

Ansichtsexemplar
für Veranstalter:innen

Aufbau Referat mit Take Outs

Fachkräfte Umfrage 2022





Überblick

TEIL 1: Über den Aufbau der Fachkräfte Umfrage 2022

TEIL 2: Die aktuellen Job-Präferenzen von Fachkräften

TEIL 3: Welche Inhalte Fachkräfte auf einer KMU-Website suchen

TEIL 4: Wie man die Arbeitgeberattraktivität als KMU steigern kann



TEIL 1: Über den Aufbau der Fachkräfte Umfrage 2022

Inhalte Referat

- Information zum Aufbau und zur Durchführung der Fachkräfte Umfrage 2022
- Beteiligte nach Geschlecht, Alter, Branchen, Berufsabschluss, etc.

Erfolgreiche Fachkräfte Umfrage 2022

Take Out



Eckdaten

Die Fachkräfte Umfrage 2022 fand zwischen September und Dezember 2022 statt. Die generationen- und branchenübergreifende Studie wurde von der Hochschule für Wirtschaft (FHNW) begleitet. Unterstützt wurde die Fachkräfte Umfrage 2022 von vielen KMU, von 15 Branchenverbänden, von diversen Handelskammern und Gewerbeverbänden in der ganzen Deutschschweiz. **Vollständig ausgefüllt wurden insgesamt n=525 Umfragebögen. Somit ist die Umfrage für Fachkräfte, die in der Deutschschweiz in einem KMU arbeiten (2,37 Mio) repräsentativ.**



DIE GROSSE

Fachkräfte-Umfrage 2022

Ziele

Take Out



Die Fachkräfte Umfrage 2022 suchte Antworten auf folgende Fragen

- Welche Job-Präferenzen haben Fachkräfte, die in einem kleinen oder mittleren Unternehmen in der Deutschschweiz arbeiten?
- In welcher Weise unterscheiden sich die Job-Präferenzen von jüngeren und älteren Arbeitnehmenden?
- Welche Informationen erwarten Fachkräfte auf einer KMU-Unternehmenswebsite?

Ziel dieser Umfrage war, die Bedürfnisse von Fachkräften besser zu verstehen und daraus **praktische Wege** abzuleiten, wie KMU ihre **Arbeitgeberattraktivität** nachhaltig steigern und **kommunizieren** können.

Faktoren und Merkmale

Take Out



12 Faktoren und ihre Merkmale

Aus der Forschung an den Präferenzstrukturen von Arbeitnehmenden wurden 12 Hauptfaktoren ermittelt. Jedem Faktor wurden weitere, auf die Schweiz zugeschnittene Merkmale zugeordnet.

2 * **Wie wichtig ist Ihnen der Standort des Unternehmens?**

Szenario 1: Neue Stelle gesucht
(1=völlig unwichtig, 2=nicht so wichtig, 3=weder noch, 4=wichtig, 5= sehr wichtig)

Grössere Städte in der Nähe	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Einkaufsmöglichkeiten in der Nähe (Migros, Coop etc.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Verkehrsverbindungen (ÖV)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Verkehrsanbindung (Strasse)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Länge des Arbeitswegs	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kostenloser Firmenparkplatz, Einstellhalle	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kita in der Nähe	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Faktor: «Standort des Unternehmens»

Dazugehörige Merkmale

Teilnehmende nach KMU-Grösse

Betriebe mit 50-249 Mitarbeitenden dominierten





TEIL 2: Die aktuellen Job-Präferenzen von Fachkräften

Inhalte Referat

- Rangliste der 12 Arbeitgeber-Faktoren
- Alters- und geschlechtsspezifische Unterschiede
- Das Problem der Generationen-Etiketten
- Verschiedene Rangfolgen je nach Szenario (längerer Arbeitsweg, weniger Lohn)
- Aus welchen Gründen Fachkräfte eine Arbeitsstelle ablehnen (No Gos)
- Die wichtigsten 6 Arbeitgeber-Faktoren für die Deutschschweiz

Die 12 Arbeitgeberfaktoren

Die 12 wichtigsten Faktoren

Szenario Umzug (1) F1-F13 (Hauptszenario)

01. Beziehung Vorgesetzte
02. Beziehungen Kolleg:innen
03. Unternehmensmerkmale
04. Arbeitsplatzsicherheit
05. Art der Tätigkeit
06. Lohn und Zusatzleistungen
07. Arbeitsplatzbedingungen
08. Unternehmenskultur
09. Nachhaltigkeit
10. Weiterentwicklungsmöglichkeiten
11. Work-Life-Balance
12. Standort des Unternehmens

Anmerkung

Um die folgenden 12 Arbeitgeber-Faktoren zu ermitteln, wurden 14 internationale Studien zum Thema Arbeitnehmenden-Präferenzen konsolidiert. Die Studien, die vorwiegend aus dem angelsächsischen und europäischen Raum stammten, wurden zwischen 1971 und 2021 durchgeführt. Die dazugehörigen Merkmale wurden anhand einer Schweizer Studie aus dem Jahre 2015 und 17 Interviews mit Fachkräften zusammengestellt, ergänzt und aktualisiert.

