



Fachkräfte finden & halten
Der Weg zur attraktiven Arbeitgebermarke
Workshop 12.11.19

Unsere 3 Botschaften



Employer Branding ist **überlebenswichtig** – vor allem für KMU.



Mitarbeitende **wollen etwas anderes**, als Sie vielleicht denken.



Employer Branding ist **keine Hexerei** und braucht **nicht viel Geld**.

Weshalb beschäftigen wir uns mit Employer Branding?

Weil wir es müssen!

Die Arbeitslosenquote liegt bei 2.1% (Juli 2019)

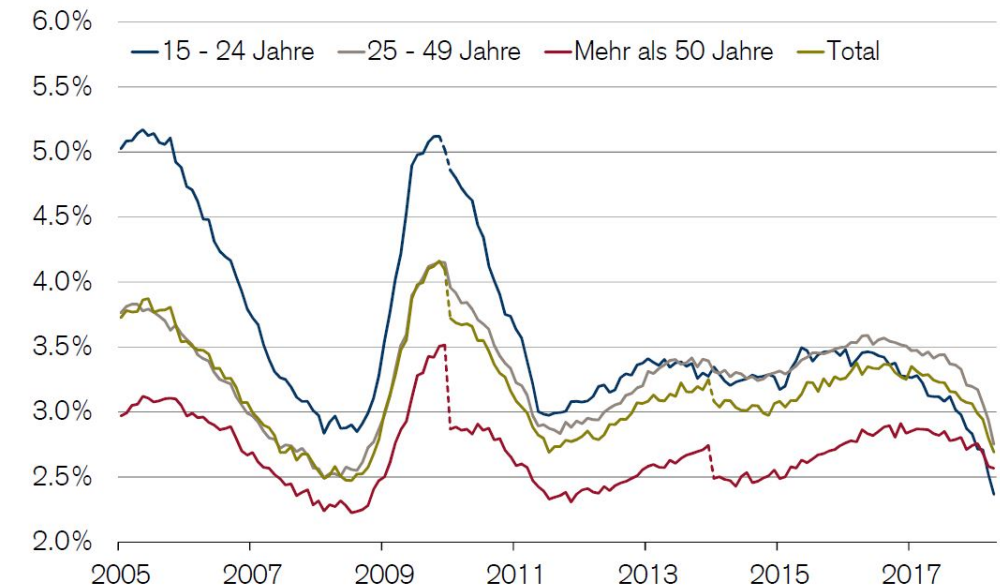
Multiple Treiber für einen zunehmenden Fachkräftemangel:

- Wirtschaftswachstum von 1.2% (Juli 2019)
- Demographischer Wandel – schon jetzt haben die „Jungen“ die tiefste Arbeitslosenquote
- Bessere Konjunkturlage in EU Länder und Masseneinwanderungsinitiative – sinkende Einwanderung v.a. von gefragten Fachkräften

Arbeitnehmermarkt – Talente suchen sich mehrheitlich ihre Arbeitgeber aus und bleiben nur, wenn sie finden, was versprochen wurde

