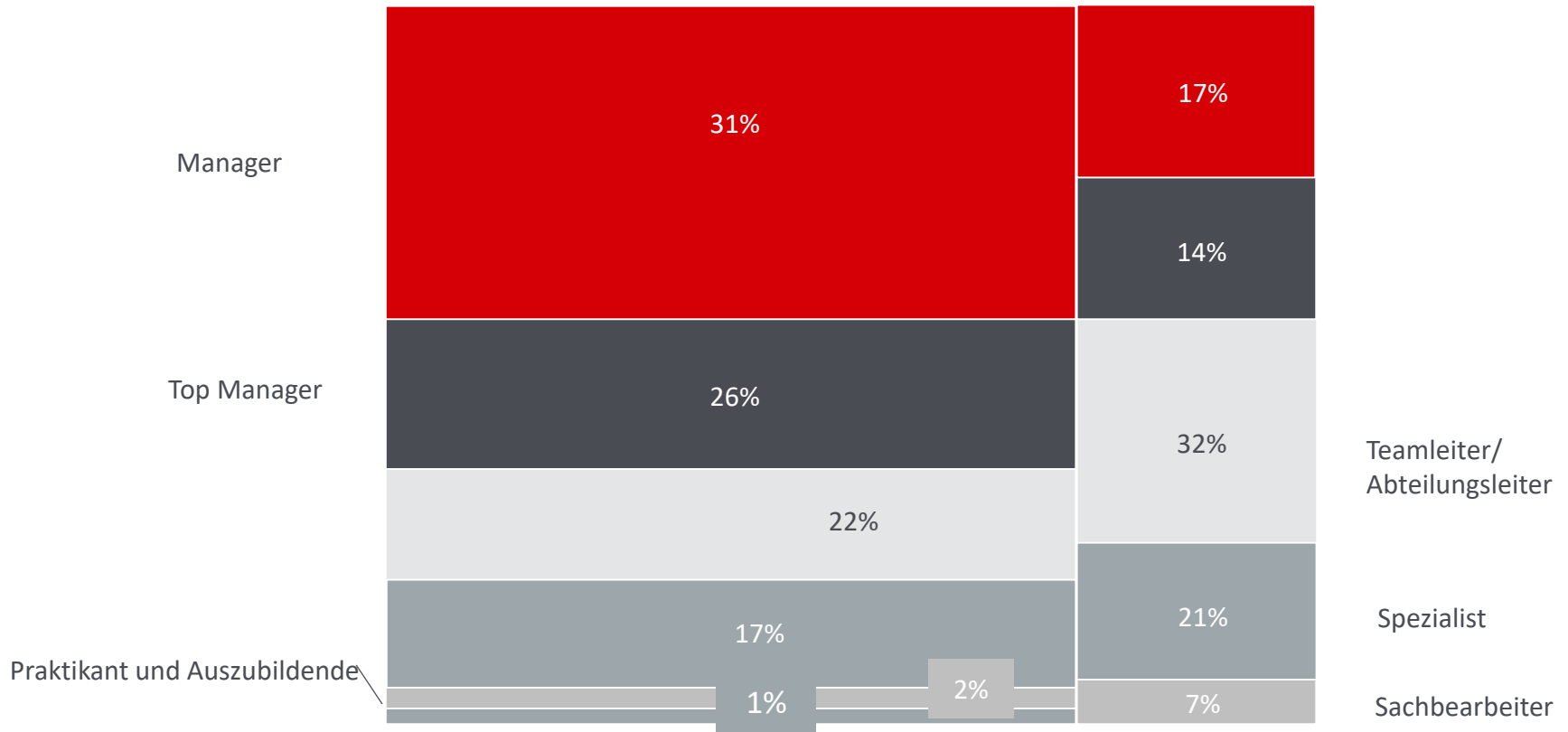
499



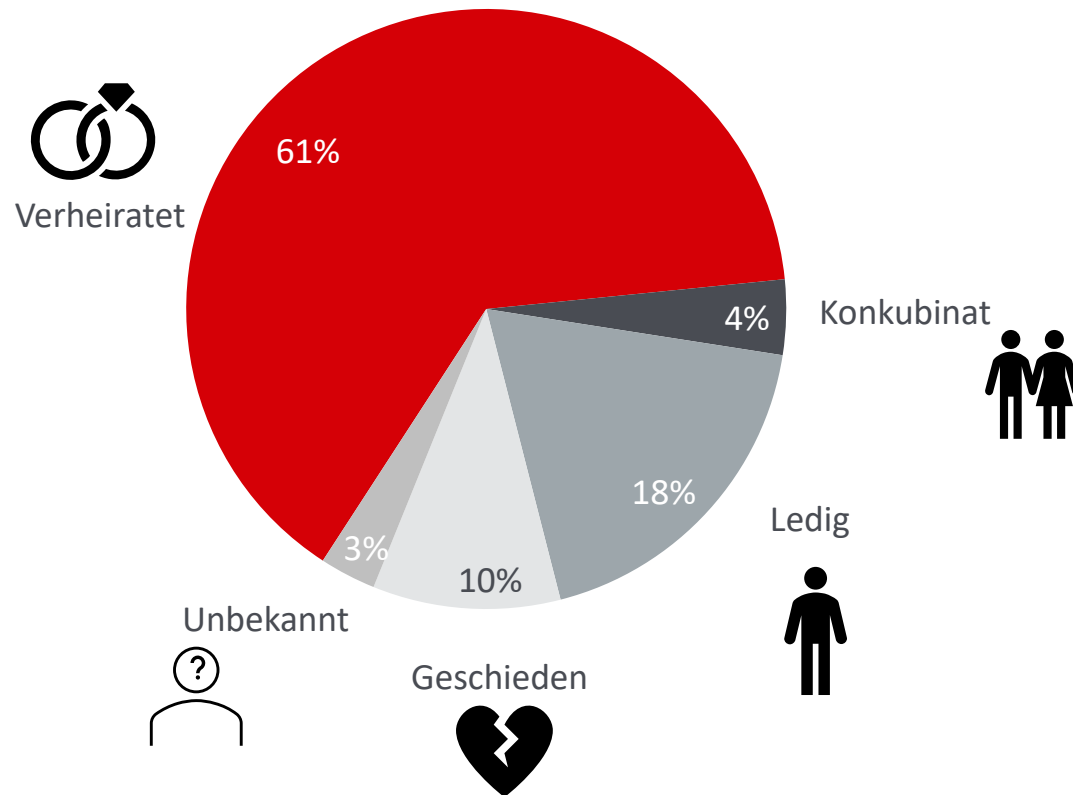
107



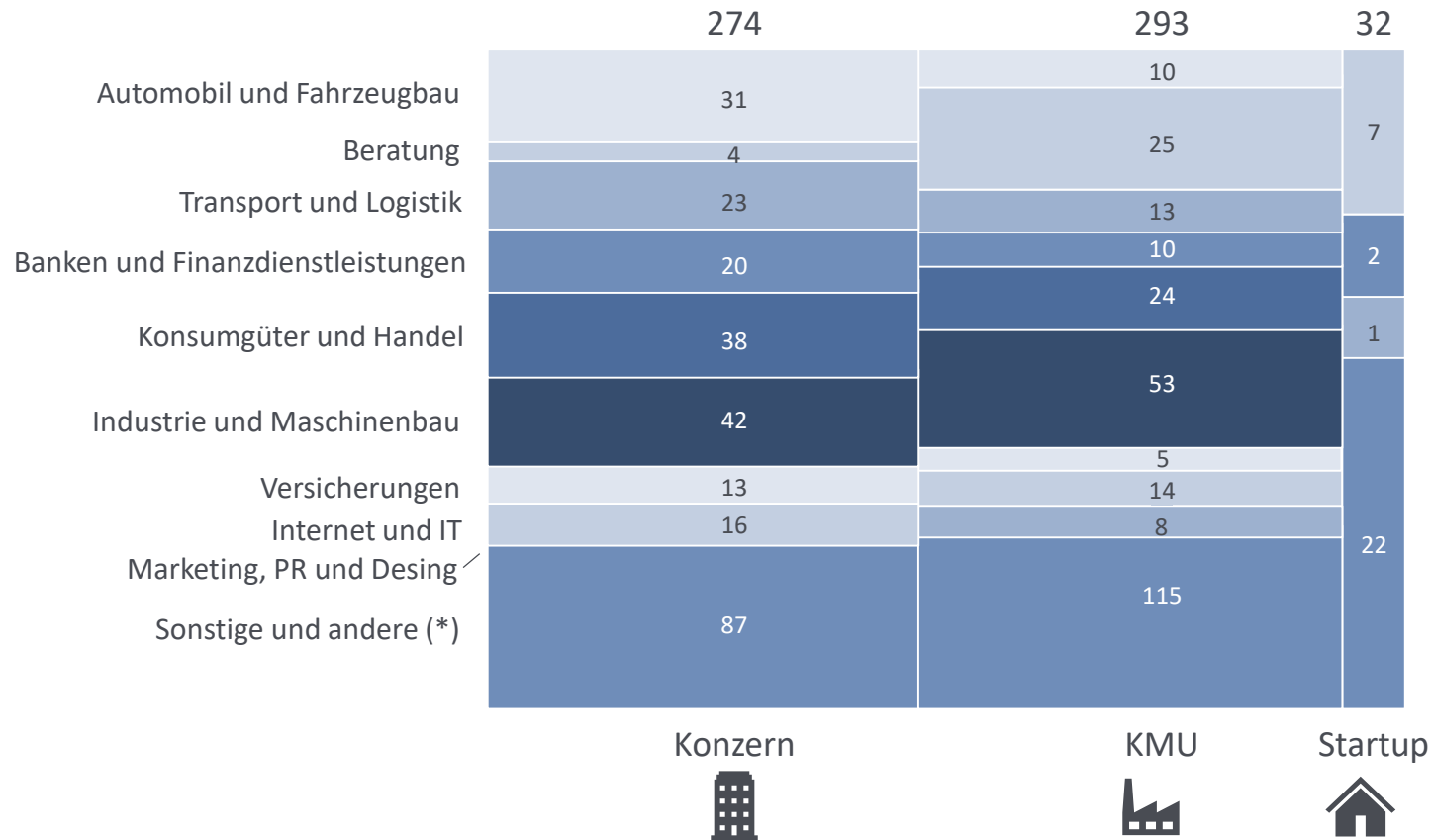
16



Zusammensetzung der Stichprobe nach Familienstatus



Zusammensetzung der Stichprobe nach Industrie und Unternehmensgrösse

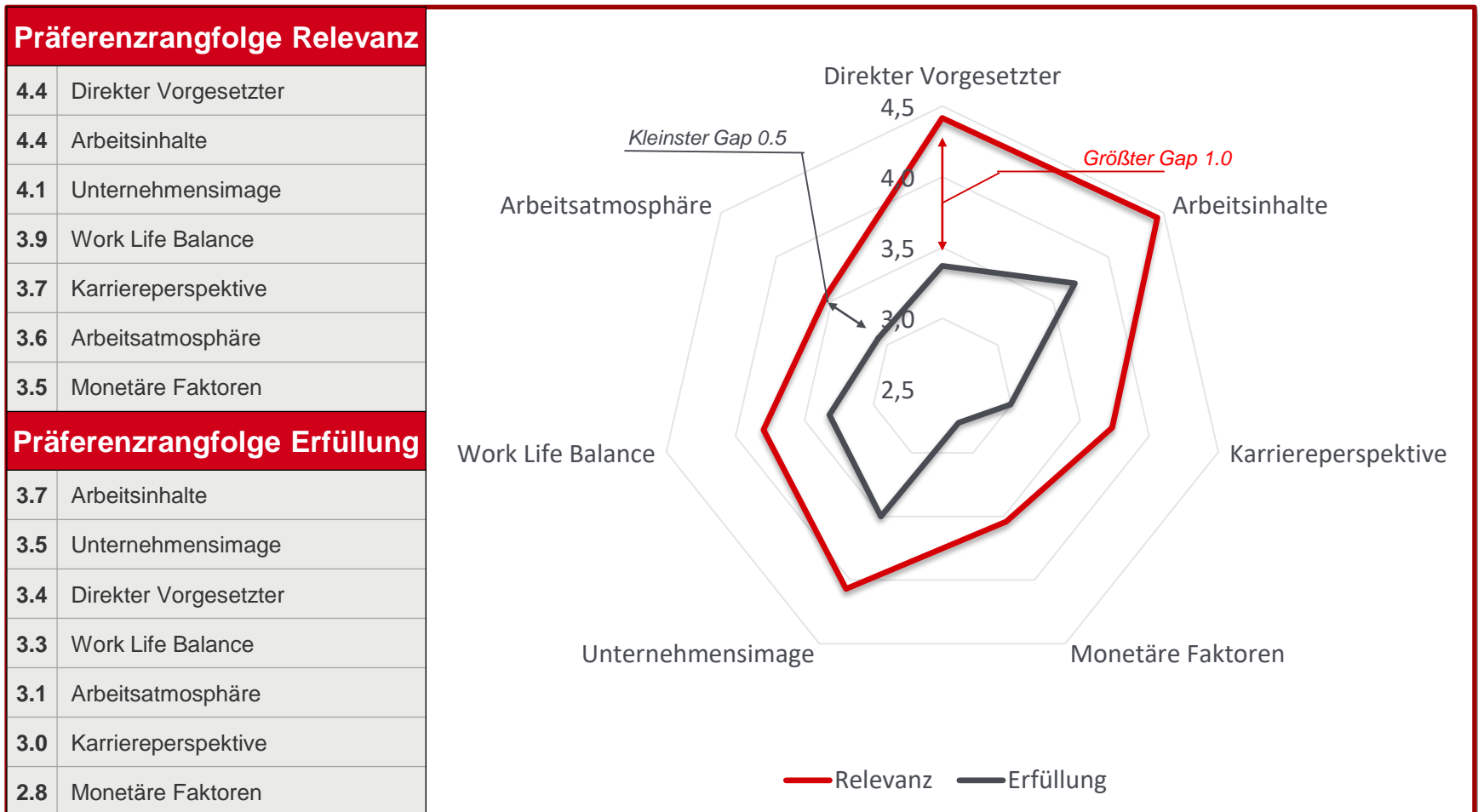


(*) Sonstige Branchen, Pharma und Medizintechnik, Gesundheit und Soziales, Erziehung, Bildung und Wissenschaft, Öffentlicher Dienst, Verbände, Energie, Wasser und Umwelt, Wirtschaftsprüfung, Steuern und Recht, Personaldienstleistungen, Architektur und Bauwesen, Medien und Verlage, Tourismus und Gastronomie

