



# JobCloud **Market Insights**

Eine verhaltensbasierte Studie des Schweizer Stellenmarktes  
in Zusammenarbeit zwischen der JobCloud AG und ZHAW

Ausgabe 2016



JobCloud  
**Market Insights**

[jobcloud.ch/market-insights](https://jobcloud.ch/market-insights)

## Inhaltsverzeichnis

5	—●	Einleitung
6	—●	Autoren
7	—●	Management Summary
8	—●	Branchen
14	—●	Berufsgruppen
16	—●	Hierarchiestufe/Anstellungsart
20	—●	Beschäftigungsart
22	—●	Demographie
28	—●	Tages-/Wochenzeit
31	—●	Verdeckte Ausschreibung
34	—●	Devices
36	—●	Top 15 Jobs
39	—●	Methodik

# Einleitung

Liebe Leserinnen, liebe Leser

Als führendes Unternehmen im digitalen Stellenmarkt verfügen wir bei JobCloud über ein grosses Datenvolumen und diskutieren immer wieder, wie wir dieses der Öffentlichkeit zur Verfügung stellen können. In diesem Jahr haben wir uns nun entschieden, unsere «Datenschatztruhe» zu öffnen und die Studie **JobCloud Market Insights 2016**, in Zusammenarbeit mit der ZHAW, zu lancieren. Sie gibt Hinweise über den Stellenmarkt, die für Sie nützlich sind. Anders als bei (Meinungs-)Umfragen, die immer einer gewissen Unschärfe unterliegen, basieren unsere Daten auf dem tatsächlichen Verhalten, welches wir auf unseren führenden Portalen jobs.ch und jobup.ch beobachten konnten. In dieser Verhaltensstudie wird der direkte Vergleich zwischen ausgeschrieben Inseraten und Klicks von Jobsuchenden ermöglicht.

Wir freuen uns, Ihnen die Erkenntnisse dieser Studie erstmals zugänglich zu machen und werden sie in Zukunft laufend wiederholen und erweitern, um zusätzliche Tendaussagen zu ermöglichen.

Wir wünschen viele interessante Insights!



**Renato Profico**  
CEO JobCloud AG

## Autoren dieser Studie



**Rebekka Hänggi**  
**Projektleiterin**  
JobCloud AG  
Content & Online  
Marketing Manager



**Prof. Dr. Frank Hannich**  
**Steering Committee**  
ZHAW  
Stv. Leiter Institut  
für Marketing Management,  
Leiter Fachstelle CRM



**Dr. Nicoline Scheidegger**  
**Human Capital Expertin**  
ZHAW  
Dozentin am Zentrum für  
Human Capital Management



**Patrick Bissig**  
**Projektleiter**  
ZHAW  
Wissenschaftlicher Mitarbeiter  
am Institut für  
Marketing Management



**Fanny Comba**  
**Projektmitglied**  
JobCloud AG  
Content & Online  
Marketing Manager



**Mara Pasquali**  
**Steering Committee**  
JobCloud AG  
Chief Marketing Officer



**Rafael Domeisen**  
**Datenanalyst**  
ZHAW  
Wissenschaftlicher Assistent  
am Institut für  
Marketing Management



**Dr. Roger Seiler**  
**Data Scientist**  
ZHAW  
Dozent am Institut  
für Marketing Management

## Management Summary

Die Studie **JobCloud Market Insights 2016** bietet durch die vorhandene Datenfülle einen einzigartigen Überblick und Einblick über den Schweizer Stellenmarkt. Erstmals wird das tatsächliche Verhalten von Jobsuchenden und Ausschreibenden in der Schweiz vergleichbar. Grundlage der Studie sind die Inserate auf jobs.ch und jobup.ch, die darauf getätigten Klicks von Jobsuchenden sowie über 800'000 anonymisierte Stellensuchprofile. JobCloud möchte mit dieser Studie in Zusammenarbeit mit der ZHAW HR-Experten, aber auch der Schweizer Wirtschaft insgesamt einen Mehrwert bieten.

Die Studie macht Inserate (Angebot) und Klicks (Nachfrage) zwischen den verschiedenen Branchen und Berufsgruppen vergleichbar und zeigt Hinweise auf Fach-

kräftemangel auf. So übersteigt das Angebot die Nachfrage in der Deutschschweiz (D-CH) deutlich im **Gesundheitswesen** und in der **IT-/Telekommunikationsbranche**, in der Westschweiz (W-CH) in der Baubranche. Auf eine hohe Nachfrage schweizweit treffen die Branchen **Detail-/Grosshandel** und **Bildungswesen**. Vergleicht man die Berufsgruppen, ist der **Fachkräftemangel** in der D-CH bei **Medizin/Pflege**, in der W-CH bei **Bau/Engineering** am stärksten sichtbar. **Teilzeitstellen** sind vor allem ab 40% Beschäftigungsgrad begehrt. Auf Führungsebene unterscheidet sich das Verhältnis Inserate- zu Klickanteil nicht zwischen Voll- und Teilzeit.

Die Analyse der anonymisierten Stellenprofile zeigt, welche Personengruppen wonach suchen. Die aktivste Jobsuche

findet zwischen 31 und 40 Jahren statt und deutlich mehr Männer hinterlegen ein Stellensuchprofil, wobei diese im Durchschnitt auch deutlich mehr Aufmerksamkeit der Recruiter auf sich ziehen.

Wie und wann Stellen ausgeschrieben und gesucht werden, zeigt beträchtliche Abweichungen zwischen dem Rhythmus von Jobsuchenden und Recruitern. Ein hoher Anteil der Jobsuchvorgänge findet dabei während der Arbeitszeiten statt, wobei mit Mobilgeräten eher gestöbert wird und vom Desktop aus die Stellen dann genauer angeschaut werden.

Viele Annahmen über den Schweizer Stellenmarkt können nun mit Fakten belegt und manche neue Erkenntnis gewonnen werden.

## Nicht jede Branche stösst auf gleiches Interesse

Im untersuchten Zeitraum wurden für die Deutschschweiz über 22'000 Inserate sowie mehr als 13 Mio. Klicks ausgewertet. In der Romandie, wo im Verhältnis zum Angebot mehr Klicks getätigt werden, wurden über 8'000 Inserate und 11 Mio. Klicks untersucht. In den folgenden Grafiken

wird der Inserateanteil pro Branche am Inseratetotal und der Klickanteil pro Branche an den Totalklicks gegenübergestellt. Überwiegt der Inserateanteil einer Branche dessen Klickanteil, finden wir einen Hinweis auf einen Fachkräftemangel. Industrie, Baugewerbe und Dienstleistungssektor bilden