Weniger Arbeitslose in allen Altersgruppen

Arbeitslosenquote nach Altersgruppe und insgesamt, saisonbereinigt, in %



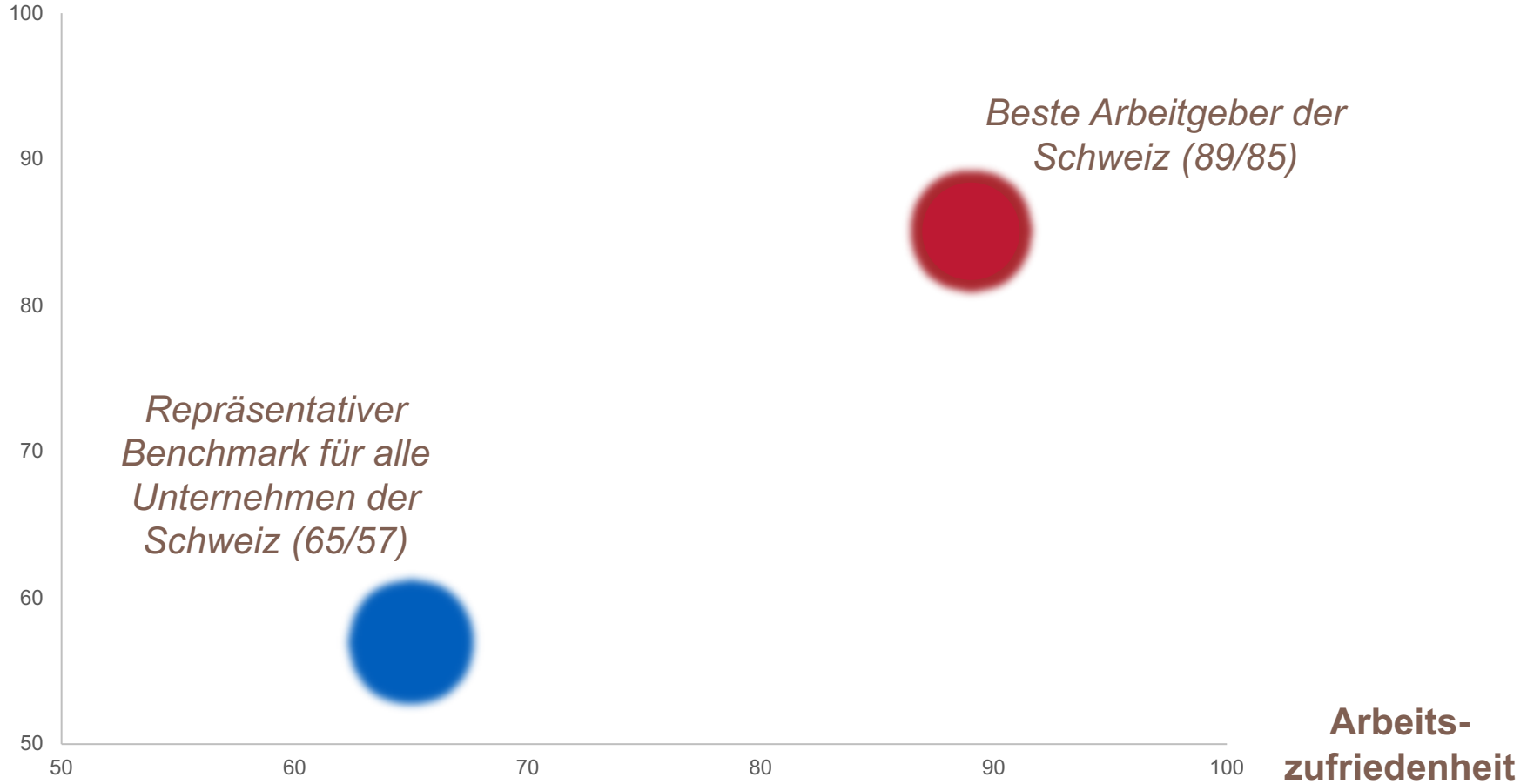
Quelle: Staatssekretariat für Wirtschaft SECO, Credit Suisse, gestrichelte Linie = Strukturbruch

Grosse Unterschiede in der Schweiz

Die Arbeit an der Arbeitsplatzkultur lohnt sich



Arbeitsplatzkultur
(Trust Index)

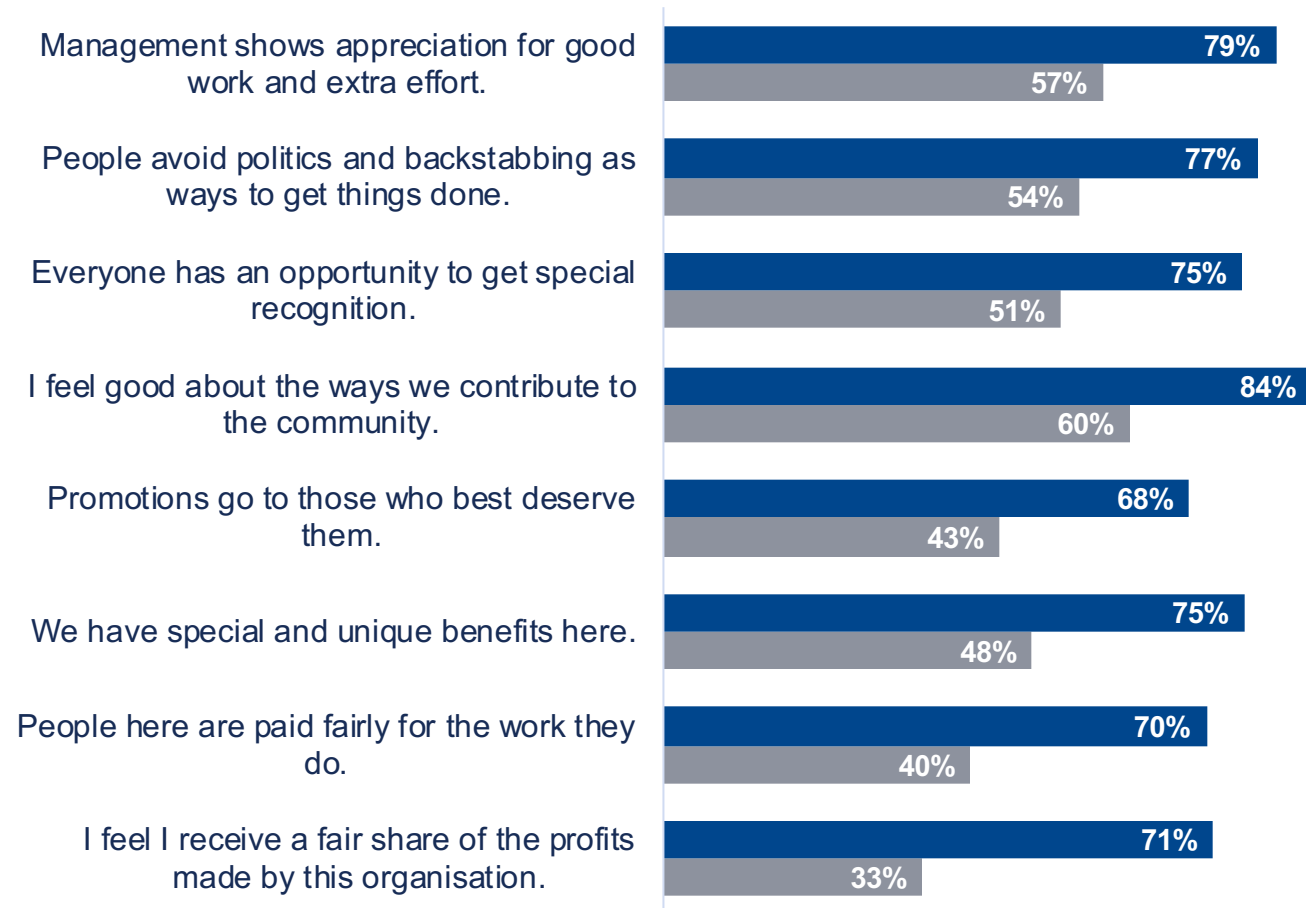


Indizes: Bereich von 0-100

Was wollen denn die Mitarbeiter?

Es ist nicht primär der Lohn...

Nicht ausgezeichnete Unternehmen fallen bei den direkten Treibern für die Mitarbeitermotivation sowie bei wichtigen Hygienefaktoren zurück.



■ Best Workplaces ■ not awarded Companies

Was wirklich zählt

...und damit die Mitarbeiter motiviert

1

Kooperation

Man kann sich darauf verlassen, dass die Mitarbeitenden zusammenarbeiten.

2

Wertschätzung

Die Führungskräfte zeigen aufrichtiges Interesse an mir als Person und nicht nur als Arbeitskraft.



3

Cultural Fit

Die Führungskräfte stellen Mitarbeitende ein, die gut hierher passen.

4

Fairness

Jeder hat hier die Möglichkeit, Aufmerksamkeit und Anerkennung zu bekommen.

5

Verantwortung

Ich bin zufrieden mit der Art und Weise, in der wir einen Beitrag für die Gesellschaft leisten.

Weshalb benötigen Unternehmen eine Arbeitgebermarke?

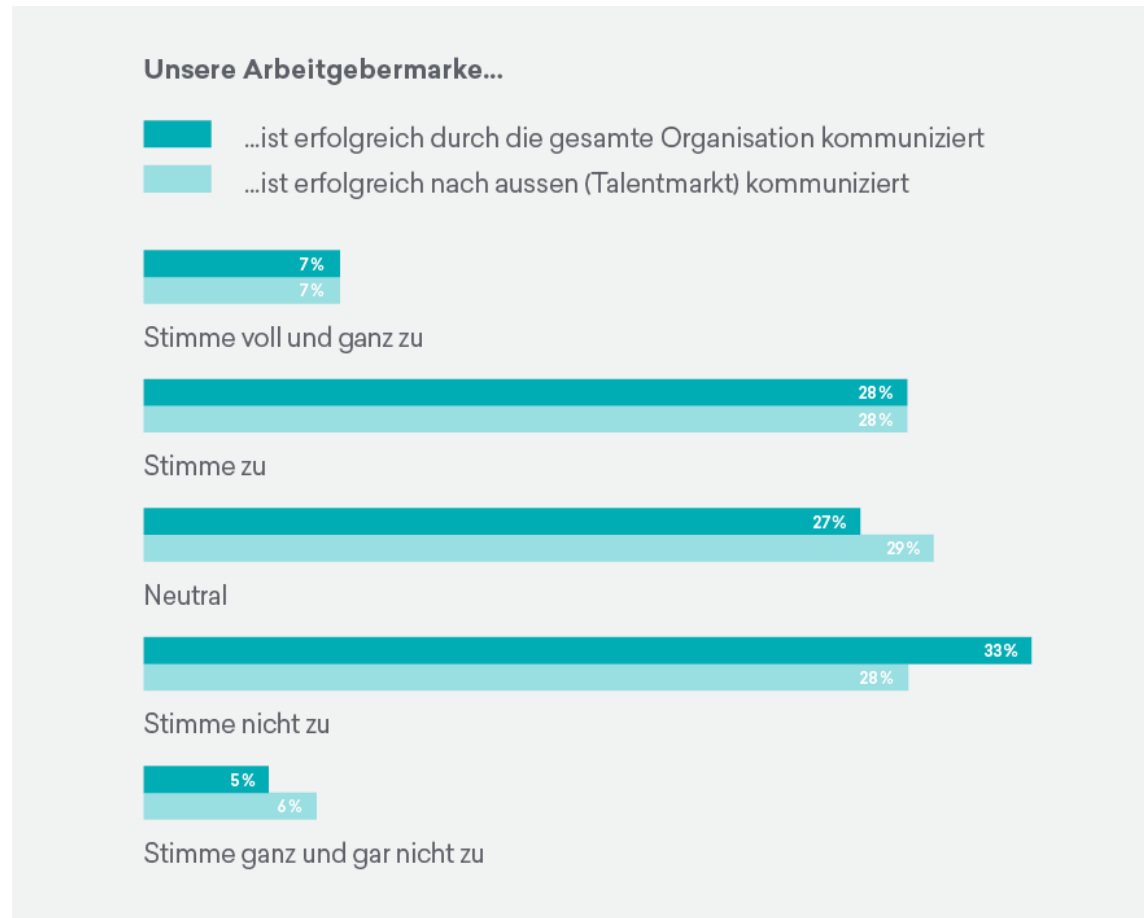
Wirkung & Nutzen von Employer Branding

- **Klare Identität** für Mitarbeitende und Kandidaten
- **Verankerung** der Unternehmenswerte, Vision und Mission
- **Förderung von Bekanntheit** und Attraktivität in den Arbeitsmärkten
- **Einheitliches Erscheinungsbild** nach innen und aussen
- Wahrnehmung als **attraktive Arbeitgeberin**
- **Gezielte Ansprache** von passenden Talenten
- **Langfristige Bindung und Motivation** von Mitarbeitenden



- Gewinnung von **neuen**, zur Kultur passenden **Mitarbeitenden**
- **Steigerung der Motivation** von Mitarbeitenden
- **Reduktion von Fluktuation und Absenzen**
- Mitarbeitende werden zu **Markenbotschaftern**
- Senkung der **Rekrutierungskosten**

Resultate aus unserer Studie 2018 «Employer Branding und Arbeitsplatzkultur»

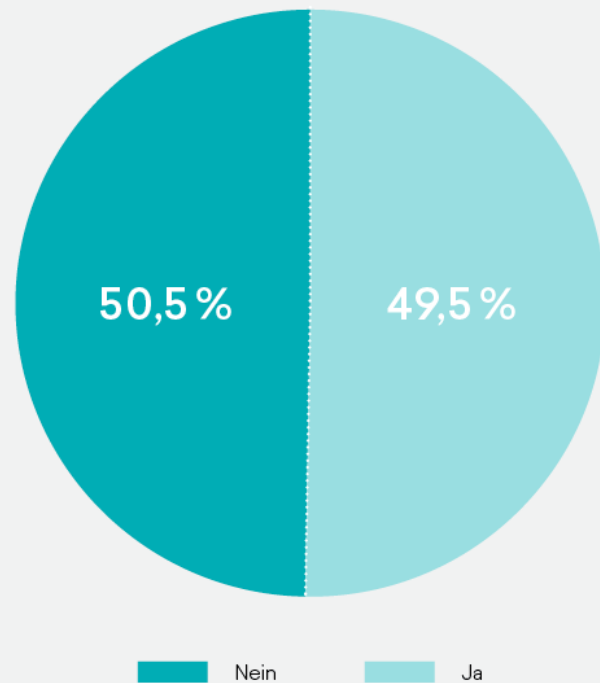


Nur 7% der Organisationen denken voll und ganz, dass ihre Arbeitgebermarke nach innen und aussen erfolgreich kommuniziert wird.

Download Studie: [great-employerbranding.ch](https://www.great-employerbranding.ch)

Resultate aus unserer Studie 2018 «Employer Branding und Arbeitsplatzkultur»

Ergreifen Sie Massnahmen, die sicherstellen,
dass Ihre Arbeitgebermarke intern gelebt wird?

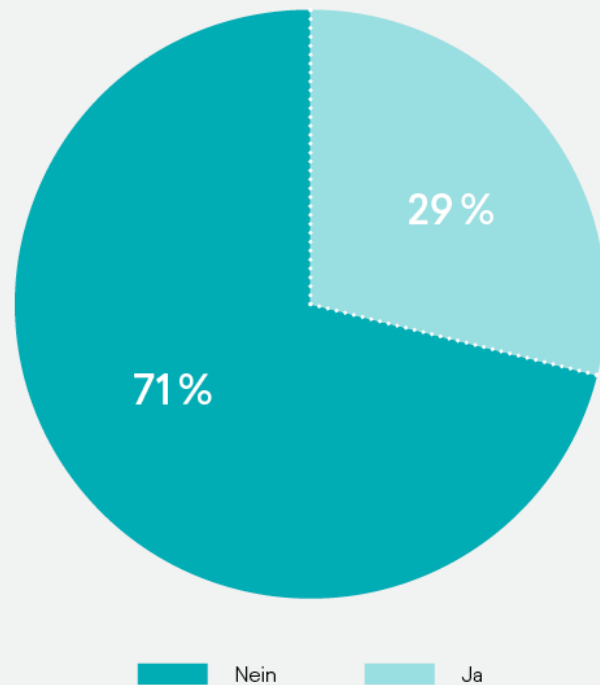


Nur die Hälfte der Organisationen stellen mittels Massnahmen sicher, dass ihre Arbeitgebermarke intern gelebt wird.

Download Studie: [great-employerbranding.ch](https://www.great-employerbranding.ch)

Resultate aus unserer Studie 2018 «Employer Branding und Arbeitsplatzkultur»

Messen Sie die Effizienz der Employer Branding / Arbeitgebermarketingmassnahmen?



Weniger als ein Drittel der Organisationen messen die Effizienz der Employer Branding-Massnahmen.

Download Studie: great-employerbranding.ch

Wo steht Ihre Arbeitgebermarke?



Keine oder geringe Bekanntheit am Talentmarkt?



Wahrnehmung am Talentmarkt ist durch Produktmarke geprägt?