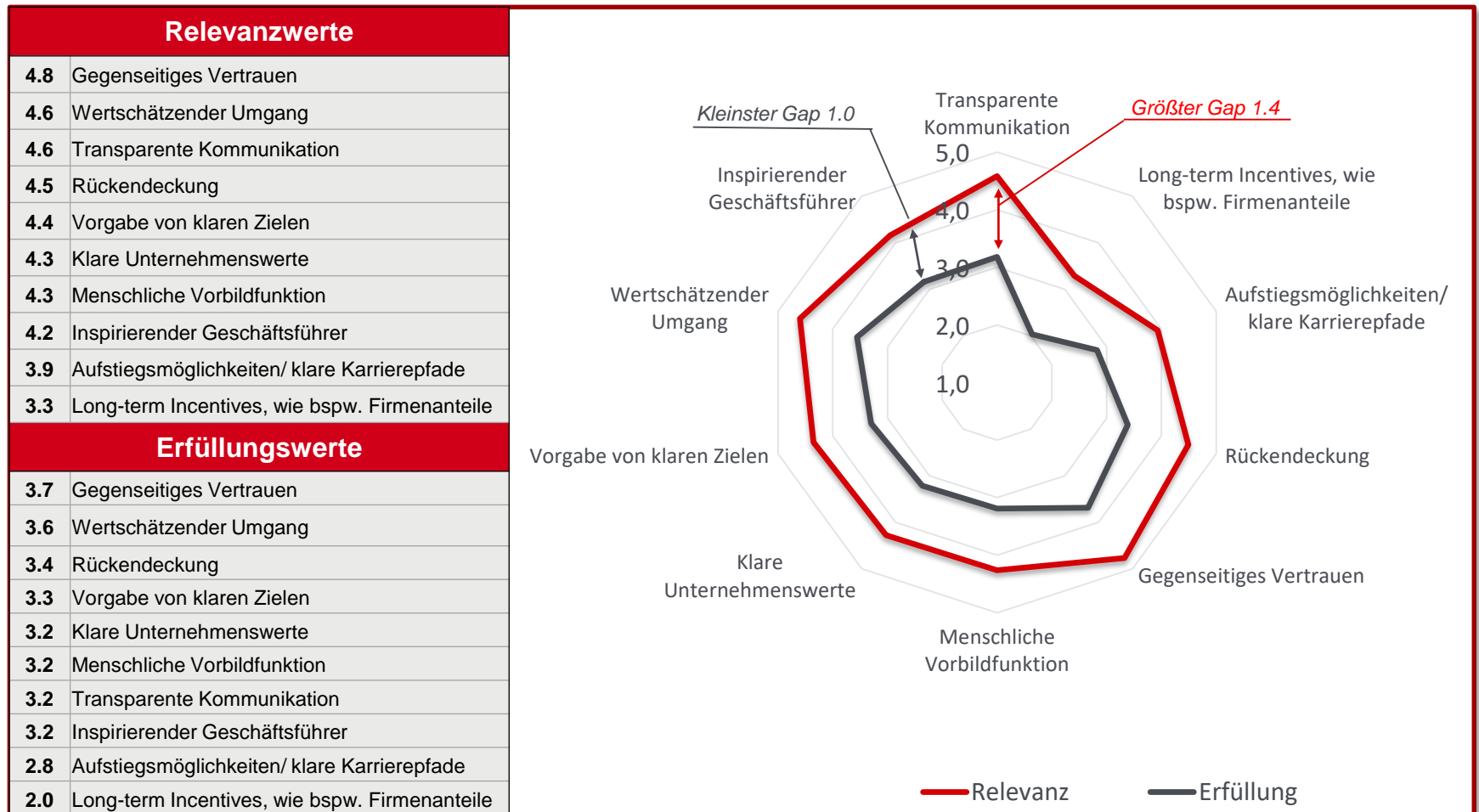
Arbeitnehmersicht

Ergebnisse der Onlinebefragung: übergreifende Ebene der sieben Cluster

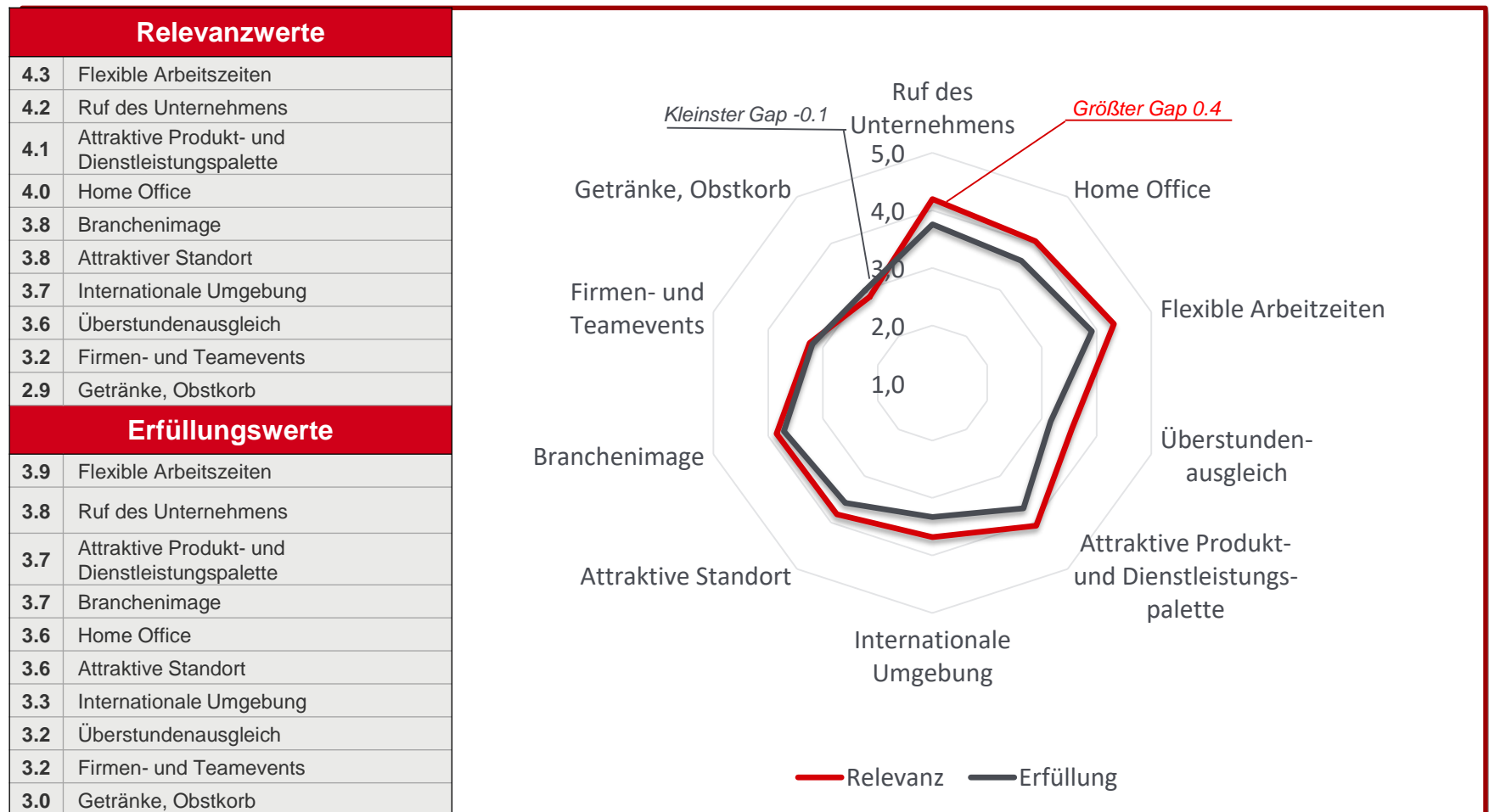
Relevanz und Erfüllung der Arbeitgeberereigenschaften: Sieben Cluster



Die am wenigsten gedeckten Bedürfnisse



Die am meisten gedeckten Bedürfnisse

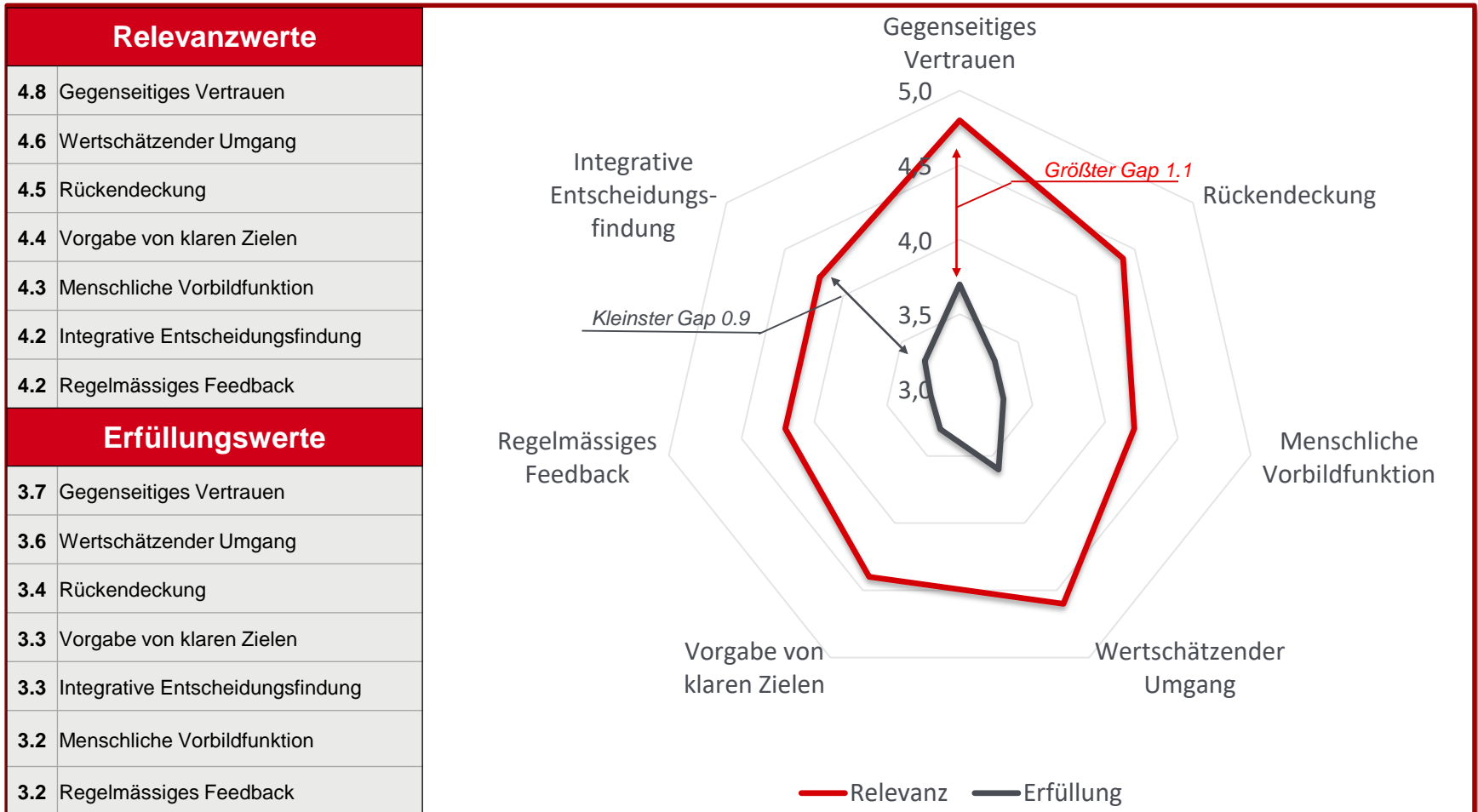
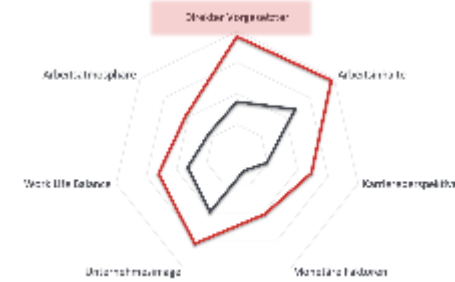