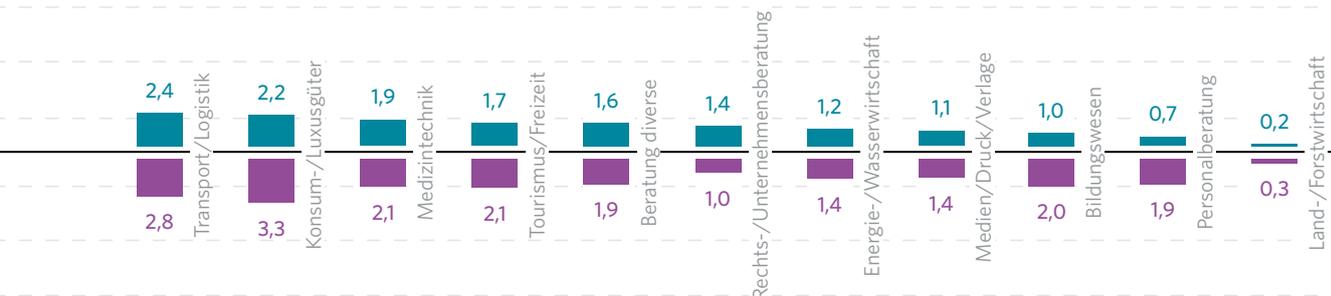


den grössten Arbeitsmarkt. In diesen Branchen werden über beide Sprachregionen gesehen am meisten Arbeitskräfte gesucht.



## D-CH

■ Inserate (Angebot)  
■ Klicks (Nachfrage)



n Inserate: 22'646 | n Klicks: 13'079'883 | Juni 2016, Basis D-CH

Nicht jede Branche ist gleich beliebt. Während der Inserate- und der Klickanteil in vielen Branchen im Verhältnis gut übereinstimmt, zeigen sich bei einigen Branchen deutliche Unterschiede.

Auf grosses Interesse und somit einen höheren Klickanteil stossen in der Deutsch- und Westschweiz der **Detail- und**

**Grosshandel** und das **Bildungswesen**. In der Deutschschweiz geniesst zusätzlich die **Konsum- und Luxusgüterindustrie** eine hohe Aufmerksamkeit, in der Westschweiz die **öffentliche Verwaltung** und die **Dienstleistungsbranche**.

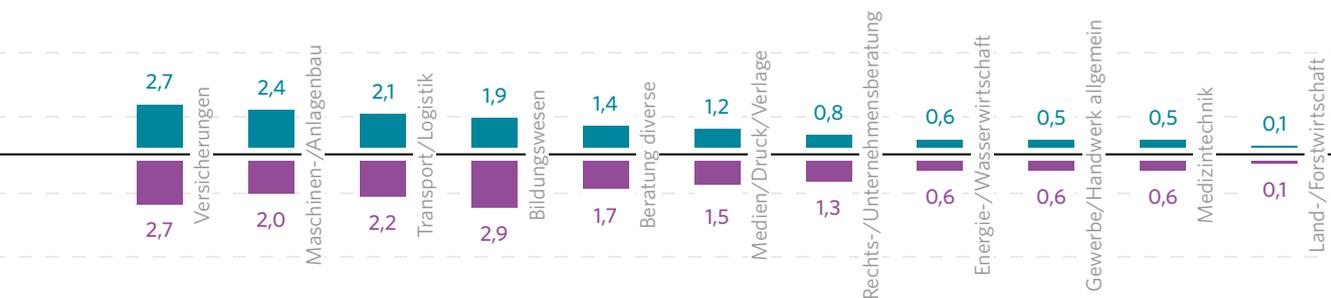
In einigen Branchen verhält es sich umgekehrt – hier übersteigt das Angebot die Nachfrage, was auf den **Fachkräftemangel**



hindeutet. In der Deutschschweiz betrifft dies das Gesundheitswesen und die IT-/Telekommunikationsbranche, in der Westschweiz die Baubranche.

## W-CH

■ Inserate (Angebot)  
■ Klicks (Nachfrage)



n Inserate: 8'053 | n Klicks: 11'014'922 | Juni 2016, Basis W-CH

**«Eine spannende Erkenntnis der Studie ist, dass die Jobsuche und das Klickverhalten von Arbeitssuchenden nicht zwingend mit der Arbeitslosenquote korrespondiert.**

**Im Bildungsbereich beispielsweise, der kaum von Arbeitslosigkeit betroffen ist, sind offene Stellen sehr gefragt und erhalten eine hohe Aufmerksamkeit.»**

**«Gründe, warum gewisse Branchen wie beispielsweise der Detail-/Grosshandel so überproportional nachgefragt werden, sind vielschichtig und liegen in der Beschaffenheit der Branche. So hat im Beispiel Detail-/Grosshandel die Mehrheit der Erwerbstätigen eine Ausbildung auf der Sekundarstufe II (Lehre) oder auch bloss die obligatorische Schule besucht.\* Die Eintrittsbarrieren für Jobs in dieser Branche sind also eher tief – dies zieht mehr Jobsuchende an. Zudem sind Teilzeitstellen und Wiedereinstiege nach Pausen besser möglich.»**

Renato Profico, JobCloud AG

\* Schweizerische Arbeitskräfteerhebung 2016

## Fachkräftemangel in der Berufsgruppe Informatik und Bau/Engineering

Bei den Berufsgruppen zeigen sich markante Unterschiede zwischen Inserate- und Klickanteil in der Deutsch- und der Westschweiz.

In der Deutschschweiz werden am meisten Stellen in der Berufsgruppe **Informatik/Telekommunikation** ausgeschrieben, die aber verhältnismässig wenig geklickt werden.

Fachkräftemängel in dieser Berufsgruppe sowie in **Bau/Engineering** und **Medizin/Pflege** werden in der Deutschschweiz deutlich sichtbar.

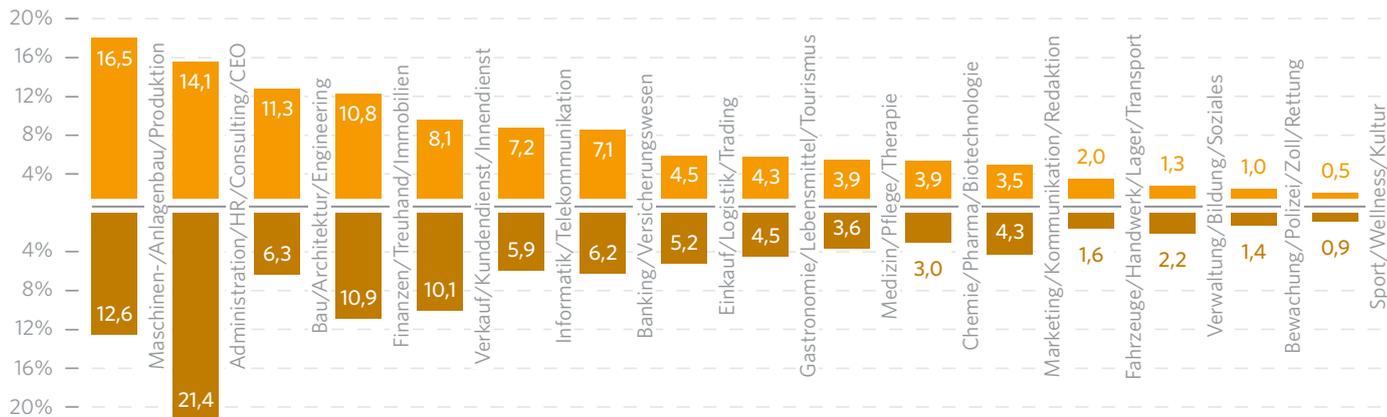
In der Deutsch- wie Westschweiz werden anteilmässig am meisten Klicks auf Stellen in Berufen von **Administration/HR/Consulting/CEO** erreicht, wo sich wohl auch viele Personen



n Inserate: 19'896 | n Klicks: 16'118'997 | Juni 2016, Basis D-CH

auf dem Arbeitsmarkt befinden. In der Westschweiz werden anteilmässig am meisten Stellen in den Berufsgruppen **Maschinen-/Anlagenbau/Produktion und Administration/HR/Consulting/CEO** ausgeschrieben, aber verhältnismässig weniger geklickt. Ein hohes Angebot an Stellen bei anteilmässig geringer Klickzahl zeigt sich in den Berufsgruppen

