JobCLOUD
jobs.ch | jobup.ch

zh aw School of Management and Law

JobCloud
Market Insights

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

Stand November 2017

JobCloud
Market Insights

jobcloud.ch/market-insights

Inhaltsverzeichnis

3 Einleitung
4 Autoren
5 Management Summary
6 Branchen
10 Berufsfelder
13 Hierarchiestufe/Anstellungsart
16 Beschäftigungsgrad
18 Demographie
24 Verdeckte Ausschreibung
26 Tages-/Wochenzeit
29 Devices
31 Top 15 Jobs
33 Textanalyse
38 Methodik

Einleitung

Liebe Leserinnen, liebe Leser

Im letzten Jahr haben wir die Studie JobCloud Market Insights in Zusammenarbeit mit der ZHAW lanciert. Darin analysieren wir verschiedene Aspekte aus dem Datenvolumen der beiden führenden Jobportale der Schweiz jobs.ch und jobup.ch, die Ihnen Hinweise zum hiesigen Stellenmarkt geben. Zum einen vergleichen wir das tatsächliche Verhalten von Jobsuchenden (Klicks auf Stelleninserate) und Arbeitgebern (Anzahl Stelleninserate) und können diese der Analyse vom Vorjahr gegenüberstellen. Zum anderen haben wir die aktuelle Ausgabe um eine semantische Analyse ergänzt, sprich wir haben die Texte von über 100'000 Stelleninseraten ausgewertet und können in dieser Ausgabe erste Aussagen darüber machen. Die JobCloud Market Insights werden wir für die kommenden Ausgaben laufend weiterentwickeln und ergänzen.

Wir freuen uns, die gewonnen Insights mit Ihnen zu teilen und haben hier in diesem Booklet die wichtigsten Erkenntnisse zusammengefasst.

Ich wünsche Ihnen eine spannende Lektüre!

Renato Profico
CEO JobCloud AG

Autoren dieser Studie

Rebekka Hänggi
Projektleiterin
JobCloud AG
Content & Online
Marketing Manager

Fanny Comba
Projektmitglied
JobCloud AG
Team Leader
Content & Communication

Mara Pasquali
Steering Committee
JobCloud AG
Chief Marketing Officer

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

Rafael Domeisen
Projektleiter
ZHAW
Wissenschaftlicher Mitarbeiter
am Institut für
Marketing Management

Reto Heierli
Datenanalyst
ZHAW
Wissenschaftlicher Assistent
am Institut für
Marketing Management

Management Summary

Die Studie JobCloud Market Insights 2017 bietet durch die vorhandene Datenfülle einen einzigartigen Einblick in den Schweizer Stellenmarkt. Das tatsächliche Verhalten von Jobsuchenden und Ausschreibenden wird in der Schweiz vergleichbar. Grundlage der Studie sind die Inserate auf jobs.ch und jobup.ch, die darauf getätigten Klicks von Jobsuchenden sowie 106'151 anonymisierte Stellensuchprofile. JobCloud möchte mit dieser Studie in Zusammenarbeit mit der ZHAW den HR-Experten, aber auch der Schweizer Wirtschaft insgesamt einen Mehrwert bieten.

Die Studie macht Inserate (Angebot) und Klicks (Nachfrage) zwischen den verschiedenen Branchen und Berufsfeldern vergleichbar. In der Deutschschweiz (D–CH) sind Industrie und Gesundheitswesen die grössten Arbeitsmärkte. In der ganzen Schweiz treffen die Branchen Bildungswesen (eine ausgeprägte Akademikerbranche), öffentliche Verwaltung & Verbände, Versicherungen und die Medienbranche auf eine hohe Nachfrage. Ein Fachkräftemangel ist in der Gesundheitsbranche ersichtlich (nur D-CH). Mit einer geringen Nachfrage kämpfen darüber hinaus die Baubranche und das Handwerk allgemein.

In der D-CH werden im Vergleich zum vorigen Jahr anteilsmässig weniger Stellen mit Führungsverantwortung ausgeschrieben. Die Nachfrage aus dem Ausland nach qualifizierten Fachstellen ist hoch. In der Romandie (W-CH) ist das Interesse an temporären Anstellungsverhältnissen kaum vorhanden, die meisten Arbeitnehmenden suchen eine Festanstellung. Über 90 % der Stellen sind als Vollzeitstelle ausgeschrieben, die Nachfrage bei den wenigen Teilzeitstellen ist sodann sehr hoch.

Die Analyse der anonymisierten Stellenprofile zeigt in der W-CH, welche Personengruppen wonach suchen. Die aktivste Jobsuche hat sich von 31 bis 40 Jahren in das Alter zwischen 21 und 30 Jahren verschoben. Unabhängig von der Altersgruppe suchen rund 60% der Personen eine Vollzeitstelle.