Take Out



Altersbedingte Unterschiede

Take Out



Die drei grössten altersbedingten Unterschiede

Merkmal	u. 24 J. %	24 J.-35 J. %	Ø ü55 J.
11. Work-Life-Balance	22.00%	9.80%	3.06
04. Arbeitsplatzsicherheit	16.40%	3.90%	3.76
08. Unternehmenskultur	14.30%	6.90%	3.48



Anmerkung

Die grössten Abweichungen zum Mittelwert der über 55-Jährigen zeigten sich bei den unter 24-Jährigen bei den Merkmalen «Work-Life-Balance» (+22%), «Arbeitsplatzsicherheit» (+16.4%) und «Unternehmenskultur» (+14.3%).

Über das Merkmal «Sinnhaftigkeit der Aufgabe»

Take Out



Unerwartetes Resultat

Merkmale	unter 24 J.	25 - 34 J.	35-44 J.	45-55 J.	ü55 J.
Sinnhaftigkeit der Aufgabe	4.21	4.49	4.48	4.54	4.58

Anmerkung

Die Stichprobe zeigt, dass alle Generationen nach einer sinnvollen Arbeit suchen, insbesondere die älteren Arbeitnehmenden. Dies widerspricht der landläufigen Meinung, dass vor allem die Generation Z und die Millennials nach Sinnhaftigkeit in der Arbeit suchen.





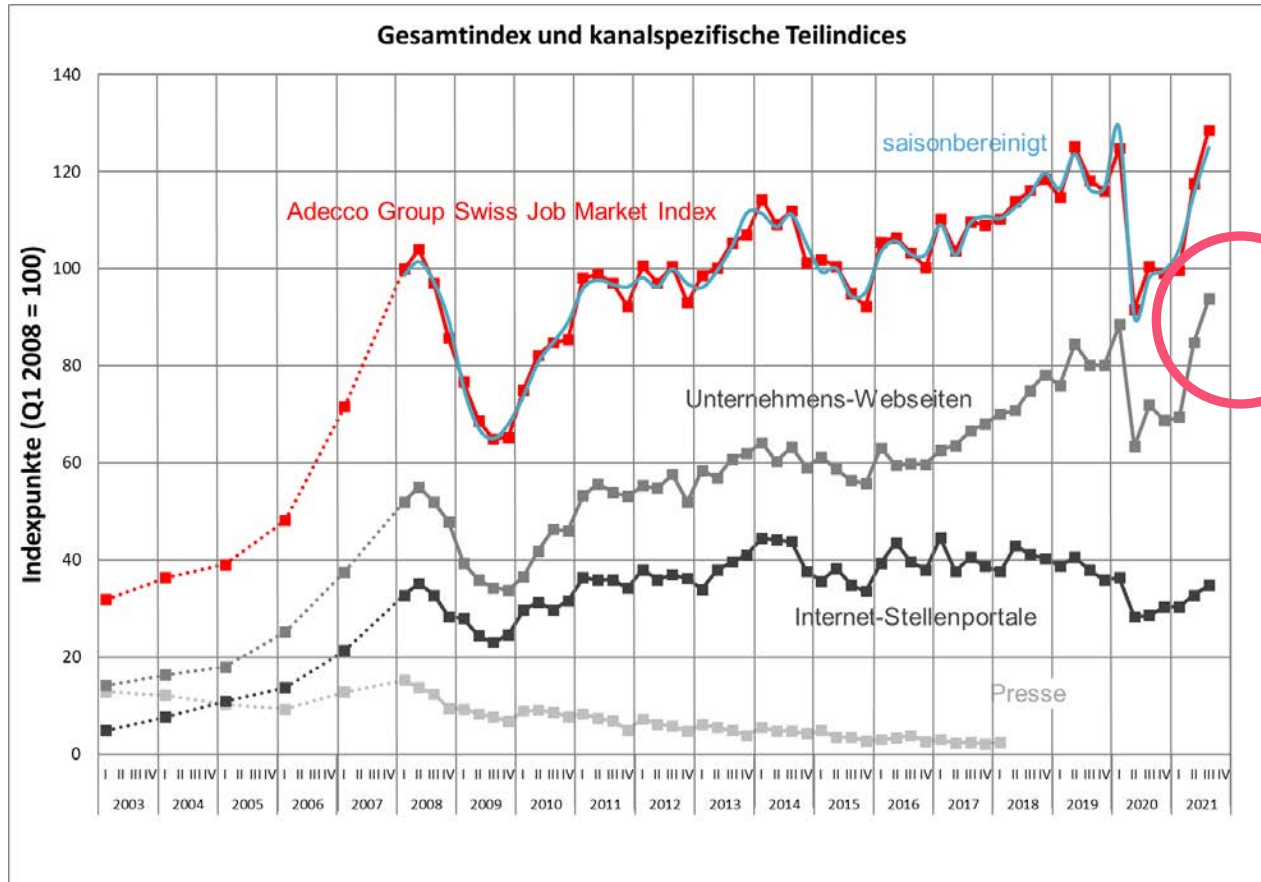
TEIL 3: Welche Inhalte Fachkräfte auf einer KMU-Website suchen