**Maschinen-/Anlagenbau/Produktion und Bau/Engineering**, was auf einen Fachkräftemangel hinweist.

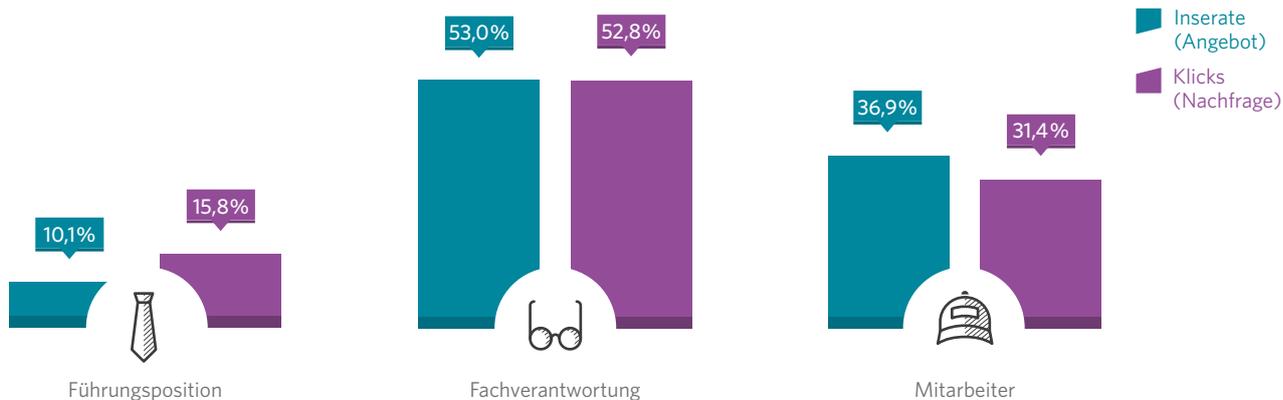


n Inserate: 11'232 | n Klicks: 17'079'146 | Juni 2016, Basis W-CH

## Hierarchiestufen: der Reiz der Führungsposition

Die Mehrheit der untersuchten Inserate bietet eine Arbeitstätigkeit mit **Fachverantwortung** an. Der Anteil am Inserate- bzw. am Klicktotal ist mit etwas über 50% geradezu identisch. Gut jedes zehnte Inserat betrifft eine Position mit Führungsverantwortung.

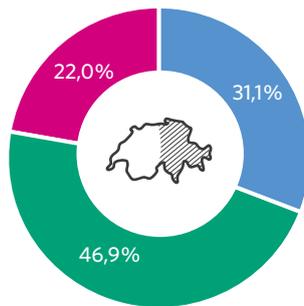
Jobsuchende wollen sich bei ihrem Stellenwechsel hierarchisch verbessern: Sie reizt die Führungsposition. Diese werden im Verhältnis zu den geschalteten Inseraten viel häufiger geklickt. Demgegenüber finden Stellen **ohne Führungs- und ohne Fachverantwortung** weniger Beachtung im Verhältnis zum Angebot.



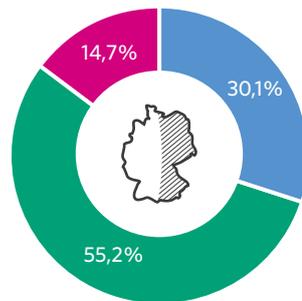
## Führungspositionen werden vor allem aus der Schweiz geklickt

Aus der Schweiz wird im Verhältnis mehr auf **Führungsstellen** geklickt als aus dem Ausland. 22% der Klicks aus der Schweiz entfallen auf eine entsprechende Position, während aus Deutschland weniger als 15% und aus dem übrigen Ausland weniger als 12% der Klicks Führungspositionen betreffen.

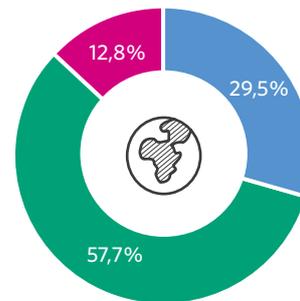
Hingegen ist die Nachfrage aus dem Ausland nach **fachspezifischen Positionen** höher. Das passt zur Schweiz, wo immer noch eine Pull-Migration herrscht. Ausländer kommen her, weil die Wirtschaft sie braucht. Das ist am ehesten in fachspezifischen Jobs der Fall.\*



Schweiz



Deutschland



Andere

-  Führungsposition
-  Fachverantwortung
-  Mitarbeiter

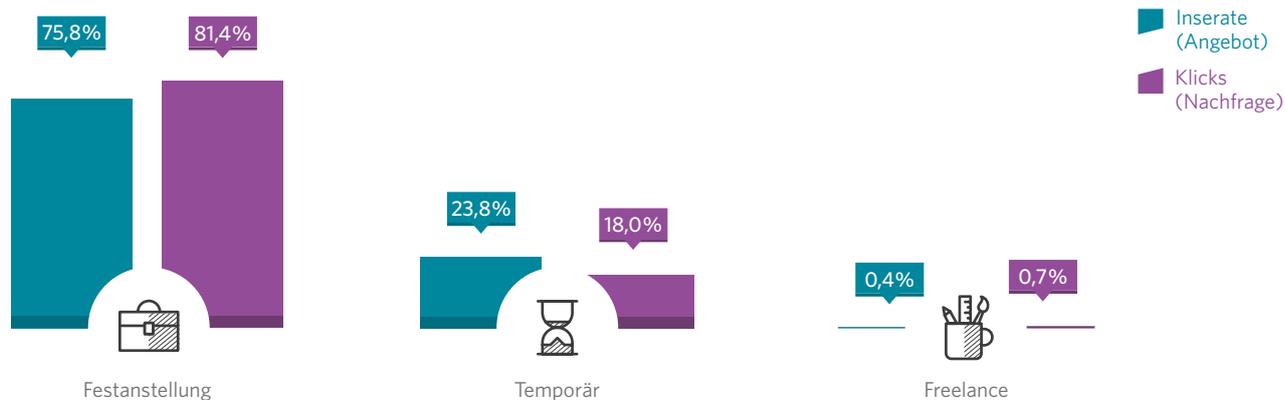
n Klicks: 2'688'534 | Juni 2016, Basis D-CH

\* Avenir Suisse, 2016

## Temporärstellen geniessen geringere Aufmerksamkeit

Jobsuchende bevorzugen eine **Festanstellung**. Es werden auch die meisten Inserate als Festanstellung ausgeschrieben. Die Nachfrage nach einer Festanstellung ist aber verhältnismässig höher als das Angebot. Über 23% der Inserate werden als **Temporärstellen** ausgeschrieben. Die Aufmerksamkeit für diese befristeten Stellen ist mit knapp 18% der Klicks geringer.