Die Klicks von mobilen Endgeräten aus haben sich in der D-CH seit dem letzten Jahr mehr als verdoppelt. Über zwei Drittel wird mit Apple-Geräten gesucht, Samsung wird zu über einem Fünftel verwendet. Ein hoher Anteil der Jobsuchvorgänge findet nach wie vor während der Arbeitszeiten statt.

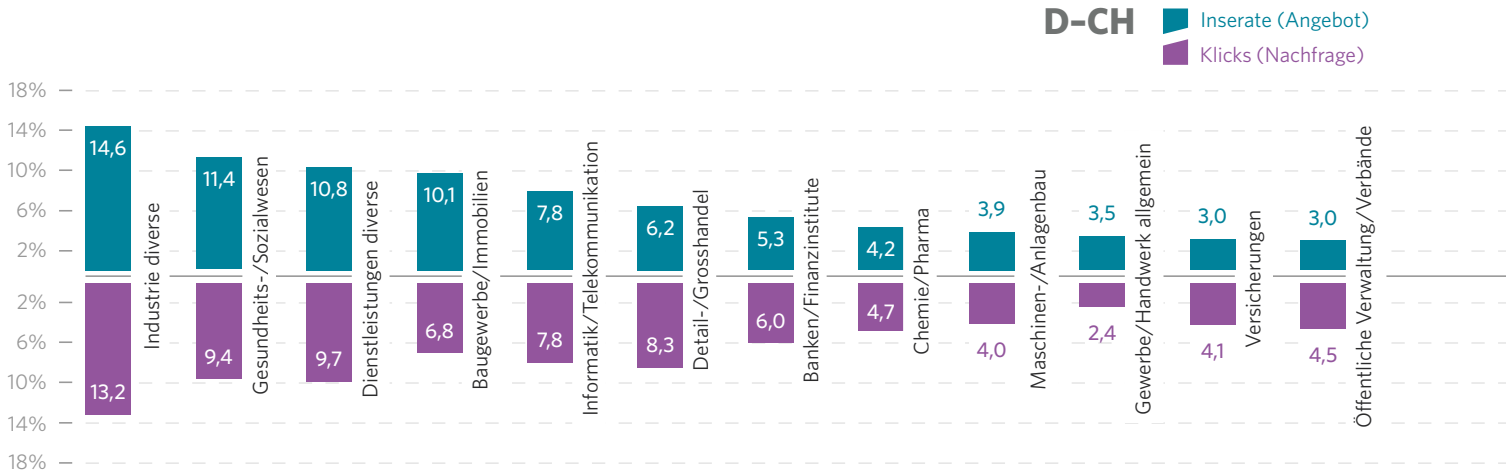
Neu wurden in dieser Studie die klassischen quantitativen Auswertungen erstmals durch eine Sentiments-Datenanalyse ergänzt. Die «Natural Language Processing Methoden» ermöglichten eine automatisierte Auswertung der Textinhalte auf die Emotionalität-Wahrscheinlichkeit. Der Anteil an positiven Emotionen in den Aussagen von Jobinseraten liegt bei knapp 7%. Inserate aus dem Detail- und Grosshandel weisen dabei die höchste Wahrscheinlichkeit an positiven Emotionen auf.

Interesse an Inseraten ist branchenabhängig

Im untersuchten Zeitraum wurden für die Deutschschweiz über 110'000 Inserate sowie mehr als 40 Mio. Klicks ausgewertet. In der Romandie wurden über 29'000 Inserate und 39 Mio. Klicks untersucht. In den folgenden Grafiken wird der Inserateanteil pro Branche (Angebot) dem Klickanteil pro Branche (Nachfrage), jeweils in Prozent, gegenübergestellt.