Inhalte Referat

- Die Rolle der Unternehmenswebsite bei Stellenausschreibungen
- Die Rolle der Unternehmenswebsite bei der Stellensuche
- Was Fachkräfte auf einer KMU-Unternehmenswebsite suchen
- Ansätze, wie man effizient Website-Inhalte erstellen kann

Über die Rolle der Unternehmenswebsite

Take Out



Anmerkung:
Trotz internationalen Lieferengpässen und Unsicherheiten wegen der Corona-Pandemie erreichte die Anzahl der offenen Arbeitsstellen im 1. Quartal 2022 ein neues Rekordhoch. Die offenen Arbeitsstellen werden zum grössten Teil und in zunehmenden Massen auf den Unternehmenswebseiten der Firmen ausgeschrieben.

Website-Inhalte

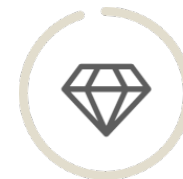
Take Out

Top 5-Inhalte, die Fachkräfte auf einer KMU Website erwarten

Rang	Inhalt
1	Teamseite (wer arbeitet dort, wer sind meine zukünftigen Teammitglieder?)
2	Produkte/Dienstleistungen (Funktionsweisen, Features)
3	Unternehmenskultur (was in der Firma wie getan wird)
4	Standort (Umgebung, Anschluss an ÖV)
5	Geschichte des KMU (Entwicklung, Meilensteine, Anzahl Mitarbeitende)

Anmerkung

Wenn auf der «über uns» Seite nur die Geschäftsleitung und der Verwaltungsrat portraitiert werden, dann kann dies als fehlende Wertschätzung gegenüber bestehenden und potenziellen Fachkräften ausgelegt werden.





TEIL 4: Wie man die Arbeitgeberattraktivität als KMU steigern kann

Inhalte Referat

- Über den Wettlauf der Benefits
- Stärken und Schwächen von KMU
- Ansätze für den Aufbau einer attraktiven Arbeitgebermarke in 4 Schritten

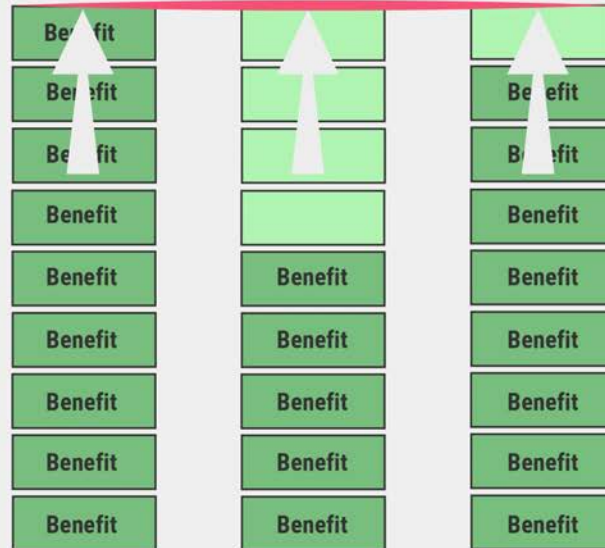
Über den Wettlauf der Benefits

Take Out

Nachhaltige Differenzierung durch Employer Branding

Neuer Standard

Personal-Marketing Einzelmassnahmen



Firma A

Firma B

Firma C



Firma D

Anmerkung

Benefits sind kopierbar. Deshalb können Firmen, die Fachkräfte nur mit Benefits locken ihre Wettbewerbsvorteile nicht lange halten. Unternehmen jedoch, die in Benefits und in eine attraktive Arbeitgebermarke investieren, sind langfristig auf der Gewinnerseite.



Stärken und Schwächen von KMU

Take Out



Stärken KMU

- Familiäre Atmosphäre
- Kurze Entscheidungswege
- Agilität
- Vielfältige Tätigkeiten
- Mehr Verantwortung
- Flachere Hierarchien
- Weitere

Schwächen KMU

- Eingeschränkte hierarchische Entwicklungsmöglichkeiten
- Niedriger Bekanntheitsgrad
- Arbeitszeiten nicht genügend flexibilisiert
- Geringeres Lohnniveau
- Weitere...

Kontakt

Jean-Daniel Roth

Geschäftsführer mycomm GmbH

MAS Corporate Communication Management, FHNW
MBA Master of Business Administration, FHNW, stud.
CAS Digitale Strategie und Wertschöpfung, ZHAW
Graduate Course, Marketing Management, Harvard University
Erwachsenenbildner

Mob: +41 76 328 99 91

Office Basel

Gempenstrasse 64 | 4053 Basel

Office Liestal

HANRO Areal, Benzburweg 18 | 4410 Liestal

Nachhaltiges Employer Branding.

www.mycomm.ch



Diese Firmen haben uns ihr Vertrauen geschenkt:

