

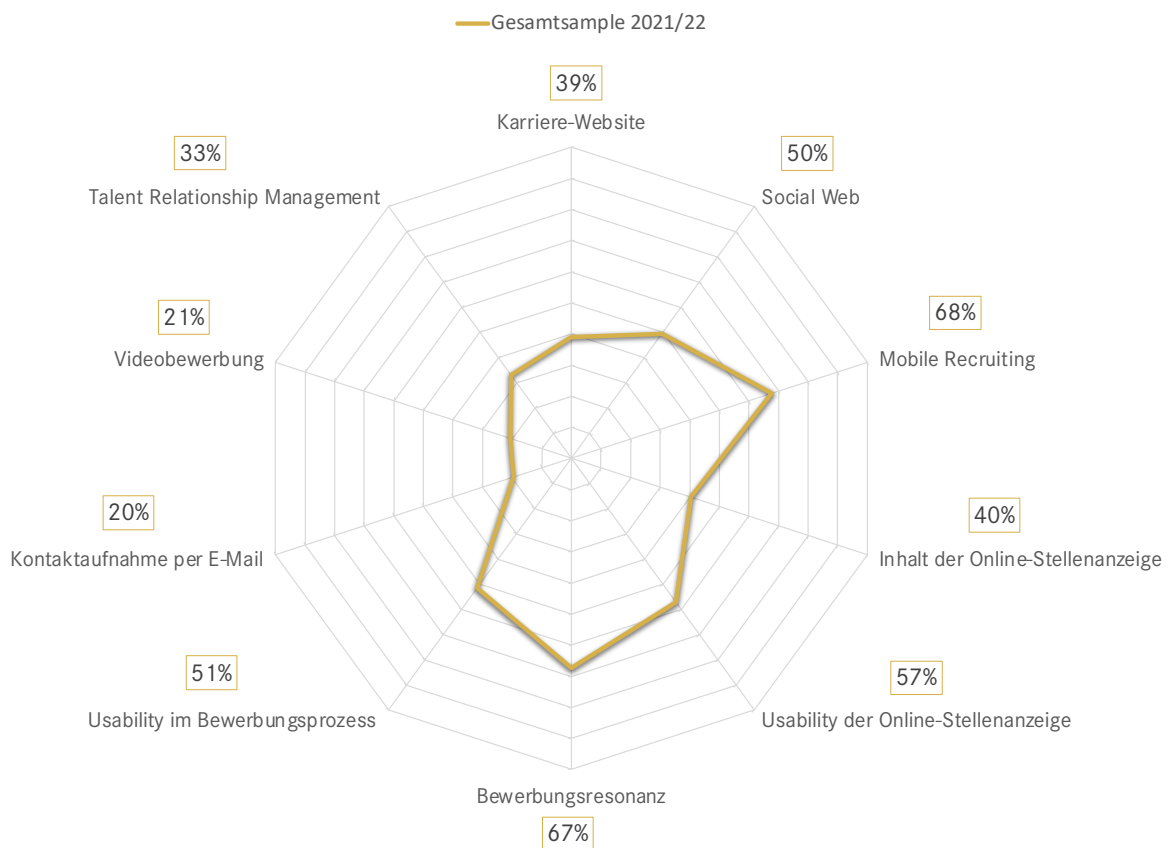
Recruiting-Studie:

Kulturwandel im Recruiting nicht ausreichend transparent

- BEST-RECRUITERS-Studie 2021/22 in der Schweiz und Liechtenstein belegt: Storytelling in Stellenanzeigen noch kaum verbreitet
- Hin zum Arbeitnehmer:innen-Markt: Deutlich mehr Job-Inserate enthalten Benefits für Mitarbeitende
- Gelebter Kulturwandel rund um hybride Arbeitswelten zu wenig an KandidatInnen kommuniziert
- Bestes Ergebnis in der Beantwortung von Bewerbungen seit Studien-Initiierung 2013

Wien/Vaduz, 1. September 2022 - **Bereits zum neunten Mal analysierte BEST RECRUITERS die Recruiting-Qualität der 447 grössten Arbeitgeber:innen nach Umsatz und Anzahl Mitarbeitender in der Schweiz und im Fürstentum Liechtenstein. 225 wissenschaftlich fundierte Kriterien entlang der Candidate Journey bilden die Perspektive der Bewerbenden ab. Betriebe aus der Schweiz und dem Fürstentum Liechtenstein erreichen durchschnittlich 50 % der möglichen Punkte (Vorjahr: 49 %).**

Die Ergebnisse der 10 Erhebungskategorien im Überblick – das Diagramm zeigt jeweils die von der Gesamtstichprobe SUI/LIE durchschnittlich erreichten Prozent der in der Kategorie maximal möglichen Punkte:



Quelle: BEST RECRUITERS SUI 2021/22 (n=447 untersuchte Arbeitgeber)

Die traditionell höchsten Werte werden in der Kategorie *Mobile Recruiting* erzielt, also der Adaptierung von Karriere-Website, Stelleninseraten und Bewerbungsformularen für mobile Endgeräte – in diesem Jahr dicht gefolgt von der *Bewerbungsresonanz*, dem Handling eingehender Bewerbungen. Dabei wird neben der Reaktionsgeschwindigkeit auch die wertschätzende Formulierung von Absagen gemessen. Auf Kategorie-Ebene am meisten Augenmerk erfordern E-Mail-Anfragen potenziell interessierter Kandidat:innen, die vor dem eigentlichen Bewerbungsprozess an Arbeitgebende gesendet werden und oftmals unbeantwortet bleiben.

Kulturwandel gelebt, aber noch kaum kommuniziert

Nicht zuletzt als Folge der Umstände in den vergangenen beiden Jahren hat sich ein Kulturwandel in Richtung hybride(re) Arbeitswelt eingestellt. Potenzielle neue Talente werden jedoch selten über den in Organisationen gelebten Change informiert. Dabei ist es für sie mindestens ebenso zentral in der Entscheidung für oder gegen ein Unternehmen, wie beispielsweise die Home-Office-Reglemente aussehen. Bei nur drei von zehn untersuchten Arbeitgebenden ist dies Teil der Karriere-Website.

Auch Recruiting-Prozesse selbst sind betroffen: Während 2021/22 bereits 44 % der analysierten Organisationen ihren Recruiting-Prozess auf der Karriere-Website darstellen, äussern sich lediglich 15 % zu virtuellen Bestandteilen, beispielsweise digitalen Erst-Interviews. Dies entspricht immerhin einem Zuwachs von 6 Prozentpunkten gegenüber dem Studienjahrgang 2020/21.

Job-Inserate: Schwerpunkt auf Benefits, allerdings oft unpersönlich

Gegenüber dem vorangehenden Studienjahrgang hat sich die inhaltliche Qualität der Stellenanzeigen in der Schweiz und Liechtenstein gesteigert.

Konkret lassen die Studienergebnisse auf eine klare Schwerpunktsetzung im Bereich der Benefit-Kommunikation schliessen: Während im Vorjahr noch 33 % der Stichprobe mit entsprechenden Zusatzleistungen für Mitarbeitende warben, sind es in diesem Jahr bereits 49 %.

Der überwiegende Teil davon (75 %) wird rein textlich eingebunden, 25 % in einer Kombination aus Text und abgestimmten Illustrationen. Letztere bringt gemäss Eagle-Eye-Studie allerdings den höchsten Nutzensgewinn für Stelleninserate mit sich und steigert die Wahrscheinlichkeit, dass die Anzeige bevorzugt ausgewählt wird, um 51 % (www.bestrecruiters.eu/eagle-eye).

Dies mag nicht zuletzt mit der Tatsache in Zusammenhang stehen, dass sich der Arbeitsmarkt vielerorts wieder verstärkt in Richtung Arbeitnehmer:innen-Markt entwickelt und Arbeitgebende somit den Fachkräftemangel umso deutlicher zu spüren bekommen.

Doch auch wenn Job-Inserate immer häufiger Personalmarketing-Elemente wie die genannten enthalten, so zeigt die Analyse der Stellenanzeigen der 447 grössten Unternehmen nach Umsatz und Anzahl Mitarbeitender in der Schweiz und Liechtenstein nach wie vor, dass insbesondere die Aufgabenbeschreibungen überwiegend nüchtern gestaltet sind und oft wenig Leidenschaft für die Tätigkeit erwecken. „Dies wäre jedoch in der Ansprache der meisten Zielgruppen eine zentrale Aufgabe von Positionsausschreibungen,“ unterstreicht Studienleiterin Agnes Koller. Immerhin enthalten nunmehr 26 % der Anzeigen ergänzende Details zur Abteilung beziehungsweise dem potenziellen Team, um die persönliche Ebene zu stärken (plus 8 Prozentpunkte).

