



Fachkräftemangel: So punktet Ihr KMU bei Arbeitnehmenden

Strategien zur Steigerung der Arbeitgeberattraktivität
in Zeiten des Fachkräftemangels

Inhalt

Fachkräftemangel bleibt grösste Herausforderung für KMU	3
Arbeitgeberattraktivität zahlt sich aus	4
Das Gehalt spielt bei der Arbeitgeberwahl eine zentrale Rolle	6
Schweizer KMU setzen auf flexible Arbeitsmodelle	8
Branchen setzen im Hinblick auf Arbeitgeberattraktivität eigene Schwerpunkte	9
Welche Faktoren machen mein KMU attraktiver?	10



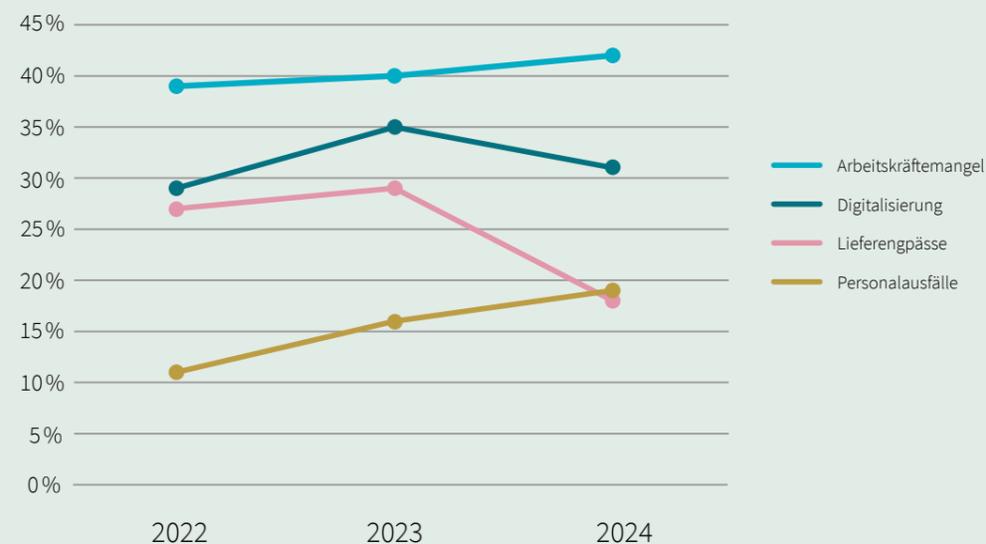
Fachkräftemangel bleibt grösste Herausforderung für KMU

Die Suche nach und das Halten von engagiertem Personal macht KMU langfristig zu schaffen.

Wo sind die dringend benötigten Fachkräfte? Die Frage ist für viele kleine und mittlere Unternehmen in der Schweiz aktueller denn je. In Ihrem KMU auch? In der aktuellen KMU-Arbeitsmarktstudie der AXA gaben **42 Prozent der befragten Firmen** den Fachkräftemangel als eine der grössten Herausforderungen für ihr Unternehmen an.

Zum Vergleich: Die zweithäufigste Antwort, Digitalisierung, nennen lediglich 31 Prozent der Unternehmen. Personalausfälle sowie Lieferengpässe, auf Rang drei und vier der am häufigsten genannten Herausforderungen, beunruhigen sogar weniger als halb so viele KMU.

Grösste Herausforderung für KMU



Für KMU ist der Fachkräftemangel seit drei Jahren ununterbrochen die grösste Herausforderung.
Quelle: AXA KMU-Arbeitsmarktstudie 2024

Das Problem «Fachkräftemangel» ist nicht neu

Bereits seit 2022 wird die Suche nach engagiertem Personal ohne Unterbruch von Schweizer KMU als grösste Herausforderung eingeschätzt. Dabei bereitet nicht nur das Anziehen **neuer Fachkräfte** Schwierigkeiten.

Auch die **aktuelle Belegschaft und deren Expertise im Unternehmen zu halten**, sorgt bei den Arbeitgebenden für Kopfzerbrechen.

Was tun in Zeiten des Fachkräftemangels?

Die Ursachen für den Fachkräftemangel sind vielfältig, eine einzige Lösung gibt es daher für KMU nicht. Die gute Nachricht aber ist: Es gibt Massnahmen, um auch **in Zeiten des Fachkräftemangels geeignete Arbeitskräfte zu finden und zu halten**. Ein wichtiger Faktor hierbei ist **Ihre Arbeitgeberattraktivität**.

In diesem Whitepaper erfahren Sie mehr über die neuesten Erkenntnisse zum Thema Arbeitgeberattraktivität in der Schweiz. Sie erfahren, was für Mitarbeitende bei der Arbeitgeberwahl relevant ist und auf welche **Massnahmen Sie setzen sollten, um neue Talente sowie bestehende Arbeitnehmende für sich zu begeistern**. So machen Sie Ihr KMU fit für eine erfolgreiche Zukunft.

Arbeitgeberattraktivität zahlt sich aus

Der Fachkräftemangel sorgt für eine Machtverschiebung auf dem Arbeitsmarkt.