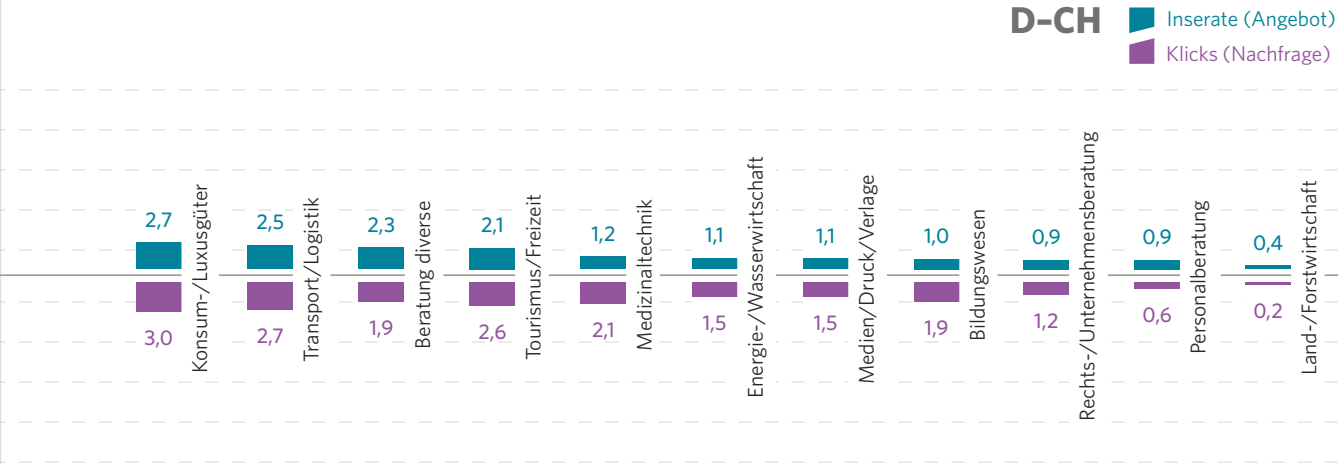
Industrie, Gesundheits- und Sozialwesen und Dienstleistungssektor bilden den grössten Arbeitsmarkt.

Das Gesundheits- und Sozialwesen, die öffentliche Verwaltung/Verbände und das Gewerbe/Handwerk haben zugelegt in Bezug auf das Angebot gegenüber dem Jahr 2016.



Grosses Interesse, sprich einen höheren Klickanteil, geniessen in der D-CH wie bereits 2016 der Detail-/Grosshandel, das Bildungswesen und die öffentliche Verwaltung.

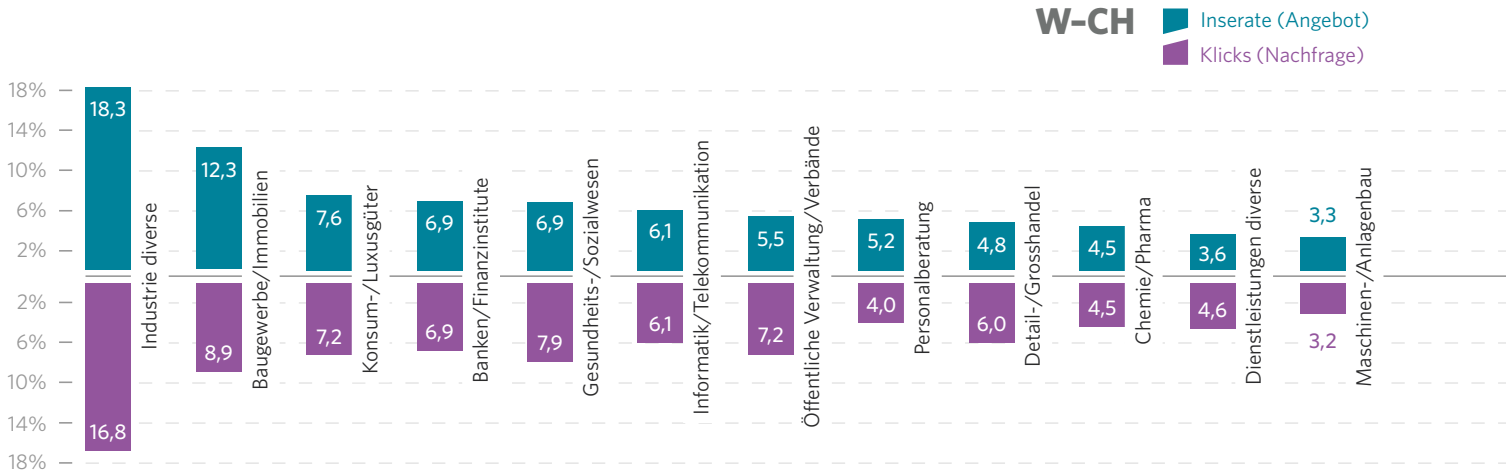
Baugewerbe und Gewerbe/Handwerk geniessen anteilsmässig weniger Aufmerksamkeit. →