Arbeitnehmersicht

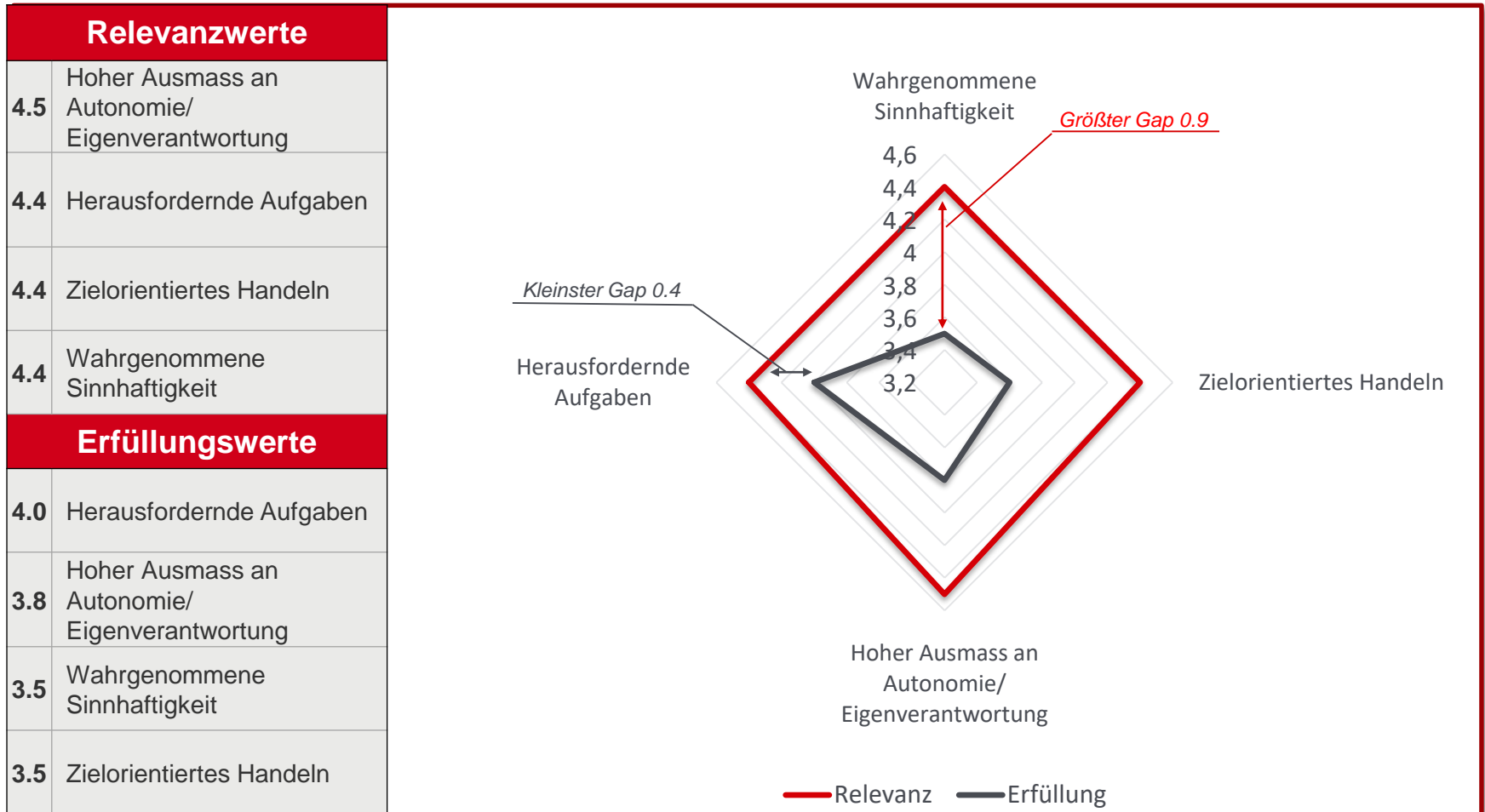
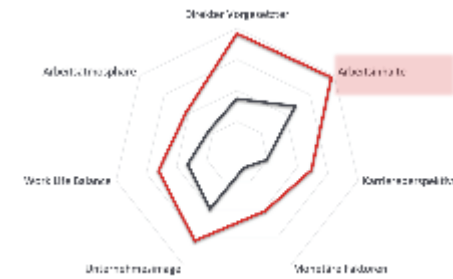
Ergebnisse der Onlinebefragung: Ebene der einzelnen Cluster

Gap Analyse

Direkter Vorgesetzter

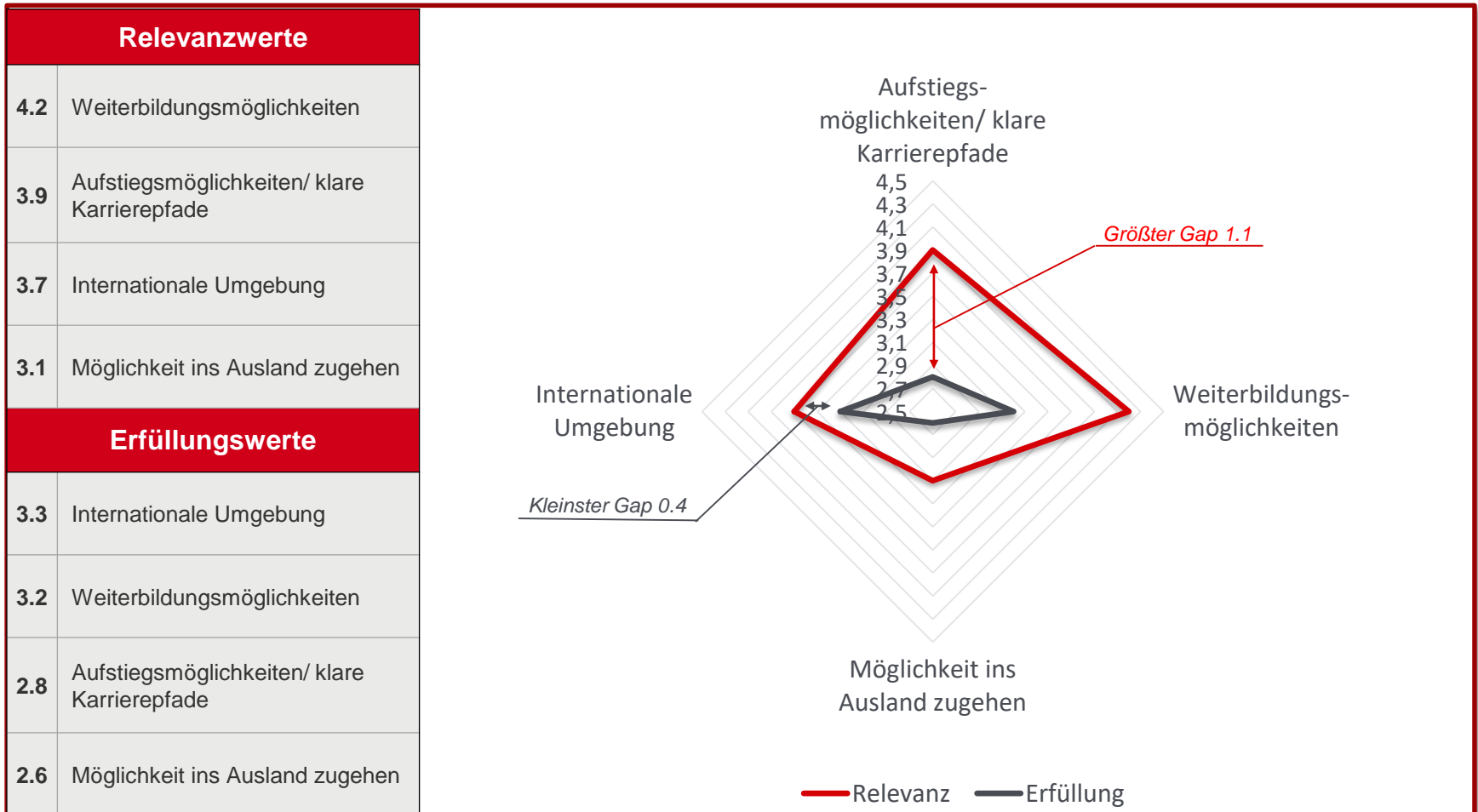


Gap Analyse Arbeitsinhalte



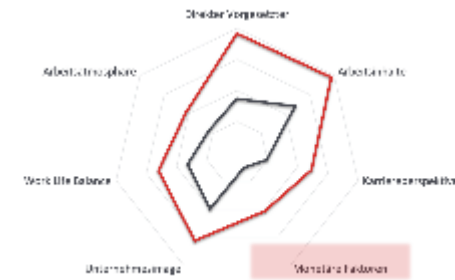
Gap Analyse

Karrierperspektiven

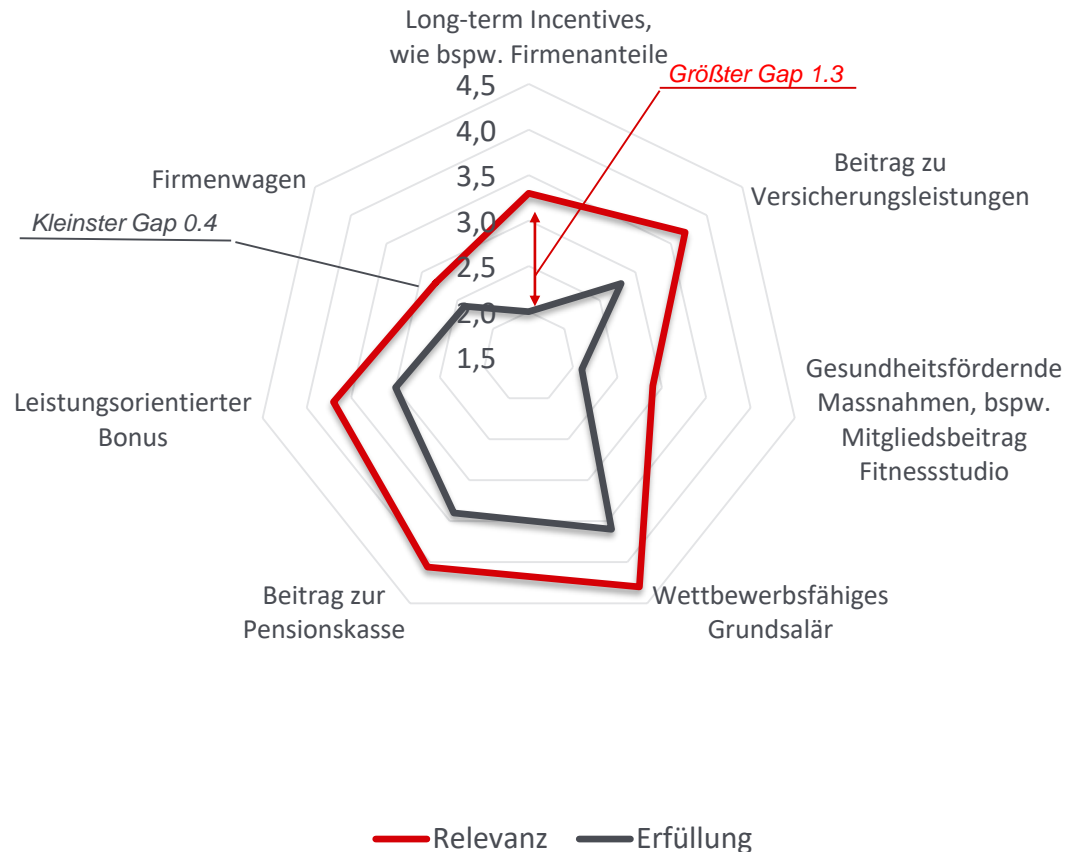


Gap Analyse

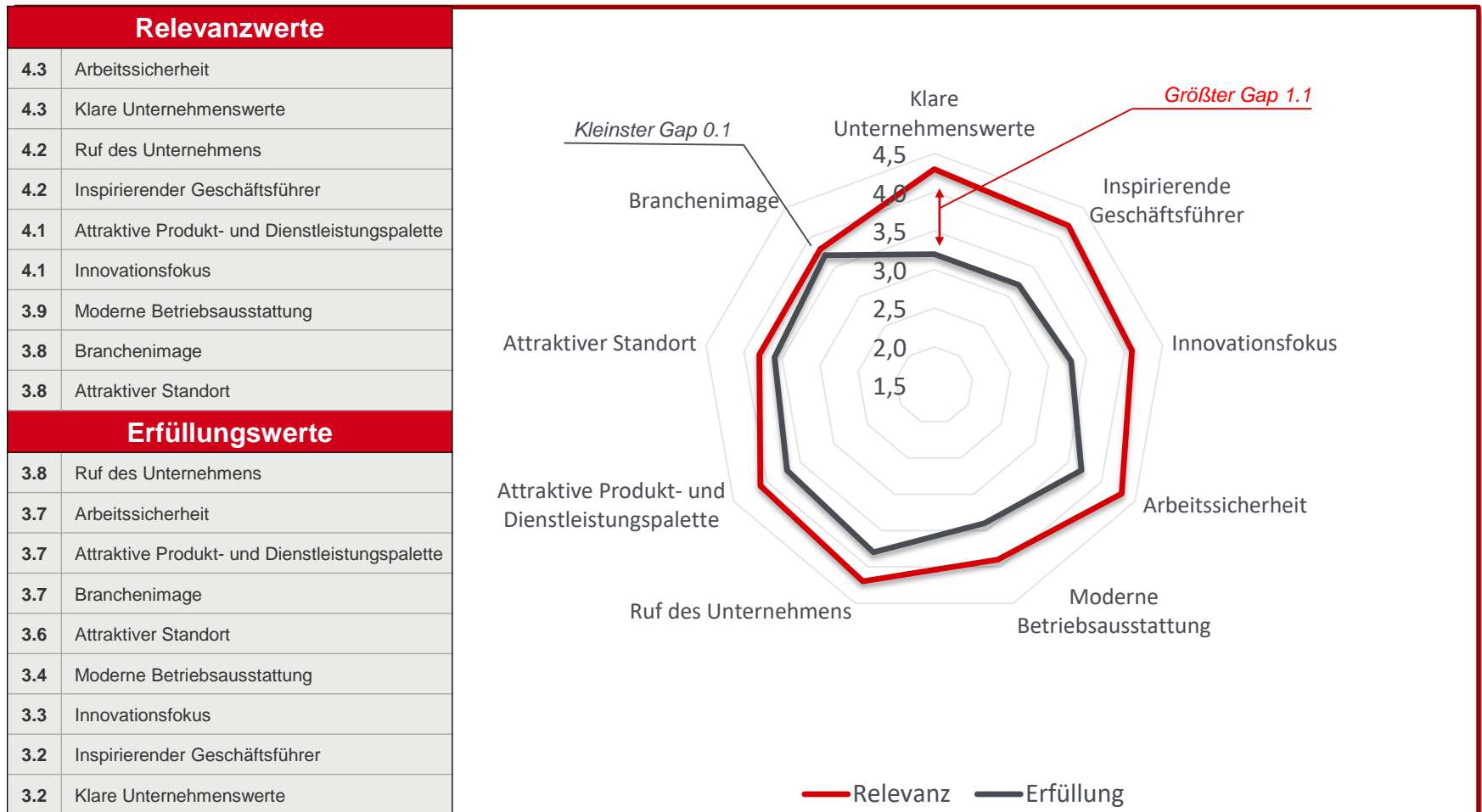
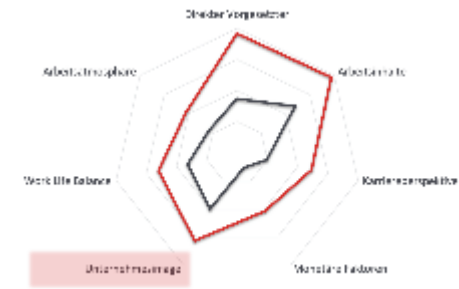
Monetäre Faktoren