Arbeitnehmende halten die Zügel fest in der Hand

Die Arbeitnehmenden sind sich der neuen Realität auf dem Arbeitsmarkt bewusst. Und sie setzen dieses Wissen zu ihren Gunsten ein. Die Mehrheit der in der Arbeitsmarktstudie befragten KMU spürt entsprechende **Veränderungen in der Erwartungshaltung** ihrer Belegschaft:

- Über ein Viertel der Unternehmen berichtet von zusätzlichen Lohnforderungen.
- Über 20 Prozent geben an, dass Mitarbeitende höhere Ansprüche bezüglich der Arbeitszeit haben und sich gegen Mehrbelastungen wehren.
- Zudem spüren insbesondere KMU mit einem hohen Anteil an unter 30-jährigen Arbeitnehmenden, dass die Mitarbeitenden im Durchschnitt weniger lang im Unternehmen bleiben.

Erschwerend kommt hinzu, dass auch die Konkurrenz im gleichen Boot sitzt und keineswegs schläft. Im Gegenteil – **der Kampf um Talente ist in vollem Gange.**

Für Ihr KMU bedeutet das: Es ist wichtiger denn je, dass Sie sich von der Konkurrenz abheben und Strategien überlegen, wie Sie sich bei (potenziellen) Mitarbeitenden als attraktive Arbeitgeberin bzw. attraktiver Arbeitgeber positionieren können.

Experteninterview

«Ein Unternehmen muss aus der Masse herausstechen.»

Dr. Valerie Schröder ist wissenschaftliche Mitarbeiterin und Postdoktorandin am Psychologischen Institut der Universität Zürich. Sie forscht unter anderem zu Personalauswahlverfahren und wie Bewerbende auf solche Verfahren reagieren.

Dr. Schröder, wie wichtig ist Arbeitgeberattraktivität in Zeiten des Fachkräftemangels?

«Der Fachkräftemangel rückt das Thema für Unternehmen noch mehr ins Zentrum, da Arbeitnehmende schlicht mehr Auswahl haben. Das zeigt sich nicht nur bei Bewerbungen. Die Attraktivität eines Unternehmens als Arbeitgeber hat auch Einfluss auf die Zufriedenheit und die Kündigungsabsicht der aktuellen Belegschaft.»

Welche Hürden gilt es für KMU bei der Suche nach neuen Arbeitskräften zu überwinden?

«KMU sind der Allgemeinheit oft nicht bekannt. Das ist speziell bei der Suche nach jungen Arbeitnehmenden am Start der Karriere ein Nachteil. Denn sie kennen die unterschiedlichen Unternehmen in der Branche nicht und haben oft auch kein grosses Netzwerk, das die entsprechenden Verknüpfungen herstellen kann.»

Wie kann eine Firma dem entgegenwirken?

«Am besten, indem sie weiter denkt als ihre direkte Konkurrenz und aus der Masse heraussticht. Sei es mit bestimmten Massnahmen oder einer einzigartigen Kultur. Diesen Aspekt, der die Firma zu einem attraktiven Arbeitgeber macht, kann sie gezielt weiter stärken.»

Natürlich muss sie dieses Alleinstellungsmerkmal auch klar und mutig kommunizieren. Ein zentraler Kanal dafür ist die Website, aber auch in den Stellenbeschreibungen sollten diese Aspekte keinesfalls fehlen.»

Was macht Arbeitgeberattraktivität aus?

Es gibt verschiedene Faktoren, die zur Attraktivität eines Arbeitgebers beitragen und zum Alleinstellungsmerkmal Ihres Unternehmens werden können. Gemäss der in der Arbeitsmarktstudie befragten KMU sind insbesondere die **Work-Life-Balance und flexible Arbeitsmodelle wie Teilzeit konstant wichtig für die Mitarbeitenden.**

Allerdings lassen sich nicht alle Beschäftigten über einen Kamm scheren. Die befragten KMU nehmen klare Unterschiede zwischen den Generationen wahr: Während sie bei älteren Arbeitnehmenden die Wertschätzung, den Teamgeist und den ausbezahlten Lohn als zentrale Faktoren für die Arbeitgeberwahl sehen, sind es bei den unter 30-Jährigen eher die Möglichkeiten zur Selbstverwirklichung im Beruf sowie die verfügbaren Weiterbildungschancen.



Die wichtigsten Aspekte für die Arbeitgeberwahl nach Generationen – aus Sicht der Unternehmen
Quelle: AXA KMU-Arbeitsmarktstudie 2024

Das zeigt: Je nachdem, welche Altersgruppen Sie rekrutieren oder in Ihrem Unternehmen halten möchten, sollten Sie auf andere Massnahmen setzen. Denn nur wer auf die **konkreten Ansprüche und Bedürfnisse eingeht**, kann seine Attraktivität als Arbeitgeber effektiv steigern.

Expertentipp von Tanja Altenburger, Head Employer Attractiveness bei der AXA

«Zeigen Sie den Mitarbeitenden Ihre Wertschätzung – am besten auch schon in der Rekrutierung. Ein herzlicher Empfang beim Bewerbungsgespräch sorgt umgehend für einen positiven Eindruck. Bieten Sie Wasser oder etwas Süsses an oder geben Sie den Bewerbenden ein kleines Geschenk mit. Empfangen Sie neue Mitarbeitende zudem mit einem Blumenstrauss und einem gemeinsamen Mittagessen.