Zum Vergleich: In der Schweiz hat jeder achte Arbeitnehmende, sprich 13,6%, eine befristete Stelle.\* Im untersuchten Zeitraum wurden also mehr befristete Stellen ausgeschrieben als verhältnismässig geklickt wurden, was auf eine Unsicherheit der Unternehmen auf die politischen Geschehnisse in jüngster Zeit deuten könnte.



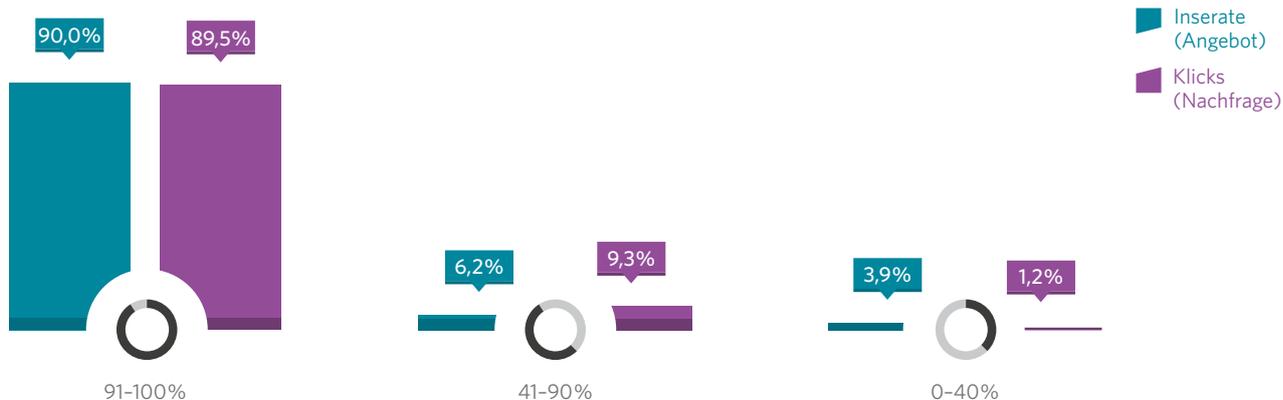
n Inserate: 7'964 | n Klicks: 10'649'201 | Juni 2016, Basis W-CH

**«JobCloud hat uns für diese Studie in ihre in der Schweiz einzigartige Datenschatztruhe schauen lassen. So ist es erstmals möglich, tatsächliches Verhalten von Jobsuchenden und Ausschreibenden direkt zu vergleichen. Das liefert viel genauere Ergebnisse als eine Studie, die sich auf das Gedächtnis der Befragten verlassen muss.»**

## Ab 40% Beschäftigungsgrad sind Teilzeitstellen begehrt

In den meisten Inseraten werden **Vollzeitstellen** ausgeschrieben. Der Anteil der Inserate mit Vollzeitstellen im Beobachtungszeitraum dieser Studie ist höher als heute Arbeitnehmende effektiv beschäftigt sind (Total Vollzeit 63,7% bzw. Männer 83,6%, Frauen 41,3%\*). Ein möglicher Grund könnte sein, dass **Teilzeitstellen** verhältnismässig stark auch «unter der Hand» rekrutiert werden. Vor allem Teilzeitstellen

mit einem Beschäftigungsgrad von 41% bis 90% erfahren hohe Aufmerksamkeit: Der Klickanteil übertrifft das geringe Angebot. Ein geringer Anstellungsgrad unter 40% erhält im Verhältnis weniger Klicks. Im untersuchten Zeitraum wurden kaum Teilzeitstellen ausgeschrieben. Heute sind jedoch 24,5% der Frauen und 6,1% der Männer in der Schweiz unter 50% beschäftigt.\*



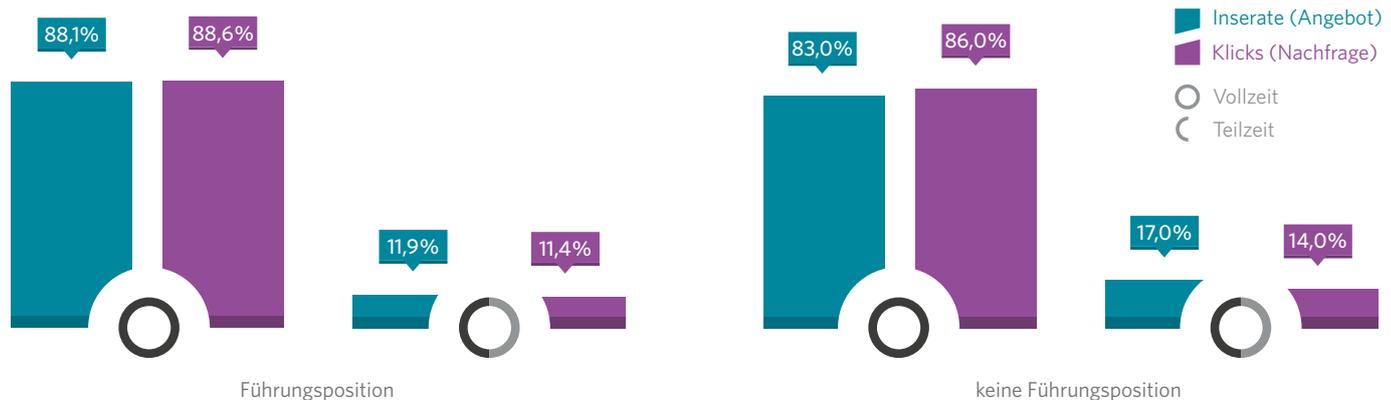
n Inserate: 8'397 | n Klicks: 11'180'601 | Juni 2016, Basis W-CH

## Wenig Teilzeit auf Führungsebene

Schulden Führungskräfte die volle Arbeitskraft oder nehmen Teilzeitstellen zu?

Es werden immerhin knapp 12% der Inserate für Führungskräfte als Teilzeitstellen ausgeschrieben. Für Jobs ohne Führungsverantwortung werden jedoch mehr Stellen Teilzeit

insetiert. Auf Führungsstufe unterscheidet sich das Verhältnis Inserate- zu Klickanteil nicht zwischen Voll- und Teilzeit. Bei Positionen ohne Führungsverantwortung war die Nachfrage nach Teilzeit im Beobachtungszeitraum verhältnismässig etwas geringer als das Angebot.