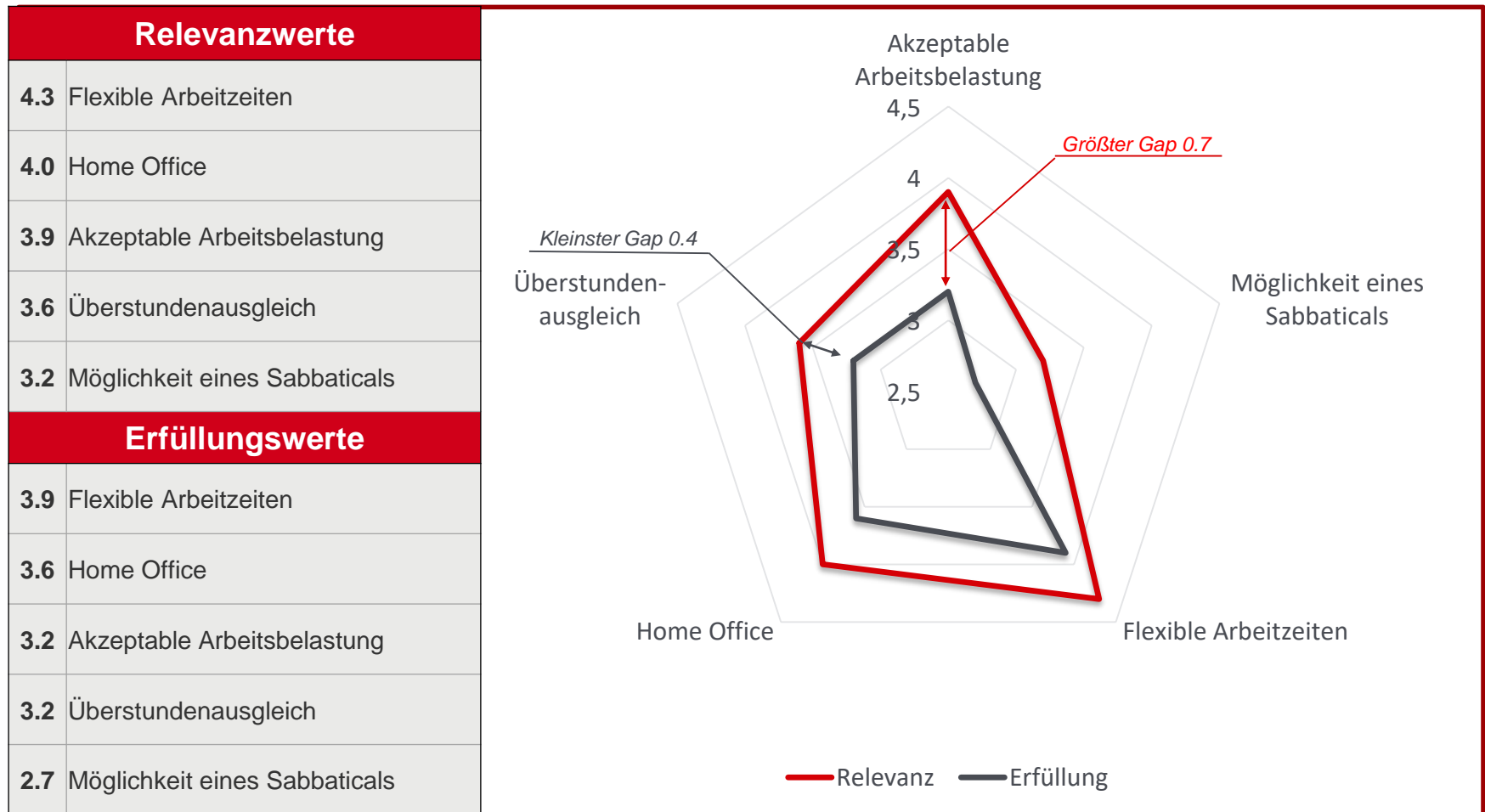
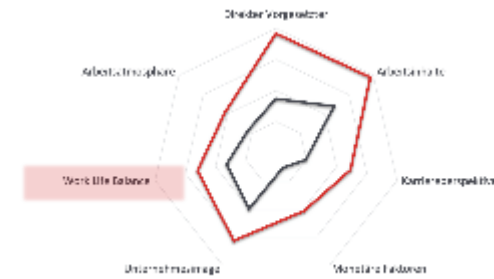
Relevanzwerte	
4.3	Wettbewerbsfähiges Grundsalär
4.1	Beitrag zur Pensionskasse
3.7	Beitrag zu Versicherungsleistungen
3.7	Leistungsorientierter Bonus
3.3	Long-term Incentives, wie bspw. Firmenanteile
2.9	Gesundheitsfördernde Massnahmen, bspw. Mitgliedsbeitrag Fitnessstudio
2.8	Firmenwagen
Erfüllungswerte	
3.6	Wettbewerbsfähiges Grundsalär
3.4	Beitrag zur Pensionskasse
3.0	Leistungsorientierter Bonus
2.8	Beitrag zu Versicherungsleistungen
2.4	Firmenwagen
2.1	Gesundheitsfördernde Massnahmen, bspw. Mitgliedsbeitrag Fitnessstudio
2.0	Long-term Incentives, wie bspw. Firmenanteile



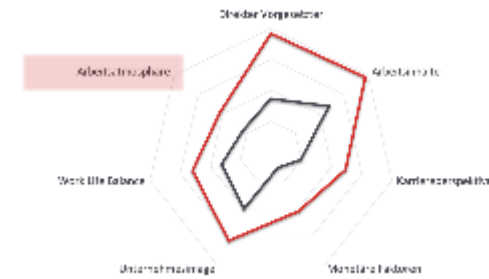
Gap Analyse Unternehmensimage



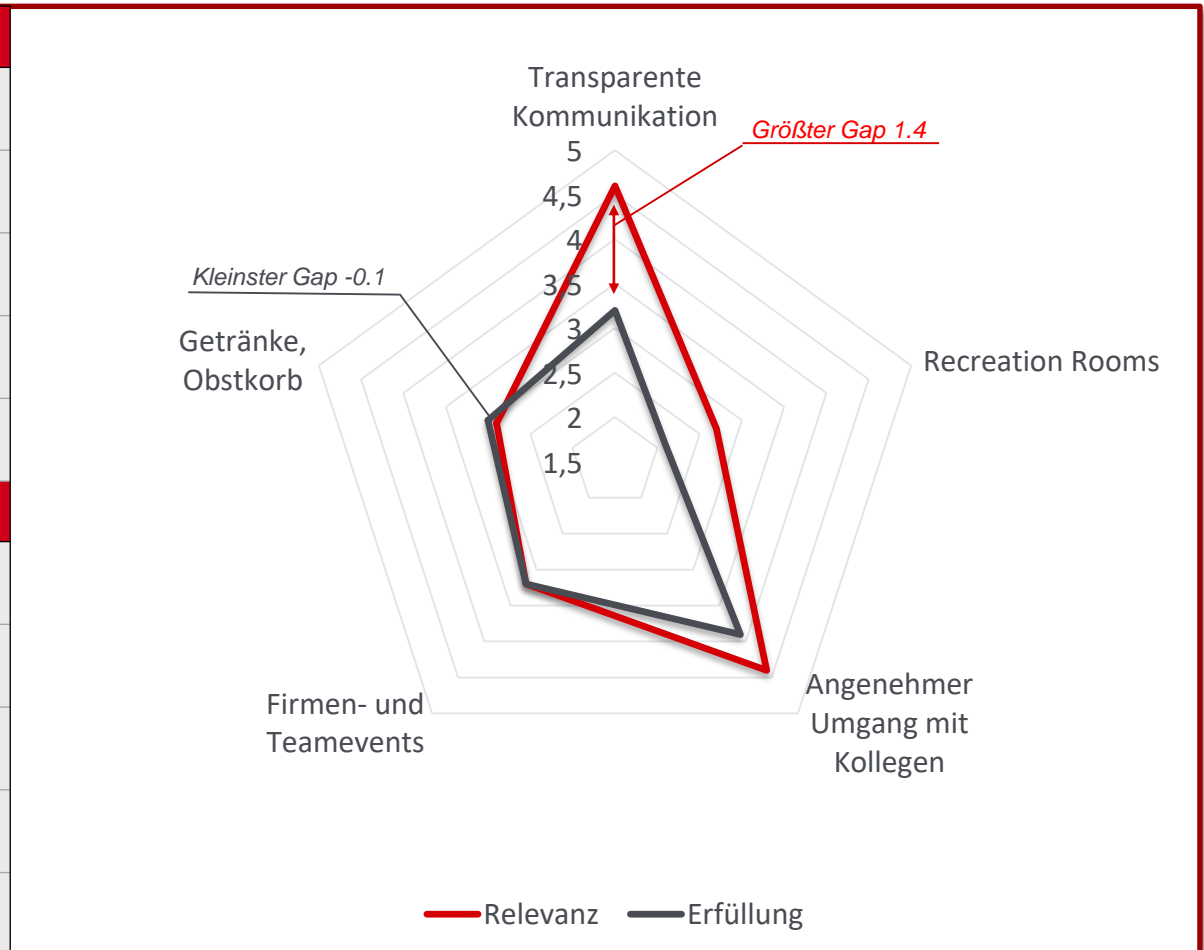
Gap Analyse Work Life Balance



Gap Analyse Arbeitsatmosphäre



Relevanzwerte	
4.6	Transparente Kommunikation
4.4	Angenehmer Umgang mit Kollegen
3.2	Firmen- und Teamevents
2.9	Getränke, Obstkorb
2.7	Recreation Rooms
Erfüllungswerte	
3.9	Angenehmer Umgang mit Kollegen
3.2	Transparente Kommunikation
3.2	Firmen- und Teamevents
3.0	Getränke, Obstkorb
2.1	Recreation Rooms