Wir bei der AXA kontaktieren neue Mitarbeitende kurz vor dem ersten Arbeitstag, wünschen einen guten Start im neuen Job und zeigen so, dass wir parat sind und uns auf sie freuen.

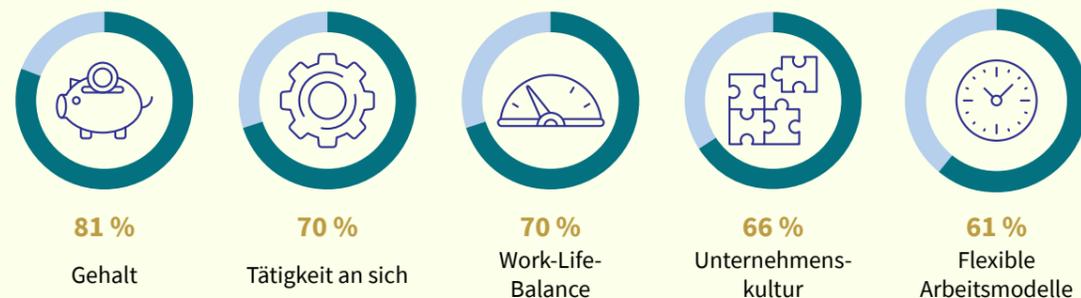
Und ganz wichtig: Halten Sie die Wertschätzung auch gegenüber erfahrenen Mitarbeitenden hoch. Dies geht heutzutage schnell vergessen. Genau jene Personen verfügen aber über langjährige Erfahrung und sehr viel Know-how, was in den meisten Unternehmen von Bedeutung sein dürfte.»

Das Gehalt spielt bei der Arbeitgeberwahl eine zentrale Rolle

Fragt man Arbeitnehmende nach den wichtigsten Aspekten bei der Arbeitgeberwahl, steht das **Gehalt an oberster Stelle**. Gemäss einer Studie der AXA zum Employer Branding, für die im März 2024 über 1000 arbeitstätige Personen in der deutsch- und französischsprachigen Schweiz befragt wurden, spielt der Lohn für 81 Prozent der Umfrageteilnehmenden eine entscheidende Rolle.

Bei **Bewerbenden** ist gemäss Arbeitsmarktexpertin Dr. Valerie Schröder zudem ein weiterer Punkt nicht zu unterschätzen: die **Kommunikation mit den Recruitern**. Diese hat grossen Einfluss auf die Meinung zum Unternehmen. Besonders dann, wenn die Bewerbenden wenig andere Informationen haben. **Schnelle Reaktionszeiten sowie eine offene und transparente Kommunikation sind dabei ausschlaggebend** – und Massnahmen, an denen Ihr KMU effektiv arbeiten kann.

Top-5-Faktoren für einen attraktiven Arbeitgeber (aus Sicht von Arbeitnehmenden)



Top-5-Faktoren für einen attraktiven Arbeitgeber – aus Sicht von Arbeitnehmenden
Quelle: AXA Employer Branding Report, 2024

Allerdings nennen nur 13 Prozent der Befragten die Bezahlung als **den absolut wichtigsten Aspekt**. Für einen grösseren Teil hat die **Tätigkeit an sich** höchste Priorität bei der Arbeitgeberwahl.

«Wie gut der Job passt, ist ausschlaggebend dafür, ob Arbeitnehmende am Arbeitsplatz zufrieden sind.»

- Dr. Valerie Schröder

Expertentipp von Tanja Altenburger, Head Employer Attractiveness bei der AXA

«Achten Sie als Recruiterin oder Recruiter darauf, die gleiche Sprache wie Ihre Anspruchsgruppe zu sprechen. Ihre Kommunikation im Bewerbungsprozess sollte durchwegs konsistent sein – von der Karriereseite über das Stelleninserat bis zum Bewerbungsgespräch.»

Weitere Faktoren für die Arbeitgeberwahl bieten Chance zur Differenzierung

Unterschiedliche Prioritäten zwischen den Geschlechtern ...

Weibliche und männliche Arbeitnehmende sind sich einig, wenn es um **die wichtigsten Kriterien für die Arbeitgeberwahl** geht: Die Tätigkeit an sich sowie das Gehalt haben für beide Gruppen höchste Priorität.

Dennoch lassen sich bei weiteren Kriterien der Arbeitgeberwahl Unterschiede je nach Geschlecht erkennen:

- Für Männer sind finanzielle Benefits, eine moderne technische Ausstattung am Arbeitsplatz und eine internationale Ausrichtung des Unternehmens tendenziell mehr von Bedeutung.
- Weibliche Arbeitnehmende legen dagegen mehr Wert auf einen günstigen Standort des Arbeitsplatzes und darauf, dass sich das Unternehmen für Diversität und gemeinnützige Anliegen engagiert.



... und den Generationen

Ähnliches lässt sich zwischen den Generationen beobachten: Für ältere Arbeitnehmende sind der Standort sowie Massnahmen zur Gesundheitsförderung und für die finanzielle Sicherheit – beispielsweise starke Pensionskassenleistungen – relevanter als für die jüngeren Generationen.

Bei den unter 25-Jährigen spielen dagegen die Internationalität des Unternehmens und die Karriere- und Aufstiegsmöglichkeiten eine zentrale Rolle. Zudem zeigt sich: In der Selbsteinschätzung ist für die jüngeren Arbeitnehmenden der Lohn viel wichtiger als für die Älteren.

Mitarbeiter Vorteile mit Swibeco

Swibeco, die Plattform für Mitarbeiter Vorteile, bietet Ihren Angestellten steuerfreie Lohnnebenleistungen und attraktive Mitarbeiter Rabatte – und ist für Kundinnen und Kunden der AXA inklusive oder vergünstigt nutzbar.

Mehr Infos auf [AXA.ch/swibeco](https://www.axa.ch/swibeco)

Schweizer KMU setzen auf flexible Arbeitsmodelle

Arbeitgebende lassen als Reaktion auf den Mangel an qualifizierten Arbeitskräften wenig unversucht.

Schweizer KMU haben die Zeichen der Zeit erkannt und setzen aktiv eine **Vielzahl an Massnahmen zur Steigerung der Arbeitgeberattraktivität** um. Gemäss der KMU-Arbeitsmarktstudie zeigen sie in erster Linie mehr Flexibilität bei der Höhe der Arbeitspensen und der Arbeitsgestaltung, beispielsweise mit mehr Homeoffice-Möglichkeiten. Aber auch Benefits wie mehr Ferien oder Weiterbildungsmöglichkeiten kommen häufig zum Einsatz.

«**Empfehlungen von Freunden und Bekannten sind eine wichtige Quelle für Arbeitsuchende. Dieses Potenzial können gerade KMU, die meist nahe an den Mitarbeitenden dran sind, nutzen, indem sie ihre Mitarbeitenden aktiv begeistern und dazu befähigen, die positive Wahrnehmung des Unternehmens nach aussen zu tragen.**»

- Tanja Altenburger,
Head Employer Attractiveness bei der AXA

Viele Unternehmen kümmern sich darüber hinaus mit speziellen Massnahmen um die jüngere Generation von Arbeitnehmenden. Neben der Möglichkeit zur Teilzeitarbeit bedeutet das z. B. eine Lockerung der Umgangsformen im Betrieb, einen Fokus auf Diversität und Geschlechtergerechtigkeit sowie den verstärkten Einsatz für mehr Nachhaltigkeit.



Wettbewerbsvorteil Versicherung – dank attraktiver Zusatzservices
Bei der AXA profitieren Sie und Ihre Mitarbeitenden von einem umfassenden Versicherungsschutz – und attraktiven Zusatzleistungen. Ob Gesundheitsförderung, Fringe Benefits oder Leistungen in der beruflichen Vorsorge: Mit den Zusatzservices der AXA heben Sie sich von Ihrer Konkurrenz ab.

Mehr Informationen auf [AXA.ch/mitarbeitermotivation](https://www.axa.ch/mitarbeitermotivation)

Top-3-Massnahmen von KMU gegen den Fachkräftemangel – für neue Mitarbeitende



Quelle: AXA Employer Branding Report 2024

Branchen setzen im Hinblick auf Arbeitgeberattraktivität eigene Schwerpunkte

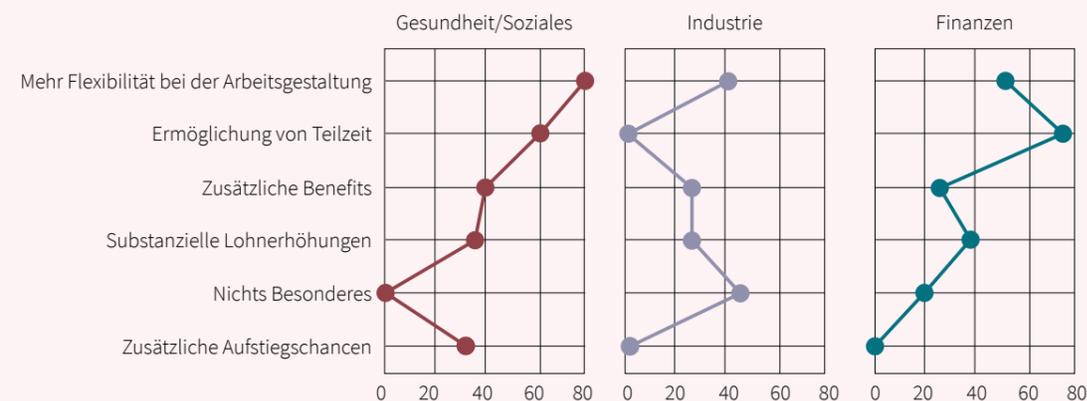
Welche Massnahmen zur Steigerung der eigenen Arbeitgeberattraktivität ein Unternehmen umsetzt, hängt massgeblich von der Branche ab. Schliesslich sind **nicht alle Branchen gleichermassen vom Fachkräftemangel betroffen**. So gehört eine grosse Flexibilität bei der Arbeitsgestaltung beispielsweise in der IT bereits zum Standard. Unternehmen im Baugewerbe und der Industrie können sich damit jedoch noch immer von der Konkurrenz abheben – sofern ihre Betriebsabläufe dies erlauben. Und sich so möglicherweise einen Vorteil im Kampf um Fachkräfte verschaffen.

Teilzeitarbeit und höhere Löhne im Fokus

In fast allen Branchen setzt die Mehrheit der befragten Firmen auf Teilzeitarbeit, mit einer Ausnahme: Industrieunternehmen. Nur in den wenigsten Fällen setzen diese «im Kampf gegen Fachkräftemangel» auf Teilzeitpensen.

Zu beobachten sind zudem Unterschiede beim Einsatz von spürbar höheren Löhnen. Während die Finanzbranche häufiger Lohnversprechen zur Rekrutierung neuer Mitarbeitenden nutzt, gewähren Firmen in Branchen wie dem Baugewerbe oder der IT Lohnerhöhungen in erster Linie der bestehenden Belegschaft, um diese auch langfristig ans Unternehmen zu binden.

Massnahmen von KMU gegen den Fachkräftemangel – für bestehende Mitarbeitende nach Branche



Massnahmen von Finanzdienstleistern, Gesundheits- und Sozialwesen und der Industrie gegen den Fachkräftemangel – für bestehende Mitarbeitende

Quelle: AXA KMU-Arbeitsmarktstudie 2024

Finanzdienstleister locken mit monetären Benefits

Unternehmen in der Finanzbranche setzen vergleichsweise umfassende Massnahmen zur Steigerung ihrer Attraktivität als Arbeitgeber um. Dabei sind bessere Benefits und höhere Löhne vor allem in der Rekrutierung beliebt. Um die aktuelle Belegschaft zu halten, setzen die Firmen weniger auf das Finanzielle, sondern verstärkt auf Teilzeitmöglichkeiten.

Im Gesundheits- und Sozialwesen setzt man auf Flexibilität

Im Gesundheits- und Sozialwesen spüren Unternehmen einen grossen Druck, konkrete Massnahmen umzusetzen, um neue Mitarbeitende anzuziehen und ihr Personal zu halten. Sie verlassen sich dabei in erster Linie auf eine flexible Arbeitsgestaltung und vermehrte Möglichkeiten, in Teilzeit zu arbeiten. Höhere Löhne kommen, insbesondere bei der Rekrutierung, sehr viel seltener zum Einsatz.

Weniger Handlungsdrang in der Industrie

Industrieunternehmen zeigen insgesamt die geringste Tendenz, etwas gegen den Fachkräftemangel zu unternehmen. Mehr als 40 Prozent der befragten Firmen haben bisher keine konkreten Massnahmen ergriffen – weder für die Rekrutierung noch um die Belegschaft zu halten.

Die Firmen, die Massnahmen treffen, setzen hauptsächlich auf bessere Benefits und höhere Löhne. Auffallend ist: Zum Halten der aktuellen Belegschaft sind rund doppelt so viele Unternehmen bereit, mehr Flexibilität bei der Arbeitsgestaltung zu gewähren, als bei der Rekrutierung von neuem Personal.

«Der Vergleich mit ähnlich grossen Unternehmen der eigenen Branche zahlt sich für KMU oft aus, um zu erkennen, in welche Massnahmen sie mehr investieren sollten. Und diese Alleinstellungsmerkmale sollten sie unbedingt aktiv kommunizieren.»

- Dr. Valerie Schröder, Postdoktorandin am Psychologischen Institut der Universität Zürich

Welche Faktoren machen mein KMU attraktiver?

Welche Massnahmen sollte mein KMU denn nun konkret ergreifen, um die Arbeitgeberattraktivität zu steigern? Um diese Frage zu beantworten, lohnt es sich, erneut die **Perspektive von Arbeitnehmenden einzunehmen**.

In der Befragung der AXA zum Thema Employer Branding werden deutliche Unterschiede zwischen den Generationen und Geschlechtern sichtbar:

- Ältere Arbeitnehmende freuen sich insbesondere über bessere Pensionskassenleistungen. Zudem legen sie im Vergleich zur jüngeren Generation noch mehr Wert darauf, dass sie ihren Job als sinnvoll ansehen.
- Unter 25-Jährige wünschen sich Arbeitgeber, die ihnen gute Weiterbildungsmöglichkeiten bieten und die Kosten für den öffentlichen Verkehr bezahlen.
- Für Arbeitnehmerinnen sind Lohngleichheit zwischen den Geschlechtern und flexible Teilzeitmodelle sehr wichtig.
- Männer bewerten dagegen Homeoffice-Möglichkeiten und einen familienfreundlichen Arbeitsplatz als sehr positiv. Ausserdem sind sie mehr als Frauen darauf bedacht, dass sie einen leistungsorientierten Lohn erhalten.

Es ist demnach zentral, die **Massnahmen zur Steigerung der Arbeitgeberattraktivität bestmöglich auf die Gruppe von Mitarbeitenden auszurichten**, die Sie mit Ihrem Unternehmen anziehen und halten möchten.

Damit das leichter von der Hand geht, haben wir im Folgenden die wichtigsten Erkenntnisse aus dem AXA Employer Branding Report zu vier Anspruchsgruppen (jüngere, ältere, weibliche und männliche Arbeitnehmende) in praktischen Steckbriefen für Sie zusammengefasst.

Wie arbeite ich am besten mit den Steckbriefen?

Nutzen Sie die Steckbriefe als Inspiration für mögliche Massnahmen zur Steigerung Ihrer Arbeitgeberattraktivität. Lassen Sie sich dabei jedoch nicht ausschliesslich von demografischen Daten leiten, sondern setzen Sie sich auch gezielt mit den Anforderungen Ihrer Mitarbeitenden auseinander:

- Werfen Sie einen Blick auf die **Rolle**, die Sie neu besetzen oder stärken möchten, und machen Sie sich konkret Gedanken, was diese attraktiv gestaltet.
- Holen Sie sich von den Mitarbeitenden Inputs dazu, wie sich **Ihr Unternehmen** bereits von der Konkurrenz abhebt und wo es möglicherweise noch Verbesserungspotenzial gibt.
- Lassen Sie auch **Ihre Branche** nicht ausser Acht: Wie auf Seite 8 erklärt, gibt es je nach Branche deutliche Unterschiede, was die Ausgestaltung der Massnahmen angeht.

Um sich ein bestmögliches Bild der Bedürfnisse in Ihrer Branche und Ihrem Betrieb zu verschaffen, lohnt es sich, direkt mit Ihren Mitarbeitenden zu sprechen. So finden Sie genau die Faktoren heraus, die **Ihr Unternehmen für Ihre Mitarbeitenden** zu einem attraktiven Arbeitsort machen, den sie auch als solchen weiterempfehlen.

Expertentipp von Tanja Altenburger, Head Employer Attractiveness bei der AXA

«Fühlen Sie regelmässig den Puls in Ihrem Unternehmen. Fragen Sie dazu bei bestehenden Mitarbeitenden: Würdet ihr uns weiterempfehlen? Seid ihr stolz, bei uns zu arbeiten? Fühlt ihr euch ausreichend gefördert? Seid ihr überlastet?»

Solche Umfragen sollten anonym erfolgen, damit die Mitarbeitenden möglichst wahrheitsgetreu antworten können. Nehmen Sie die Ergebnisse dann auch ernst und reagieren Sie mit entsprechenden Massnahmen.»



Was begeistert jüngere Arbeitnehmende (16-39 Jahre)?

Welche Massnahmen steigern die Arbeitgeberattraktivität?

Junge Arbeitnehmende lassen sich insbesondere durch folgende drei Massnahmen für ein Unternehmen begeistern:

- Faire Löhne und Lohngleichheit
- Flexible Arbeitszeiten und Homeoffice-Möglichkeiten
- Finanzielle Unterstützung bei Weiterbildungen

In kompetitiven Branchen können sich Unternehmen bei der jüngeren Generation mit einer **transparenten Lohngestaltung, Angeboten für die mentale Gesundheit** und einer **Du-Kultur** abheben. Arbeitgeber punkten zudem, wenn sie Vorteile wie die **Rückvergütung des Halbtax- oder des Generalabonnements** bieten, eine **überobligatorische Elternzeit** gewähren oder **Arbeitsmöglichkeiten im Ausland** anbieten.

Top-5-Kriterien bei der Arbeitgeberwahl

1. Tätigkeit an sich
2. Gehalt
3. Gute Work-Life-Balance
4. Unternehmenskultur und Arbeitsatmosphäre
5. Karriere- und Weiterbildungsmöglichkeiten

Quelle: AXA Employer Branding Report 2024

Stellensuche: Wo informieren sich jüngere Mitarbeitende?

Online-Jobplattformen sind für 50 Prozent der Befragten der wichtigste Informationskanal für junge Arbeitnehmende auf Stellensuche. Ergänzend dazu nutzen diese vor allem private und berufliche Netzwerke.

Unternehmen, die junge Arbeitskräfte noch besser erreichen wollen, sollten vor allem auf einen **anspruchsvollen Onlineauftritt** achten. Besonders bei den 16- bis 25-Jährigen haben jene Unternehmen einen Vorteil, die ihre Präsenz in den sozialen Medien pflegen.

«Junge Arbeitnehmende schätzen es darüber hinaus, wenn sie einen persönlichen Ansprechpartner haben und echte Einblicke in den künftigen Arbeitsalltag oder das zukünftige Team erhalten», sagt Daniela Grillo, Young-Talent-Managerin bei der AXA. «Wichtig ist aber: Die Kommunikation darf nicht anbiedernd wirken, sondern muss immer **authentisch bleiben** und zum Unternehmen passen.»

Gesund am Arbeitsplatz mit WeCare

Mit WeCare, dem Gesundheitsmanagement für Unternehmen, fördern Sie das Wohlbefinden Ihrer Angestellten im Büro und abseits des Arbeitsplatzes. Exklusiv für AXA Kundinnen und Kunden.

Mehr Infos auf [AXA.ch/wecare](https://www.axa.ch/wecare)

Was begeistert ältere Arbeitnehmende (40–55 Jahre)?

Welche Massnahmen steigern die Arbeitgeberattraktivität?

Ältere Arbeitnehmende schätzen insbesondere diese drei Massnahmen, wenn sie sich für einen Arbeitgeber entscheiden:

- Faire Löhne und Lohngleichheit
- Gute Pensionskassenleistungen
- Flexible Arbeitszeiten und Homeoffice-Möglichkeiten

Zusätzliche Pluspunkte sammeln Unternehmen bei dieser Anspruchsgruppe durch einen **verkehrsgünstigen Standort**. Ebenso zentral ist es, sinnvolle Aufgaben anzubieten, bei denen die älteren Arbeitnehmenden ihren reichen **Erfahrungsschatz einbringen** können. **Flexible Teilzeitmodelle** oder die Möglichkeit, **schrittweise in die Pensionierung** überzutreten, sowie ein **familienfreundliches Umfeld** können zudem ausschlaggebend sein, um diese Fachkräfte langfristig im Unternehmen zu halten und von ihrer Expertise zu profitieren.

Top-5-Kriterien bei der Arbeitgeberwahl

1. Tätigkeit an sich
2. Finanzielle Sicherheit (Arbeitsplatzsicherheit)
3. Work-Life-Balance
4. Unternehmenskultur und Arbeitsatmosphäre
5. Gehalt

Quelle: AXA Employer Branding Report 2024

Stellensuche: Wo informieren sich ältere Mitarbeitende?

Ältere Arbeitnehmende nutzen vor allem Online-Jobplattformen, um nach neuen Stellen zu suchen – über 50 Prozent der Umfrageteilnehmenden ab 40 Jahren greifen darauf zurück. Auch der Austausch mit privaten Kontakten und das berufliche Netzwerk sind wichtige Informationsquellen.

Unternehmen, die Ausschau nach erfahrenen Arbeitnehmenden halten, sind also gut beraten, **sich aktiv um ihren Onlineauftritt zu kümmern**. Interessant ist auch: 25 Prozent der Befragten nutzen gerne Zeitungsinserate, um sich über offene Stellen zu informieren. Eine klassische Anzeige in der Zeitung kann also bei der älteren Generation Wirkung zeigen.

«Die Positionierung auf den unterschiedlichen Kanälen sollte auf jeden Fall authentisch und glaubwürdig wirken», empfiehlt Tanja Altenburger, Head Employer Attractiveness bei der AXA. «Es ist besser, Sie bespielen weniger Kanäle, dafür aber jene, bei denen Sie es auch richtig gut machen können.»

Starke Vorsorge. Zufriedene Mitarbeitende.

Wettbewerbsvorteil Pensionskasse: Mit attraktiven Lösungen in der beruflichen Vorsorge heben Sie sich von der Konkurrenz ab und investieren in die Zukunft Ihrer Mitarbeitenden.

Mehr Infos auf [AXA.ch/pensionskasse](https://www.axa.ch/pensionskasse)

Was begeistert weibliche Arbeitnehmende?

Welche Massnahmen steigern die Arbeitgeberattraktivität?

Weibliche Arbeitnehmende stufen folgende Massnahmen von Unternehmen als besonders wirkungsvoll ein:

- Faire Löhne und Lohngleichheit
- Verkehrsgünstiger Standort
- Engagement für Gesellschaft und Umwelt

Indem sie Arbeitnehmerinnen **finanzielle Sicherheit** und einen **überobligatorischen Mutterschaftsurlaub** bieten, können KMU den entscheidenden Unterschied machen, um weibliche Fachkräfte zu gewinnen und langfristig zu binden. Ein weiteres Plus ist das aktive **Engagement für Diversität und Inklusion** im Unternehmen – ein Aspekt, der für viele Frauen zunehmend an Bedeutung gewinnt.

Top-5-Kriterien bei der Arbeitgeberwahl

1. Tätigkeit an sich
2. Gehalt
3. Work-Life-Balance
4. Unternehmenskultur und Arbeitsatmosphäre
5. Flexible Arbeitsmodelle, insbesondere Teilzeitmodelle

Quelle: AXA Employer Branding Report 2024

Stellensuche: Wie informieren sich weibliche Mitarbeitende?

Frauen informieren sich besonders häufig über Online-Jobplattformen. Diese werden von knapp 60 Prozent der Befragten als bevorzugter Kanal genannt. Zusätzlich legen sie grossen Wert auf den persönlichen Austausch mit ihrem Umfeld.

Möchte ein Unternehmen mehr weibliche Arbeitskräfte anziehen, so sollte es sich also in **beruflichen Netzwerken, einschliesslich Business-Plattformen wie LinkedIn, positionieren**. Zudem ist der Onlineauftritt eines Unternehmens für viele Frauen ein wichtiger Faktor, um sich ein umfassendes Bild vom potenziellen Arbeitgeber zu machen.

«Achten Sie in Ihrer Kommunikation auf eine gendergerechte Schreibweise, auch bei den Jobtiteln», unterstreicht Tanja Altenburger, Head Employer Attractiveness bei der AXA. «Denken Sie beim Verfassen der Inserate zudem bereits an Ihre Anspruchsgruppe. Möchten Sie weibliche Fachkräfte ansprechen, können Sie zum Beispiel in den Anforderungen mit den Soft Skills beginnen: So fühlen sich Frauen besser abgeholt.

Rekrutierungserfolge durch Nachhaltigkeit

Mit dem CO₂-Schnellrechner der AXA berechnen Sie den CO₂-Ausstoss Ihres KMU und erfahren, wie Sie Ihre betriebliche Effizienz und Wettbewerbsfähigkeit steigern können. So haben Sie im Recruiting ein weiteres Argument für Ihre Firma an der Hand.

Mehr Infos auf [AXA.ch/green-services](https://www.axa.ch/green-services)

Was begeistert männliche Arbeitnehmende?

Welche Massnahmen steigern die Arbeitgeberattraktivität?