Führungspositionen: n Inserate: 3'661 | n Klicks: 7'582'753 | Keine Führungsposition: n Inserate: 3'877 | n Klicks: 7'852'842 | Juli 2015 - Juni 2016, Basis W-CH

## Profile der Männer erhalten von Recruitern höhere Aufmerksamkeit

Jobsuchende Männer haben öfters hinterlegte Profile als Frauen: 56% der Profile stammen von Männern, gut 44% von Frauen. Jedoch suchen Frauen häufiger das Jobportal auf: 55% der Besuche stammen von Frauen, 45% von Männern.\* Auf der Seite der Recruiter zeigt sich offensichtlich eine Vorliebe für männliche Profile: Diese werden nämlich im

Durchschnitt 31 mal angeklickt, Profile von Frauen bloss 16 mal. Gründe können vielseitig sein: Entweder passen Kompetenzen, Erfahrungen und Ausbildungshintergründe von Männern besser zu den offenen Stellen oder in die Bereiche, wo Recruiter Direct Search betreiben, sind Männerdomänen. Oder verkaufen sich Männer besser?



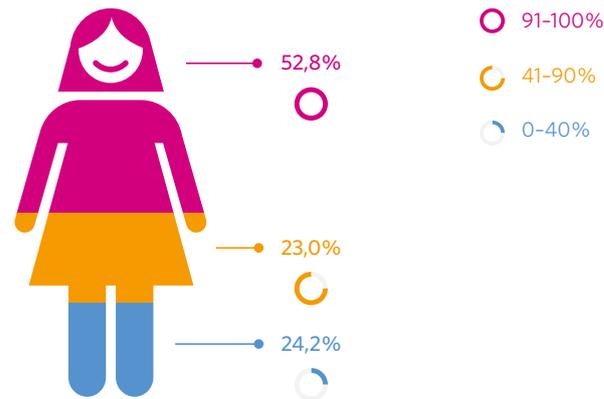
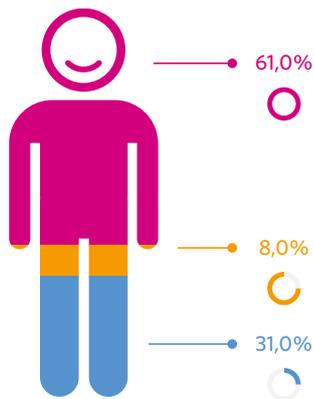
Durchschnittliche Klicks auf Profile: n Frau: 59'810 | n Mann: 75'468 | Stand Juni 2016, Basis W-CH

## Über die Hälfte der Frauen sucht eine Vollzeitstelle

Personen, die ein Profil hinterlegen, können ihren gewünschten **Beschäftigungsgrad** nennen.

Männer suchen überwiegend nach einer Vollzeitstelle – oder aber dann ganz im Gegenteil nach einem geringen Beschäftigungsgrad.

Über die Hälfte der Frauen sucht eine Vollzeitstelle. Teilzeitstellen mit Beschäftigungsgrad zwischen 41 und 90% werden überwiegend von Frauen gesucht.

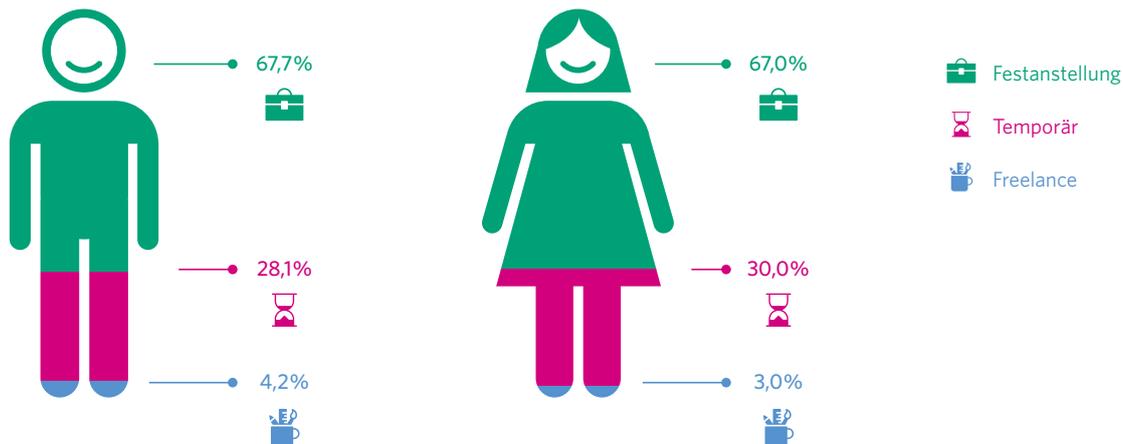


Profil: n Frau: 102'010 | n Mann: 156'373 | Stand Juni 2016, Basis W-CH

## Für Frau wie Mann ist klar: Engagement auf Zeit? Nein danke!

Personen, die ein Profil hinterlegen, können ihre gewünschte **Anstellungsart** nennen. Für beide Geschlechter ist eine Festanstellung attraktiver als eine Temporärstelle.

Männer können sich ein Engagement als Freelancer eher vorstellen als Frauen. Für Frauen kommt eine Temporärstelle eher in Frage als für Männer.



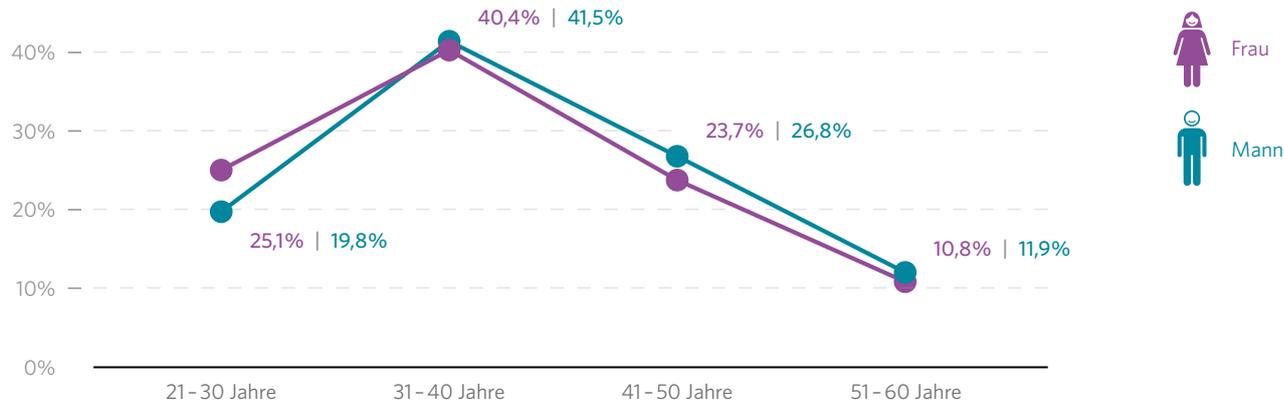
**«Die Studie bietet ein spannendes Beispiel von möglichen Erkenntnissen aus einem sehr grossen Datensatz. Durch das anonymisierte Erfassen jedes Nutzers, der auf die Plattformen zugreift, kann ein umfassendes Bild über die User im Erhebungszeitraum präsentiert werden.»**

## Aktivste Jobsuche zwischen 31 und 40 Jahren

Die meisten Profile werden von Personen im Alter von 31–40 Jahren erstellt, obwohl der Anteil dieser Alterskategorie an der Erwerbsbevölkerung viel geringer ist. Dies zeigt die aktive Suche dieser Alterskategorie nach neuen Stellen und beruflichen Herausforderungen. In der Kategorie 21–30 Jahre fallen vor allem die Frauen als sehr aktiv auf. Sie haben häufiger ein Profil als Männer.