Arbeitnehmersicht

Statistisch signifikante Mittelwertunterschiede

Statistisch signifikante Mittelwertunterschiede

		Sex	Alter	Führung
Unternehmensimage	Relevanz			
	Erfüllung			
Work Life Balance	Relevanz	♀	<= 34	nein
	Erfüllung		<= 34	nein
Arbeitsinhalte	Relevanz	♀		
	Erfüllung			
Karrierperspektive	Relevanz			
	Erfüllung	♂		
Arbeitsatmosphäre	Relevanz	♀	<= 34	nein
	Erfüllung			
Direkter Vorgesetzter	Relevanz	♀		
	Erfüllung		<= 34	
Monetäre Faktoren	Relevanz			
	Erfüllung	♂		

- Die Beziehung zum direkten Vorgesetzten und eine angenehme Arbeitsatmosphäre ist für Frauen wichtiger als für Männer. Gleiches gilt für die Arbeitsinhalte.
- Männer beurteilen ihre tatsächliche Vergütung und die vorhandenen Karriereperspektiven besser als Frauen.
- Unter 34jährige Personen in nicht Führungspositionen geben Work Life Balance sowie Arbeitsatmosphäre eine höhere Relevanz. Die Work Life Balance scheint bei ihnen auch tatsächlich erfülltter zu sein als bei den älteren Führungskräften.
- Die Beziehung zum direkten Vorgesetzten wird von jüngeren Mitarbeitern erfülltter erlebt.

An aerial photograph of a river winding through a dense forest. The trees show a mix of green and vibrant autumn colors like yellow and orange. The river is a dark, narrow strip running vertically through the center of the image.

Arbeitnehmersicht

Ergebnisse der Regressionsanalyse

Statistisch signifikante Einflüsse auf Arbeitszufriedenheit & Verweildauer

Statistisch relevante Faktoren nach einfacher Regressionsanalyse		
Faktoren	Arbeitszufriedenheit	Verweildauer
Unternehmensimage	✓	
Work-Life-Balance	✓	
Arbeitsinhalte	✓	
Karrierperspektiven	✓	✓
Arbeitsatmosphäre	✓	✓
Direkter Vorgesetzter	✓	
Monetäre Faktoren	✓	✓

An aerial photograph of a river winding through a dense forest. The trees are in various stages of autumn, with some showing bright yellow and orange foliage, while others remain green. The river is a dark, narrow strip running vertically through the center of the image.

Arbeitgebersicht

Ergebnisse Experteninterviews

Ergebnisse *der Experteninterviews*

29

EXPERTEN



3

MONATE





* Vier Unternehmen wollten nicht genannt werden



Ida Tanner

Leiterin Group HR
AMAG Group

«Es ist wichtig, eine starke Unternehmensmarke und ein Alleinstellungsmerkmal zu haben. Der Arbeitgeber sollte authentisch sein und die versprochen Werte von oben vorleben.»



Stephan Kunz

Head of HRM Switzerland
Burckhardt Compression AG

«Die Einflussfaktoren auf den Employer Brand sind unter anderem folgende: Die Zukunftsfähigkeit des Unternehmens, die Führungskultur, die Werteorientierung, sinnstiftende Aufgaben sowie spannende und herausfordernde Projekte.»



Corinne Kuhn

Lead Employer Branding & HR-Marketing
SBB AG

«Authentizität ist ein elementarer Faktor einer nachhaltigen Unternehmensmarke. Etwas darstellen, was man nicht ist, wird auf Dauer nicht funktionieren. Ein Unternehmen muss jedoch auch in der Lage sein, sich weiterzuentwickeln und auf veränderte Bedürfnisse der Generationen einzugehen.»



Katja Wohlwend

Employer Branding Manager
Swisscom AG

«Aus meiner Sicht ist Authentizität das A und O im Employer Branding. Unternehmen können noch so schöne Hochglanz-Kampagnen und ausgefallene Massnahmen lancieren – wenn die Realität nicht dem entspricht, was Talenten versprochen wurde, werden sie nicht lange bleiben.»

Organisation und Umfang *der Employer Branding Massnahmen*

Organisation der Employer Branding Massnahmen:

- Verantwortlichkeit der Personalabteilung (96,3%)
- Projektteams mit Vertretern der Marketing- und Kommunikationsabteilungen (37,04%)

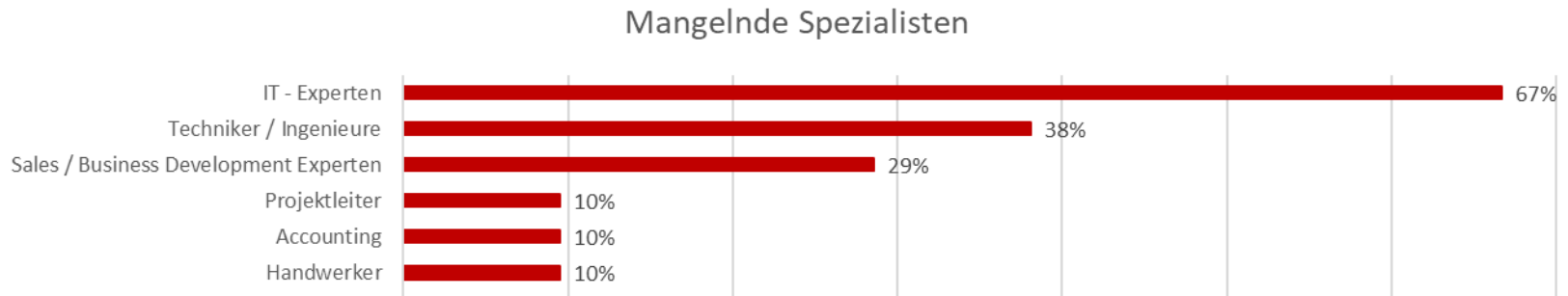
Start der Employer Branding Aktivitäten:

- 32% konnten diesbezüglich keine Angabe machen
- 68% nannten Jahreszahlen von 2010 bis 2020 (im Durchschnitt seit 2016)
- Ein immer noch sehr junges und an Relevanz gewinnendes Thema

Employer Branding Aktivitäten



Grösste wahrgenommene *Talent Gaps*



- Wie erwartet, betrifft der grösste Mangel die sog. MINT Berufsgruppen (Mathematik, Informatik, Natur- und Ingenieurwissenschaft)
- Interessanterweise scheint es auch schwierig sein, die Vertriebspositionen mit den richtigen Personen zu besetzen (Persönlichkeit sollte hierbei im Fokus stehen)

Relevanz und Erfüllung der Arbeitgeberereigenschaften: *Sieben Cluster*

Sicht Arbeitgeber: Rangfolge Relevanz		Sicht Arbeitgeber: Rangfolge Erfüllung	
1	Work Life Balance	1	Arbeitsatmosphäre
2	Arbeitsatmosphäre	2	Arbeitsinhalte
3	Arbeitsinhalte	3	Monetäre Faktoren
4	Unternehmensimage	3	Work Life Balance
4	Karrierperspektive	4	Unternehmensimage
5	Direkter Vorgesetzter	5	Direkter Vorgesetzter
6	Monetäre Faktoren	6	Karrierperspektive

- Arbeitgeber sehen die Work Life Balance als wichtigstes Attraktivitätskriterium für die Arbeitnehmer an. Aus deren Sicht hingegen besteht in diesem Punkt noch Verbesserungspotential.
- Arbeitgeber stufen die Relevanz von monetären Faktoren als niedrig ein, betrachten diese jedoch als gut erfüllt.