Für männliche Arbeitnehmende sind es insbesondere die folgenden drei Massnahmen, die ein Unternehmen attraktiv machen:

- Flexible Arbeitszeiten und Homeoffice-Möglichkeiten
- Moderne technische Ausstattung und Tools
- Familienfreundlichkeit

Zusätzlich können Unternehmen bei männlichen Arbeitskräften durch attraktive Leistungspunkten, wie etwa **gute Pensionskassenkonditionen** oder **leistungsorientierte Bonussysteme**. **Sinnstiftende Aufgaben** und **klar definierte Karrierewege** sind ebenfalls ausschlaggebende Kriterien im Entscheidungsprozess. Unternehmen mit **gutem Ruf** und **internationaler Ausrichtung** haben bei männlichen Fachkräften zudem einen deutlichen Vorteil.

«Es ist ein schönes Zeichen, dass männlichen Fachkräften die Familienfreundlichkeit wichtig ist. Darauf sollten KMU unbedingt eingehen. Sie können zum Beispiel schauen, ob Sie einen überobligatorischen Vaterschaftsurlaub anbieten können, oder prüfen, wie viel Flexibilität Sie in puncto Arbeitspensen und Arbeitszeiten bieten möchten.»

Bei der AXA achten wir beispielsweise auf familienfreundliche Zeiten für Meetings. Das heisst: Wir planen keine grösseren oder regelmässigen Meetings vor 8.30 Uhr oder nach 17 Uhr.»

- Tanja Altenburger,
Head Employer Attractiveness bei der AXA

Stellensuche: Wie informieren sich männliche Mitarbeitende?

Mit etwa 50 Prozent Nennung sind Online-Jobplattformen die bevorzugte Informationsquelle für männliche Arbeitnehmende. Der Austausch mit privaten Kontakten spielt auch eine zentrale Rolle.

Um männliche Arbeitskräfte anzuziehen, sollte sich das Unternehmen **sowohl online als auch offline Präsenz verschaffen**. Denn für Männer sind der Onlineauftritt des Unternehmens und berufliche Netzwerke gleichbedeutend. Business-Plattformen wie LinkedIn werden von fast 30 Prozent der männlichen Befragten genutzt.

«Binden Sie bestehende Mitarbeitende aktiv in die Kommunikation nach aussen ein», rät Tanja Altenburger. «Über konkrete Vorbilder können Sie die Werte und Kultur Ihres Unternehmens erlebbar machen. Bei der AXA zum Beispiel teilen die Mitarbeitenden auf Onlinekanälen mit dem Hashtag #proudtobeaxa eigene Beiträge aus dem Arbeitsalltag.»

Top-5-Kriterien bei der Arbeitgeberwahl

1. Tätigkeit an sich
2. Gehalt
3. Work-Life-Balance
4. Finanzielle Sicherheit
5. Unternehmenskultur und Atmosphäre

Quelle: AXA Employer Branding Report 2024

Mit Arbeitgeberattraktivität bei Fachkräften punkten

Der Fachkräftemangel bleibt eine der grössten Herausforderungen für Schweizer KMU. Eine universelle Lösung zur Behebung des Fachkräftemangels gibt es nicht. KMU können jedoch **mit gezielten Massnahmen ihre Attraktivität als Arbeitgebende steigern**. Dabei gibt es deutliche Unterschiede zwischen den Generationen und Geschlechtern, die Unternehmen bei ihrer Strategie zur Steigerung der Arbeitgeberattraktivität berücksichtigen sollten.

Ehrlichkeit und Authentizität sowie ein **Fokus auf die Bedürfnisse Ihrer Anspruchsgruppen** und die Stärken und Möglichkeiten Ihres Unternehmens sind hierbei entscheidend. Insbesondere gilt es, Ihre bestehenden Mitarbeitenden aktiv einzubeziehen, um zu ermitteln, was Ihr Unternehmen im Vergleich zu anderen besonders attraktiv macht – und wo es gegebenenfalls Verbesserungspotenzial gibt.

Welche Herausforderung Ihr Geschäftsalltag auch mit sich bringt, bei der AXA stehen wir Ihnen als Partnerin jederzeit hilfreich zur Seite – mit passenden Versicherungslösungen und attraktiven Services.

Alle Informationen unter [AXA.ch/kmu-versicherung](https://www.axa.ch/kmu-versicherung)

Dezember 2024

Kontakt

AXA
General-Guisan-Strasse 40
8400 Winterthur
E-Mail: content@axa.ch
Website: www.axa.ch

Dieses Whitepaper entstand in Kooperation mit



Zu den Studien

AXA KMU-Arbeitsmarktstudie

Für die AXA KMU-Arbeitsmarktstudie befragte das Forschungsinstitut Sotomo 300 Schweizer KMU mit fünf und mehr Beschäftigten aus der deutsch- und französischsprachigen Schweiz. Die Datenerhebung erfolgte zwischen dem 05. und 13. Februar 2024 über das Unternehmenspanel von AmPuls [Mehr Infos zur Studie](#)

Zur AXA Employer Branding Studie

Für den AXA Employer Branding Report wurden 1012 arbeitstätige Personen zwischen 16 und 55 Jahren in der deutsch- und französischsprachigen Schweiz befragt. Die Datenerhebung erfolgte im März 2024.