Schweizer Arbeitsmarkt (SAKE, 2. Quartal 2016):  
Erwerbsbeteiligung nach Altersgruppen

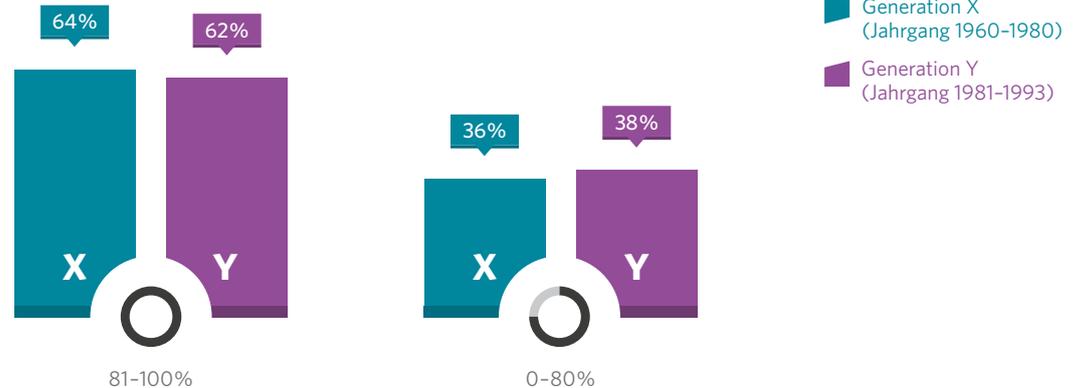
- 15–24 Jahre: 12% (6% Frauen, 6% Männer)
- 25–39 Jahre: 32% (15% Frauen, 17% Männer)
- 40–54 Jahre: 35,6% (16,4% Frauen, 19,2% Männer)
- 55–64 Jahre: 16,4% (7,5% Frauen, 8,9% Männer)



Profile: n Frau: 63'355 | n Mann: 78'761 | Stand Juni 2016, Basis W-CH

## Work-Life-Balance für die Generation Y? – Fehlanzeige!

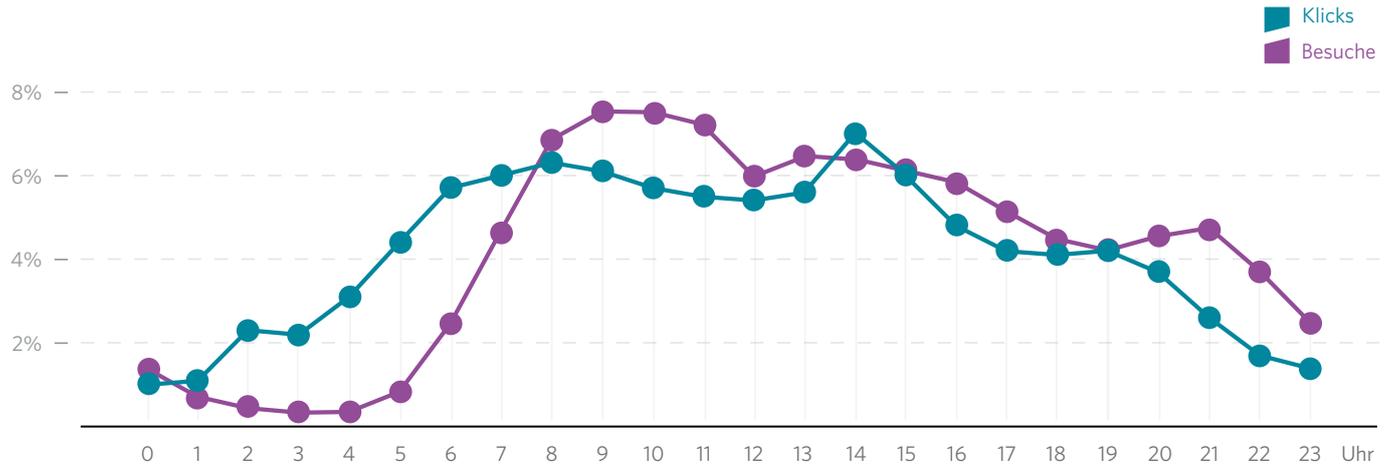
Arbeitnehmende der Generation Y wünschen nicht häufiger eine Teilzeitstelle als die Generation X. Die Mehrheit der Profilbesitzer wünscht sich eine Vollzeitstelle.



Profile: n GenY: 426'284 | n GenX: 378'062 | Stand Juni 2016, Basis W-CH

## Tageszeit: Nach dem Mittag zur neuen Stelle

Die Stellensuche findet überwiegend während der Arbeitszeit statt. Am Feierabend wird viel weniger gestöbert und geklickt als während der Bürozeiten. Die Besuche auf dem Jobportal sind zwischen am 9:00 und 11:00 Uhr am höchsten, auf die Inserate geklickt wird aber am häufigsten um 14:00 Uhr.



n Klicks: 13'246'658 | n Besuche: 2,5 Mio. | Juni 2016, Basis D-CH

**«Am Morgen bei Arbeitsbeginn beginnt die Jobsuche, denn die Anzahl an Besuchen ist während des Vormittags am höchsten. Nach der Mittagspause folgt der zweite Peak, wo dann auch sehr häufig auf Inserate geklickt wird. Am Wochenende wird wieder weniger gesucht.**

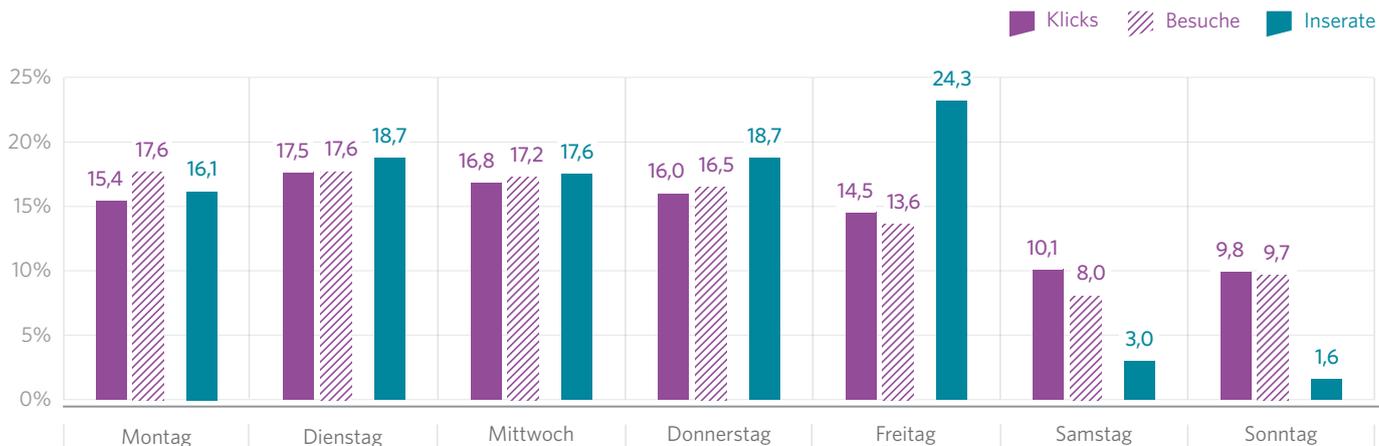
**Die Jobsuche ist während der Ausübung des Jobs ein relevantes Thema und verliert während der Freizeit an Dringlichkeit.»**

## Ausgeschrieben am Freitag, geklickt am Dienstag

Auch die Analyse nach **Arbeitstagen** zeigt: Die Jobsuche findet vor allem unter der Woche statt und nicht am Wochenende in der Freizeit. Montags und dienstags wird das Jobportal am stärksten besucht, dabei wird vor allem am Dienstag am intensivsten auf Inserate geklickt. Das Bedürfnis aktiv zu werden, scheint also hier am stärksten.

Recruiter auf der anderen Seite schreiben die Vakanzen am häufigsten freitags aus.

Im Vergleich mit dem geringen Angebot an neu aufgeschalteten Inseraten, übertreffen die Klicks am Wochenende das Angebot um ein Vielfaches.



n Inserate: 30'388 | n Klicks: 11'404'547 | n Besuche: 2,5 Mio. | Juni 2016, Basis D-CH

## Unternehmen wollen sich bei Führungspositionen nicht verstecken

Unternehmen chiffrieren in erster Linie nicht Inserate für Führungspositionen, sondern für Mitarbeitende. 47% der chiffrierten Stellen sind auf Stufe «Mitarbeitende» und lediglich 9% auf Stufe «Führungsposition».

Im Verhältnis klicken jedoch Führungspersonen (oder solche, die es noch werden wollen) öfters auf entsprechende Führungspositionen.



n Inserate: Chiffre: 445 | n Klicks: 98'692 | Juni 2016, Basis D-CH

## Branchen wie Chemie/Pharma und Konsum-/Luxusgüter schreiben verdeckt aus

Nur ein kleiner Teil (2%) der Inserate wird chiffriert ausgeschrieben.

In den Branchen Chemie/Pharma, Konsum- und Luxusgüter sowie in der Personalberatung wird häufiger verdeckt aus-

geschrieben. In den Branchen Dienstleistungen, Informatik/Telekommunikation und Banken/Finanzinstitute wird sehr selten chiffriert ausgeschrieben. Die Versicherungsbranche kennt keine verdeckten Ausschreibungen.



 Inerate Total  
 Chiffre



n Inerate Total: 22'646 | n Inerate Chiffre: 445 | Juni 2016, Basis D-CH

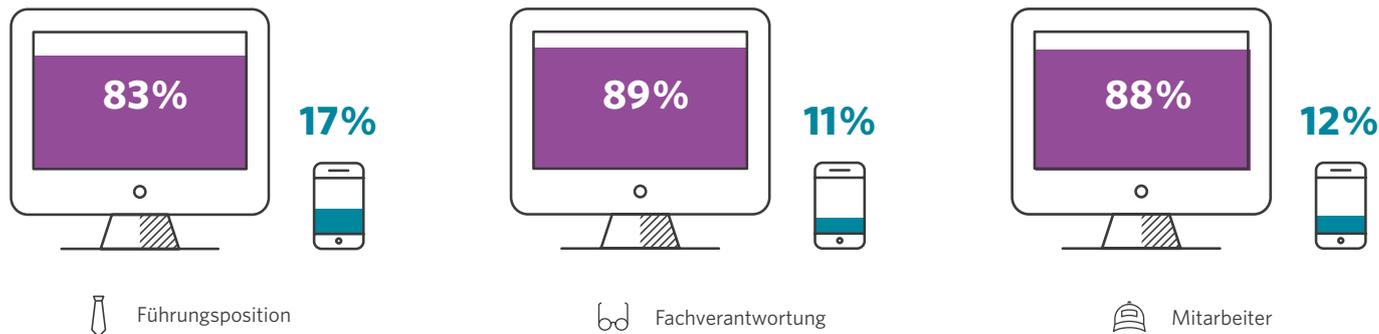
## Gestöbert wird mobil, geklickt auf Desktop

Der Zugriff auf die Portale jobs.ch und jobup.ch erfolgt bereits zur Hälfte über **mobile Endgeräte**.\*

Auf die Inserate geklickt wird noch überwiegend über den Desktop - zu den üblichen Arbeitszeiten. Führungskräfte

klicken Inserate häufiger mit mobilen Geräten an als Mitarbeitende anderer Hierarchiestufen.

In dieser Analyse berücksichtigt sind die Zugriffe bzw. Klicks auf die Website, nicht diejenigen auf die Apps.



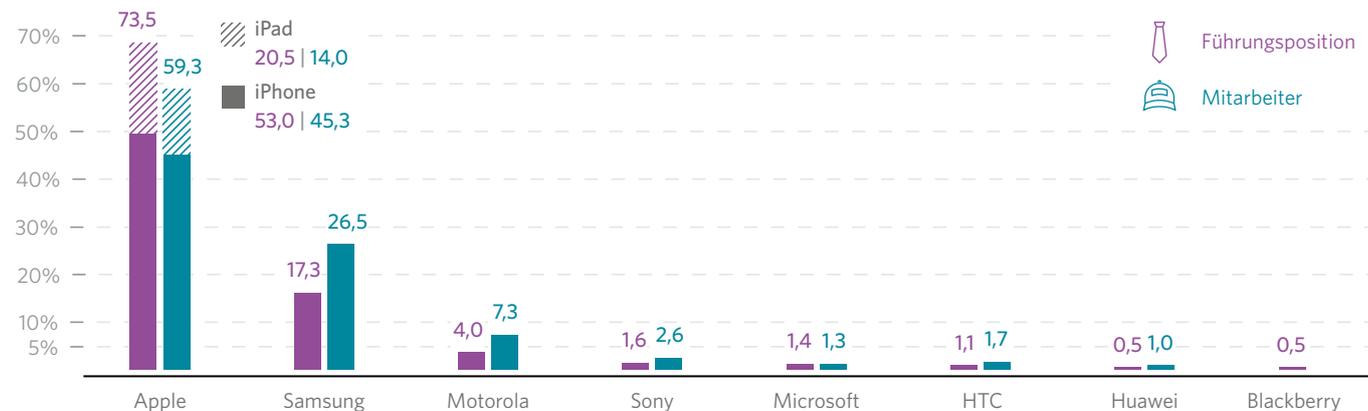
n Klicks Führungskraften: 560'910 | n Fachverantwortung: 1'875'555 | n Mitarbeiter: 1'104'072 | Juni 2016, Basis D-CH