Die bestehende Arbeitgebermarke soll überarbeitet werden?



(Noch) keine differenzierende Arbeitgebermarke?



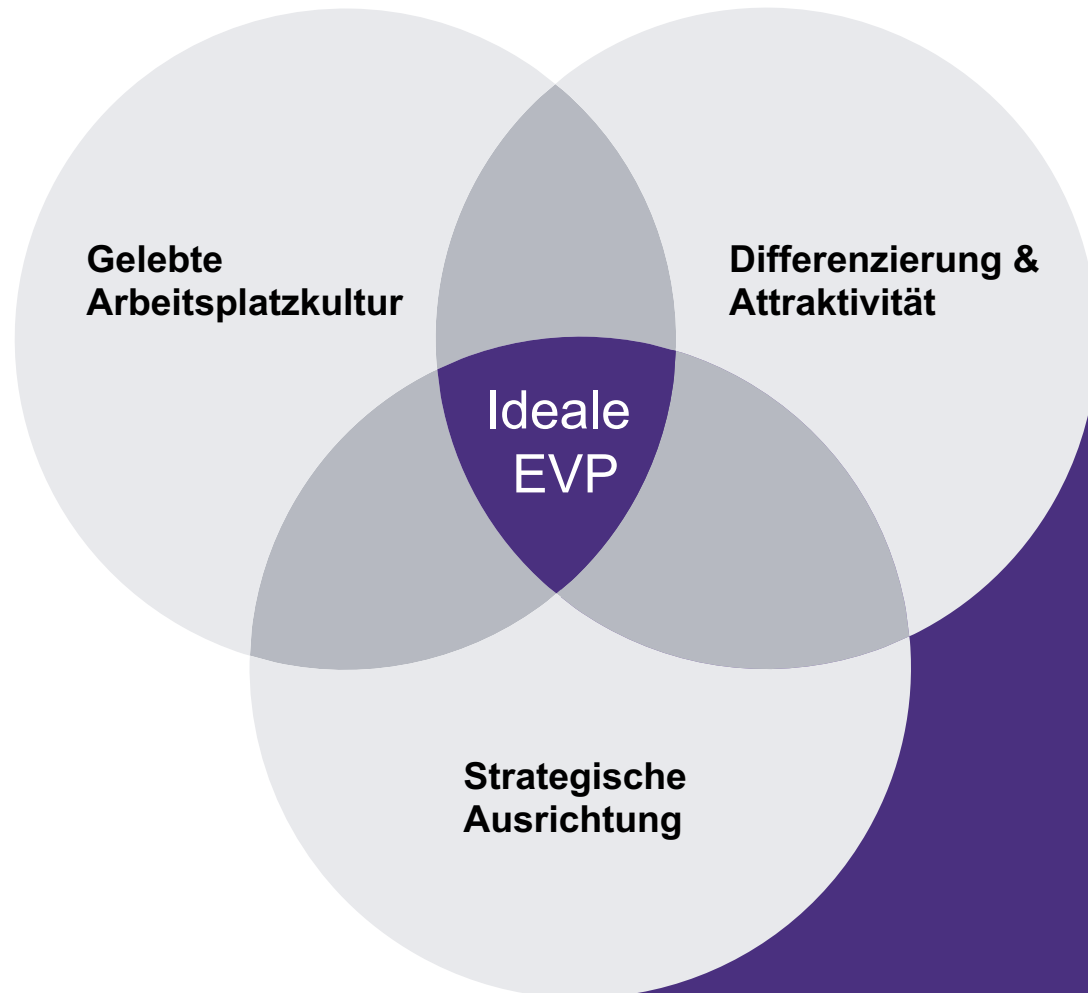
Arbeitgebermarke entspricht nicht der gelebten Realität oder Aspiration?

Gehen Sie auf **menti.com** und benutzen Sie den **Code 94 98 69** oder scannen Sie den QR Code!



Nach aussen kommunizieren, was innen gelebt wird

Unser Ansatz der idealen Employer Value Proposition



Das Arbeitgeberversprechen

(Employer Value Proposition / EVP) definiert das Leistungsangebot des Arbeitgebers und dessen Erwartungen an das Engagement der aktuellen und künftigen Arbeitnehmenden.



Die ideale
EVP ist

Glaubwürdig

Muss von der Mehrheit der Mitarbeitenden und Führungskräfte gelebt werden

Differenzierend

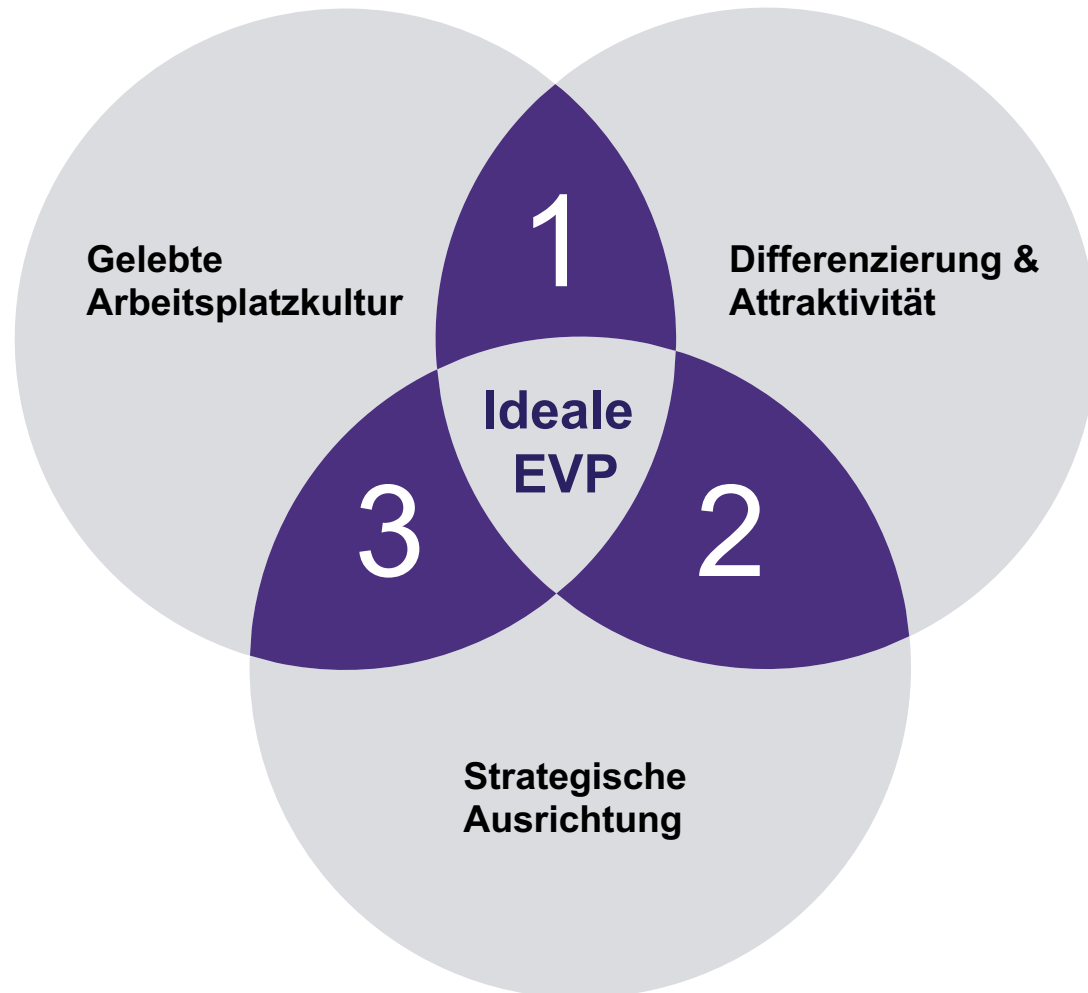
Unterscheidet den Arbeitgeber klar von seinen Wettbewerbern und ist attraktiv für die Zielgruppe

Zukunftsweisend

Transportiert die strategische Ausrichtung und unterstützt die Veränderungsprozesse

Nach aussen kommunizieren, was innen gelebt wird

Unser Ansatz der idealen Employer Value Proposition



1 Authentische und differenzierende EVP, die aber nicht mit der Unternehmensstrategie übereinstimmt.



Risiko: Die Kultur unterstützt die Vision nicht, Strategieprojekten fehlt die Basis



Chance: Adressierung der nicht-kompatiblen Elemente, Stärkung der unterstützenden Elemente