Unterschiede der wahrgenommenen Relevanz nach Segmenten



➤ UNTER 35

- Sinnhaftigkeit / Purpose spürbarer
- Work Life Balance wichtiger: Wunsch nach Home Office, Teilzeitarbeit und Sabbatical stärker
- Erwartung von Weiterbildungsmaßnahmen und Perspektiven
- Weniger Loyalität



➤ MÄNNER

- Fordern mehr
- Geld, Status, Karriere und Macht spielen eine Rolle



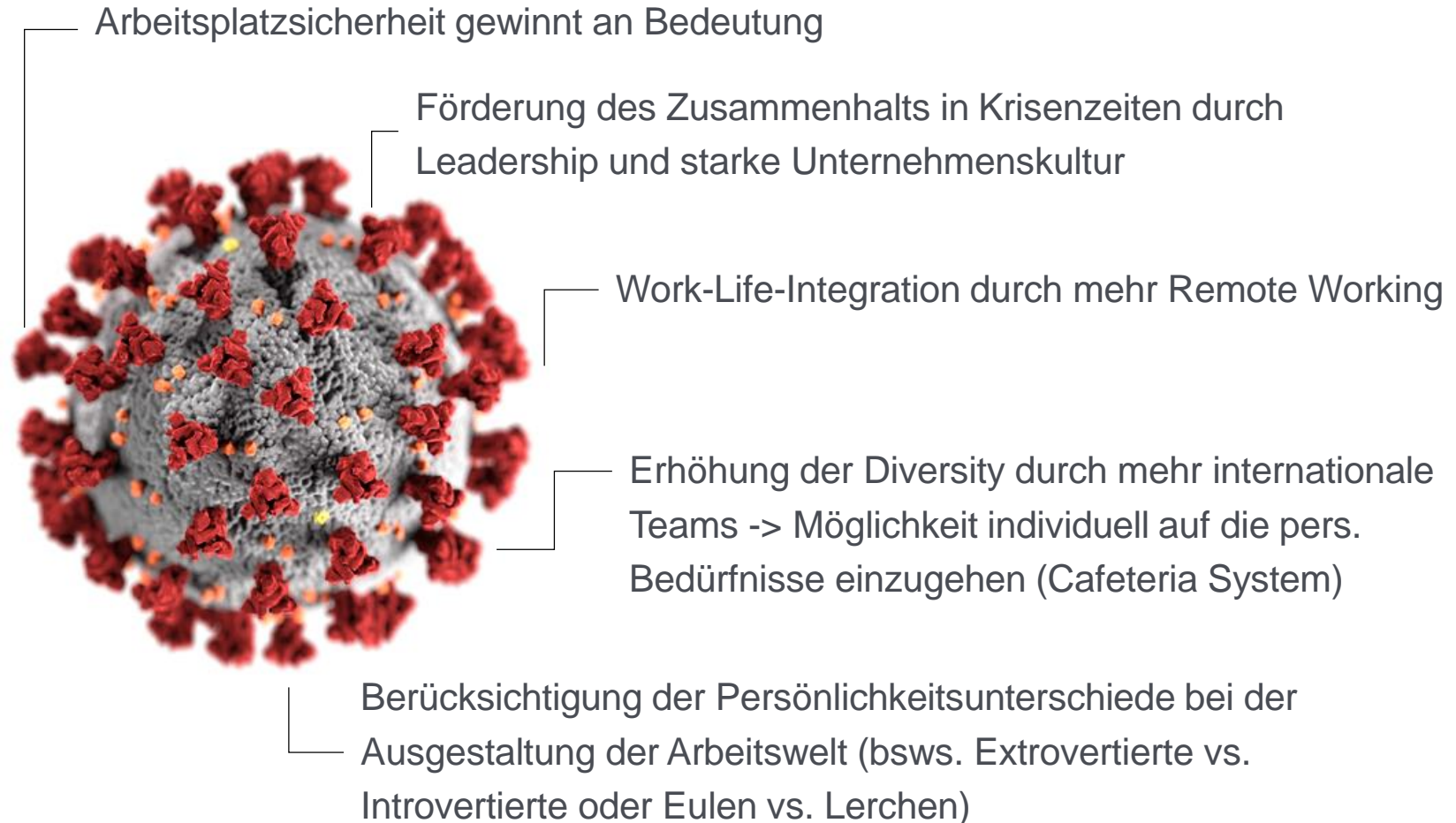
➤ FRAUEN

- Work Life Balance besonders wichtig
- Sinnhaftigkeit im Vordergrund

Zukunftstendenzen aus Arbeitgebersicht

Zukunftstendenzen

Auswirkungen der Covid19-Krise



Key Findings

Abgleich Arbeitnehmer- und Arbeitgebersicht über die sieben Cluster

Sicht Arbeitgeber: Rangfolge Relevanz		Sicht Arbeitgeber: Rangfolge Erfüllung	
1	Work Life Balance	1	Arbeitsatmosphäre
2	Arbeitsatmosphäre	2	Arbeitsinhalte
3	Arbeitsinhalte	3	Monetäre Faktoren
4	Unternehmensimage	3	Work Life Balance
4	Karrierperspektive	4	Unternehmensimage
5	Direkter Vorgesetzter	5	Direkter Vorgesetzter
6	Monetäre Faktoren	6	Karrierperspektive

Sicht Arbeitnehmer: Rangfolge Relevanz		Sicht Arbeitnehmer: Rangfolge Erfüllung	
1	Direkter Vorgesetzter	1	Arbeitsinhalte
1	Arbeitsinhalte	2	Unternehmensimage
2	Unternehmensimage	3	Direkter Vorgesetzter
3	Work Life Balance	4	Work Life Balance
4	Karrierperspektive	5	Arbeitsatmosphäre
5	Arbeitsatmosphäre	6	Karrierperspektive
6	Monetäre Faktoren	7	Monetäre Faktoren

- Einigkeit in Bezug auf hohe Relevanz von Arbeitsinhalten und geringe Relevanz von monetären Faktoren
- Was die Erfüllung einer angenehmen Arbeitsatmosphäre anbelangt, kommt eine Diskrepanz zustande
- Arbeitgeber geben Work Life Balance und Arbeitsatmosphäre hohe Präferenz – bei den Arbeitnehmern belegen diese beiden Faktoren die unteren Rangplätze
- Arbeitnehmer bewerten die Beziehung zum direkten Vorgesetzten weitaus höher als Arbeitgeber
- Arbeitgeber unterschätzen sich in puncto Unternehmensimage

Key Findings

Arbeitsatmosphäre

- Relevanz überschätzt
- Bedürfnis nach einer **transparenteren Kommunikation**

Work-Life-Balance

- Flexible Arbeitszeiten und Home Office als Standard betrachtet
- Niedrige Arbeitsbelastung oder Überstundenausgleich

Arbeitsinhalte

- Werden im hohen Ausmass als erfüllt angesehen
- Jedoch Mangel an **wahrgenommener Sinnhaftigkeit**

Karrierperspektiven

- Nicht ausreichend erfüllter Wunsch nach klaren Karrierepfaden und Weiterbildungsmaßnahmen

Unternehmensimage

- Unzureichende Erfüllung findet sich in Hinblick auf **Unternehmenswerte, inspirierender Geschäftsführer** und stärkeren Innovationsfokus

Direkter Vorgesetzter

- Wird enorm unterschätzt: **höchste Relevanz für die Mitarbeitenden**

Monetäre Faktoren

- Insgesamt niedrigere Relevanz
- Integration von mehr langanhaltenden Leistungsanreizen bei der Vergütungsgestaltung

Key Findings



LEADERSHIP

Der wichtigste Faktor
Beziehungen
Inspiration



KULTUR

„Purpose“
Transparente Kommunikation
Klare Unternehmenswerte



PERSPEKTIVE

Karrierepfade
Langzeitanreize
Weiterbildung

Ihre Kontaktpersonen



Maria Stenico

Delivery Lead
Mercuri Urval AG

Maria.Stenico@mercuriurval.com
+41 76 353 50 21



Victoria Möhrle

Junior Account Executive
BRAND AFFAIRS AG

victoria.moehrle@brandaffairs.ch
+41 76 690 70 74



Daniel Müller

Partner & Director
Mercuri Urval AG

Daniel.mueller@mercuriurval.com
+41 76 353 50 42



Reto Zangerl

Managing Partner
BRAND AFFAIRS AG

reto.zangerl@brandaffairs.ch
+41 76 328 30 05

An aerial photograph of a paved road winding through a dense forest. The trees on the left side of the road are in full autumn foliage, displaying vibrant shades of yellow, orange, and red. The trees on the right side are mostly green, with some beginning to turn yellow. The road is a straight, light-colored path that runs vertically through the center of the image.

HERZLICHEN DANK