Die Top 10 Arbeitgebenden in der Schweiz und dem Fürstentum Liechtenstein:

- | | |
|-------------------------------------|--------------------------|
| 1. Universitäts-Kinderspital Zürich | 6. Helsana-Gruppe |
| 2. Migros-Genossenschafts-Bund | 7. BKW |
| 3. SBB AG | 8. AXA Versicherungen AG |
| 4. Graubündner Kantonalbank | 9. Migros Bank AG |
| 5. thyssenkrupp Presta AG | 10. KPMG AG |

Fokus 2022/23: Corporate Purpose

Die BEST-RECRUITERS-Studie wird auch im Jahrgang 2022/23 wieder durchgeführt, wobei ein Studienschwerpunkt auf der Vermittlung der Sinnhaftigkeit der beruflichen Tätigkeit – dem Corporate Purpose – liegt. Arbeitgeber:innen, die aufgrund ihrer Grösse nicht per se Teil der Stichprobe sind, können bereits jetzt ein [Opting-In](#) für den kommenden Studienjahrgang stellen.

Weiterführende Informationen zur Studie

Die Präsentation der Studienergebnisse sowie die Auszeichnung der Top-Recruiter:innen 2021/22 aus 31 Branchen fand am 31. August 2022 an der Universität Liechtenstein statt. Fotos können [hier](#) abgerufen werden. Die drei besten Arbeitgeber:innen wurden, gepaart mit ausgewählten Studienergebnissen, ergänzend in einem Video vorgestellt (in [dieser Playlist](#) auf dem [BEST-RECRUITERS-YouTube-Kanal](#)). Auf der Website stehen das [Siegerplakat](#), die aktuellen [Rankings](#), die [Presseinformation](#) mit weiteren ausgewählten Studienresultaten und Analysen über den Studienzyklus 2021/22 sowie allgemeine Informationen zur [Studie](#) zur Verfügung.

Auf Wunsch senden wir Ihnen gerne weiterführende Informationen wie individuelle Auswertungen und Grafiken.

Über BEST RECRUITERS

Seit 2013 untersucht BEST RECRUITERS jährlich die Recruiting-Qualität der Unternehmen in der Schweiz und in Liechtenstein. Initiiert wurde die Studie 2010 in Österreich, 2011 folgte die Erweiterung nach Deutschland. Der Kriterienkatalog wird laufend überarbeitet und in Zusammenarbeit mit dem wissenschaftlichen Studienbeirat – Kuno Ledergerber, ehemaliger Leiter des Zentrums für Human Capital Management an der ZHAW, und Univ. Prof. Dr. Wolfgang Elšik, Vorstand des Instituts für Personalmanagement der Wirtschaftsuniversität Wien – an aktuelle Entwicklungen im HR-Bereich angepasst. Seit 2022 ergänzt Prof. Dr. Marco Furtner, Leiter des Instituts für Entrepreneurship an der Universität Liechtenstein, das Team der wissenschaftlichen Beiräte. Im Studienjahrgang 2021/22 wurden 225 Kriterien aus 10 Kategorien entlang der Candidate Journey erhoben. Diese umfassen die Karriere-Website, Mobile Recruiting, Initiativen im Social Web sowie Inhalt und Usability von Job-Inseraten. Auch der direkte Kontakt mit Bewerbenden wird beleuchtet: Hierfür werden Bewerbungen sowie Interessenanfragen an jedes Unternehmen / jede Institution der Stichprobe geschickt und die Rückmeldungen in Bezug auf Zeitrahmen und Inhalt analysiert. Die Auswertung erfolgt in einem dreibändigen Studienbericht, der alle Ergebnisse mit Grafiken und Diagrammen visualisiert, aufschlüsselt und mithilfe ausgewählter Benchmarks und Best Practices Optimierungsempfehlungen für Recruiting-Verantwortliche bietet. Für überdurchschnittliche Recruiting-Leistungen vergibt BEST RECRUITERS Gold-, Silber- und Bronze-Zertifikate sowie Qualitätssiegel.

Rückfragehinweis

Agnes Koller
Studienleiterin | BEST RECRUITERS

Bernhard Schwingsandl
Junior Project & Communication Manager | BEST RECRUITERS
T +43 1 585 69 69 – 26
bernhard.schwingsandl@bestrecruiters.eu

Claudia Gabler
BMQ Partners AG
T +41 79 204 28 22
claudia.gabler@bmqpartners.com