2 EVP entspricht der Strategie und wird extern als differenzierend wahrgenommen, wird aber intern nicht gelebt.



Risiko: Fehlender Cultural Fit, Fehleinstellungen, hohe Fluktuation



Chance: keine

3 Die gelebte Kultur unterstützt die Strategie, ist aber auf dem Arbeitsmarkt nicht attraktiv oder differenzierend.



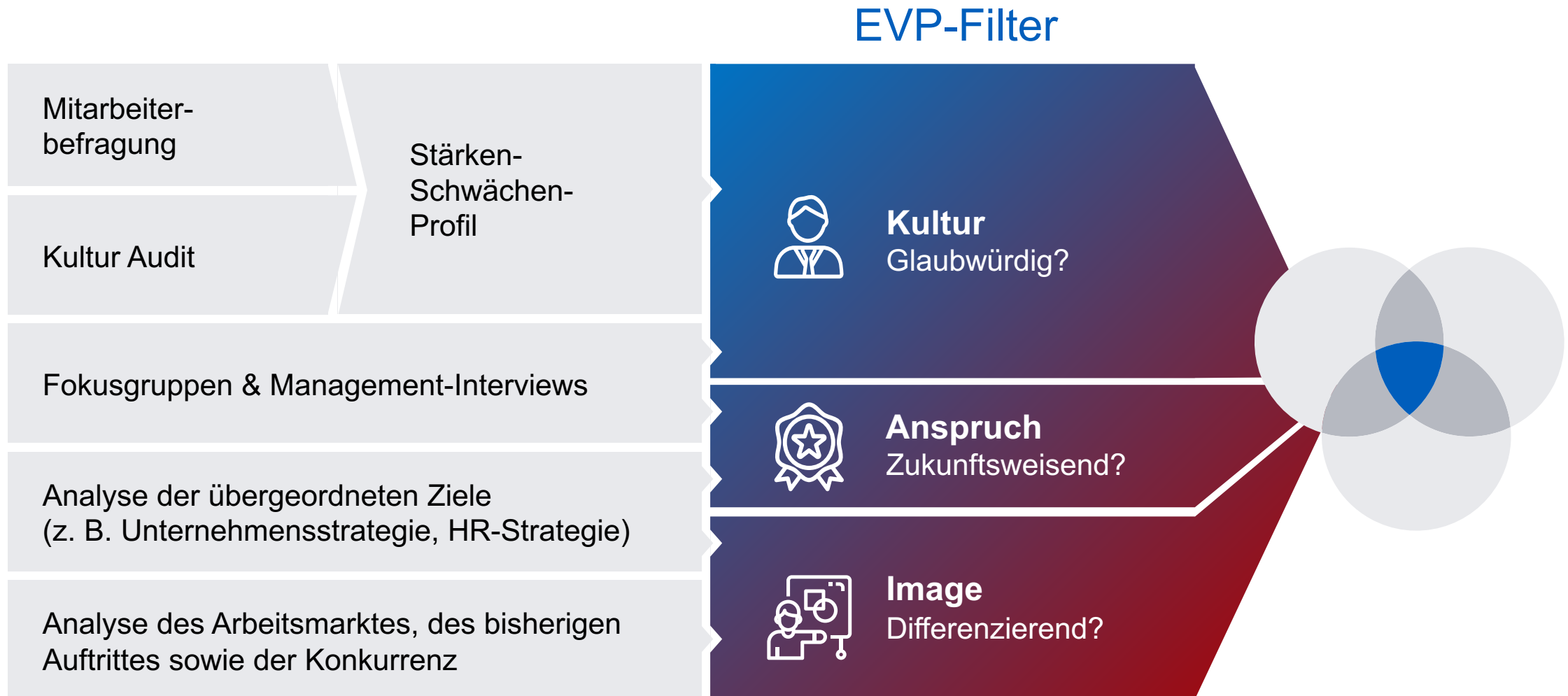
Risiko: Zuwenig Bewerber, passende Kandidaten fallen durch das Netz



Chance: Massnahmen zur aktiven Kommunikation ergreifen

Der EVP Entwicklungsprozess

Vorgehen & Datenquellen



Best Practices für ein erfolgreiches Employer Branding



Do's

- Zielgruppe kennen und verstehen
- Mitarbeitende involvieren
- Mut zur Differenzierung haben
- Abteilungsübergreifend zusammenarbeiten

Dont's

- Konkurrenz kopieren
- Nur auf die Bewerber zielen
- Employer Branding top-down betreiben
- Falsche Dinge versprechen
- Floskeln verwenden

Best Practice: Schreiner48



A screenshot of a web browser displaying the Schreiner48 website. The browser's address bar shows "schreiner48.ch/de/schreiner-jobs/". The website header includes the Schreiner48 logo, a phone icon with the text "Notfallservice: 0800 55 48 48", and a button labeled "Auftragsformular". The main heading is "Arbeiten bei Schreiner48". Below the heading is a paragraph of text: "Zu unserem Team gehören nur die Besten der Besten. Diejenigen, die jede Herausforderung selbstbewusst annehmen und über sich herauswachsen, wenn es die Situation verlangt. Unser Alltag ist spannend und abwechslungsreich, eine echte Herausforderung für Schreiner mit Grips. Vertraue dabei nicht nur auf unser Wort, sondern höre dir an, was deine zukünftigen Kollegen über uns erzählen." Below the text is a video player. The video title is "Schreiner48 als Arbeitgeber | Ein Tag im Leben von Schreiner Andreas Aeberhard". The video frame shows a man in a dark polo shirt with the Schreiner48 logo, standing in front of a red background with white text that includes "reparieren", "ausser", "n und Wasser.", and "04". The video player has a play button in the center and "Später ansehen" and "Teilen" options in the top right corner.

Best Practice: Schreiner48

The screenshot shows a web browser window with the URL `schreiner48.ch/de/schreiner-jobs/`. The page features a prominent orange banner with a testimonial. Below the banner, there is a section titled "Startklar mit 2000 Ersatzteilen an Bord: dein Service-Bus" with a descriptive paragraph and a photograph of a building with a sign that says "Anlieferung".


Schreiner Jobs: Anspruchsvolle, x +

schreiner48.ch/de/schreiner-jobs/

Notfallservice: 0800 55 48 48

Auftragsformular

« Wir entwickeln dich so weit, dass du dich eigentlich selbstständig machen könntest – du dies aber nicht willst, dank unserer Konditionen und Rahmenbedingungen. »

 **Markus H. Walser**
Unternehmensführung Schreiner48

1 / 2

Startklar mit 2000 Ersatzteilen an Bord: dein Service-Bus

Der Service-Bus ist deine mobile Schreinerei. 2000 Ersatzteile, geordnet nach einem erprobten Farbsystem, sind immer mit dabei – darunter unzählige durch uns entwickelte Lösungen sowie nachproduzierte Beschläge, die es nicht mehr im Handel gibt. Und du findest die wichtigsten Werkzeuge griffbereit vor, sodass sich viele Probleme schon beim ersten Besuch lösen lassen.

Anlieferung

Best Practice: Rotkreuz Kliniken

Einstieg & Vorteile Ausbildung Arbeitgeber Stellenbörse

*Vorreiter sein?
Klar, mit der 35-Std.-Woche.*

Anna (39, Pflegekraft und Stationsleiterin)



**Wir dürfen keine
Zeit verlieren –
schon gar nicht Ihre.**

Anna unterstützt uns schon seit fast 20 Jahren als Vollzeit-Pflegekraft in der Palliativ Care und auch als Stationsleiterin. Viel zu tun hat sie auch zuhause, wo sie sich um ihre Kinder kümmert. Wie Anna dabei die Balance hält? Weil sie wie all unsere Pflegekräfte auf den Stationen von unserer 35-Stunden-Woche profitiert.

Best Practice: Caritas Köln

Rufen Sie uns einfach an!
0211 1602-1000

bei **ANRUF**
AUSBILDUNG
ALTENPFLEGE

GIBT ES NUR BEI UNS!

Best Practice: Aktion Familienfreundliche Arbeitgeber

Suchen

KANTON **solothurn**

START AKTION MITMACHEN UNTERNEHMEN GOOD PRACTICE SERVICE

«Die Vereinbarkeit von Familie und Beruf ist für viele junge Familien ein alltäglicher Spagat. Angebote zur besseren Vereinbarkeit erhöhen die Performance und Zufriedenheit der Mitarbeiter.»

Sarah Koch, Leiterin Wirtschaftsförderung Kanton Solothurn

Aktion

Aktion Familienfreundliche Arbeitgeber

Die «Aktion Familienfreundliche Arbeitgeber» ist eine gemeinsame Initiative der Wirtschaftsförderung Kanton Solothurn und der Wirtschaftsverbände. Mit ihr soll die Vereinbarkeit von Beruf und Familie im Kanton Solothurn gestärkt werden.

Für Fachkräfte

Suchen Sie einen familienfreundlichen Arbeitgeber? Hier können Sie die Angebote der Solothurner Unternehmen vergleichen.

> Mehr

Für Arbeitgeber

Unternehmen können im Bereich Beruf und Familie mit kleinen Schritten grosse Wirkung erzielen. Hier gibts Praxisbeispiele.

> Mehr

Wirtschaftsförderung des Kantons Solothurn

Untere Sternengasse 2
4509 Solothurn
Telefon 032 627 95 23
wifoe@awa.so.ch
<http://standortsolothurn.so.ch>

STANDORT

Best Practice: Aktion Familienfreundliche Arbeitgeber

The screenshot shows a web browser window with the URL `ffag.so.ch/unternehmen/detail/?tx_ffag_companydetail%5Bcompany%5D=14&tx_ffag_companydetail%5Baction%5D=detail&tx_ffag_companydetail%5Bcontr...`. The page header includes a search bar and navigation links: **START**, **AKTION**, **MITMACHEN**, **UNTERNEHMEN** (highlighted), **GOOD PRACTICE**, and **SERVICE**. The main content area features a red button labeled **< Zurück zur Liste** and the company name **alphaTrust.ch ag**. Below the name, it lists **Anzahl Mitarbeitende : 11-50** and **Branche : Information und Kommunikation**. A descriptive paragraph follows, accompanied by the company logo. To the right, there are sections for **Kontakt** (address, phone, email, website) and **Dokumente** (a PDF document titled 'Geschäftsreglement alphaTrust.ch ag'). At the bottom, a section titled **Flexible Arbeitsmodelle** lists various work arrangements with checkmarks.

Suchen

KANTON **solothurn**

START AKTION MITMACHEN **UNTERNEHMEN** GOOD PRACTICE SERVICE


< Zurück zur Liste

alphaTrust.ch ag

Anzahl Mitarbeitende : 11-50

Branche : Information und Kommunikation

alphaTrust.ch ag – Ihr Informatik Spezialist aus Solothurn für die ganze Deutschschweiz. Unser Ziel als Informatik Spezialist ist es, möglichst kompetent und mit grosser Erfahrung am Markt zu agieren. Dies erreichen wir durch gut ausgewählte Sets an Produkten und guten Beziehungen zu den verantwortlichen Personen unserer Hersteller oder deren Lieferanten. So können wir ein Maximum an Dienstleistung und Kompetenz erreichen.




Kontakt

Industriestrasse 30a
4542 Luterbach

Telefon 032 622 77 66
rene.fournier@alphatrust.ch
<http://www.alphatrust.ch>

Dokumente

 Geschäftsreglement alphaTrust.ch ag
(50 KB, pdf)

Flexible Arbeitsmodelle

Wir bieten unseren Mitarbeitenden

- ✓ Gleitzeit
- ✓ Jahresarbeitszeit
- ✓ die Möglichkeit von Kurzabwesenheiten
- ✓ verkürzte, verlängerte oder verschobene Tagesarbeitszeiten
- ✓ fixe Teilzeitarbeit (festgelegte Präsenzzeiten)
- ✓ flexible Teilzeitarbeit (frei wählbare Präsenzzeiten)