## Mobile Geräte: Kaderleute setzen auf Apple

Führungskräfte bzw. solche, die eine Führungsposition suchen, benutzen **Apple-Geräte**, sofern sie mobil eine Stelle suchen. Weit über 50% benutzen das iPhone, über 20% benutzen das iPad. Führungskräfte nutzen Apple-Geräte häufiger als der Durchschnitt. Nicht-Führungskräfte benutzen für die mobile

Jobsuche nach dem iPhone vor allem Samsung. Das Blackberry ist ein Auslaufmodell.

Die Schweiz ist nach wie vor ein Apple-Land. Die Verbreitung mobiler Betriebssysteme im 2016 liegt bei 60% iOS (Apple) und 37% Android.\*



n Klicks Führungspositionen: 74'988 | n Keine Führungspositionen: 2'979'627 | Juni 2016, Basis D-CH

\* [statista.com/infografik/5731/verbreitung-mobiler-betriebssysteme-schweiz](http://statista.com/infografik/5731/verbreitung-mobiler-betriebssysteme-schweiz)

## Die beliebtesten Jobs stammen aus der Branche Chemie/Pharma

Die Rangliste der 30 beliebtesten Stellenanzeigen über die Deutsch- und Westschweiz (Top 15) führt mit sechs Inseraten die Branche **Chemie/Pharma** an. Im gesamten Branchenvergleich nach Anteil Klicks bewegt sich Chemie/Pharma im vorderen Bereich: In der Deutschschweiz an achter Stelle,

in der Romandie an zwölfter (von 23 Branchen). Die Branche **Industrie** ist in den Top 15 mit vier Inseraten vertreten. Im Branchenvergleich zu Beginn der Studie erlangt diese Branche anteilmässig am meisten Klicks - in der Deutschschweiz in der Westschweiz.



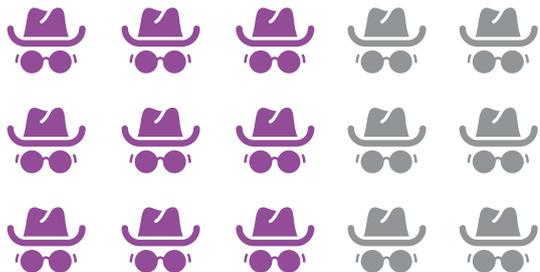
n Klicks D-CH: 13'246'658 | n Klicks W-CH: 11'014'922 | Juni 2016, Basis D-CH/W-CH

**«Dass auf mobilen Endgeräten eher *gestöbert* und auf Desktop mehr geklickt wird, ist ein Phänomen, welches auch andere Classifieds/Rubriken (Auto, Immo) beobachten. Genauso wie in vielen Onlineshops schaut man sich auf der Mobile-Version um, der tatsächliche Kauf bzw. die tatsächliche Handlung erfolgt dann aber auf Desktop.»**

## Arbeitgeber muss nicht zwingend ersichtlich sein, damit geklickt wird

### Deutschschweiz

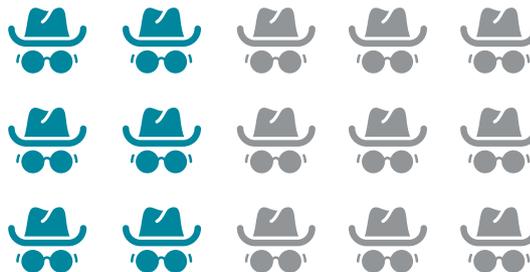
9 von 15 Arbeitgebern sind nicht auf den ersten Blick – also auf der Trefferliste – ersichtlich, trotzdem wird auf deren Stelleninserate geklickt. Ein Grund, wieso Arbeitgeber nicht direkt ersichtlich sind, ist z.B. die Ausschreibung über Personalvermittler oder via Chiffre.



9 / 15

### Romandie

In der Romandie hingegen sind 6 von 15 Arbeitgebern in der Top 15 nicht ersichtlich, trotzdem wird auf deren Stelleninserate geklickt.



6 / 15

## Methodik der Studie

Die vorliegende Studie beruht auf Daten der JobCloud AG. Die Zusammenführung der Daten der beiden führenden Jobportale jobs.ch und jobup.ch in der Deutsch- bzw. Westschweiz deckt einen beachtlichen Teil des digitalen Schweizer Stellenmarktes ab – sowohl auf der Angebots- als auch auf der Nachfrageseite.

Die vorliegende Studie ist eine in der Schweiz bisher einzigartige Beobachtungsstudie. Statt Meinungen und Absichten wurde das tatsächliche Verhalten bei Jobsuche und Stellenausschreibung untersucht und dabei Nachfrage und Angebot gegenübergestellt. Entsprechend der Perspektive im HR-Marketing wurden die Jobsuchenden bzw. deren Klicks und Besuche gesamthaft als Nachfrage be-

zeichnet und Stellenausschreibungen gesamthaft als Angebot. Die Werte wurden für den Beobachtungszeitraum Juni 2016 erhoben, was einer sehr grossen Datenmenge entspricht.

Ziel der Studie sind nicht Erkenntnisse über einzelne Unternehmen oder Personen. Deshalb wurden Unternehmens- und Personendaten vor der Bearbeitung und Auswertung anonymisiert, soweit sie nicht von vornherein anonymisiert vorlagen.

Im Einzelnen wurden folgende Datensätze in die Studie einbezogen:

### Stellenausschreibungen Juni 2016

n = Deutschschweiz	24'040
Romandie	8'053

### Anzahl Klicks auf Stelleninserate Juni 2016

n = Deutschschweiz	13'246'658
Romandie	11'014'922

### Anonymisierte Stellensuchprofile Juni 2016

n = Deutschschweiz	keine Erhebung
Romandie	804'346

Die Beobachtungsdaten wurden durch das Autorenteam aus dem Human Capital Management und Marketing sowie ausgewählten Experten der JobCloud AG bearbeitet, ausgewertet und interpretiert.

**JobCloud AG**

Carmenstrasse 28  
8032 Zürich

**+41 44 254 69 00**  
info@jobcloud.ch

**JobCloud SA**

Rue Eugène-Marziano 25  
1227 Les Acacias

**+41 22 707 14 00**  
client@jobcloud.ch



**[www.jobcloud.ch](http://www.jobcloud.ch)**

Der direkte Weg zu passenden Mitarbeitenden  
L'accès direct à vos futurs collaborateurs