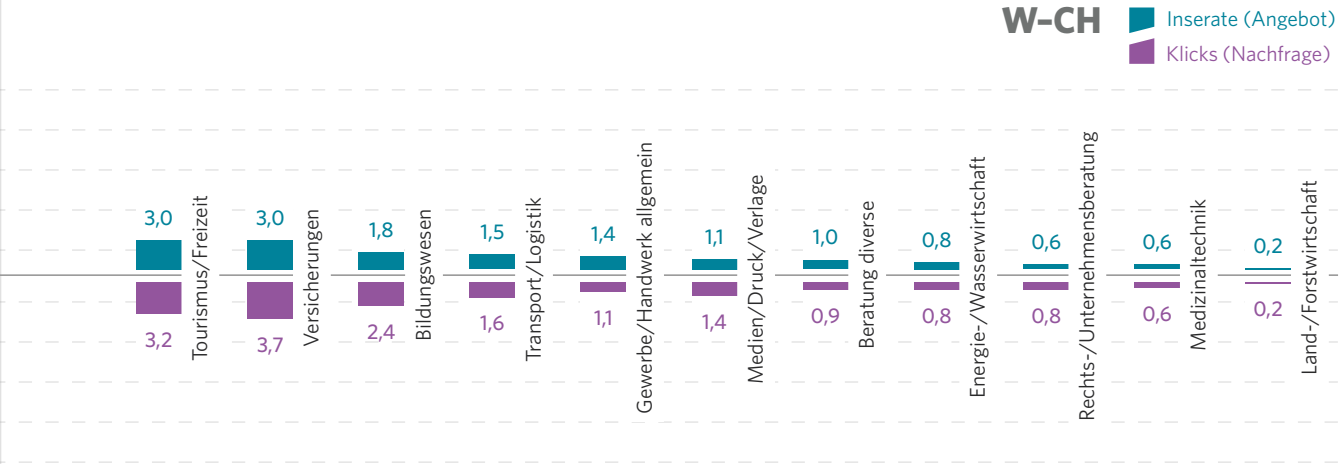
n Inserate: 115'559 | n Klicks: 41'334'145 | April bis Juni 2017, Basis D-CH

→ In der Romandie wurden in diesem Jahr anteilsmässig verstärkt Stellen in der Industrie ausgeschrieben, letztes Jahr war dies im Baugewerbe/Immobilien. Geringer vertreten sind Stellen im Bankensektor.

Zu den beliebten Branchen (höherer Klickanteil) zählen das Bildungswesen, die Rechts-/Unternehmensberatung, der Detail-/Grosshandel sowie der Dienstleistungssektor.



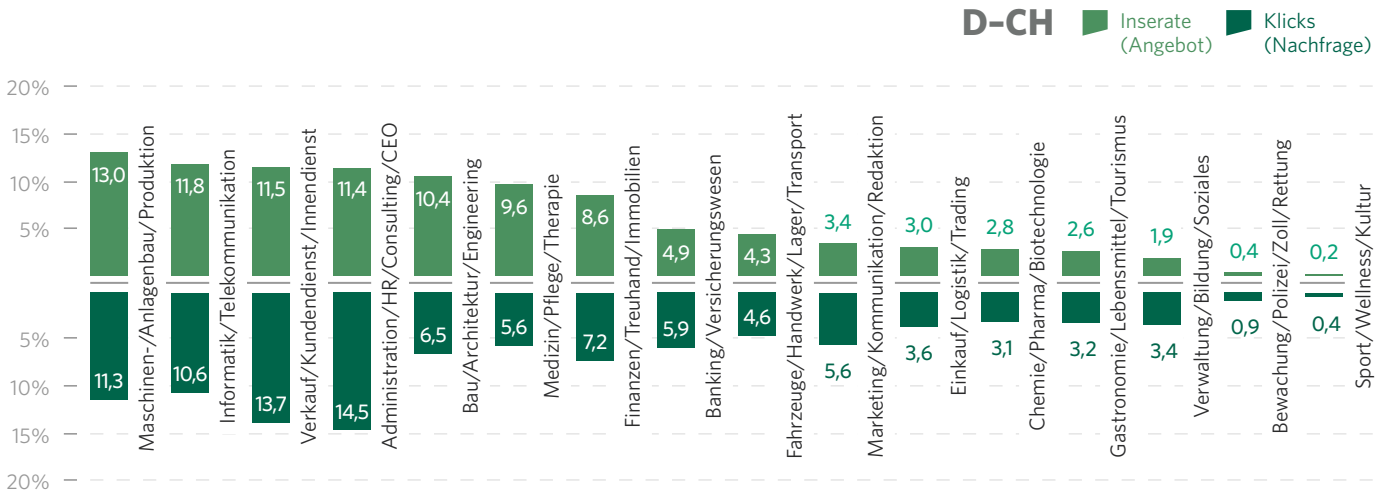
Weniger Aufmerksamkeit erhalten Stellen im **Baugewerbe**, in der **Personalberatung** und im Bereich **Gewerbe/Handwerk**.



n Inserate: 29'243 | n Klicks: 39'855'020 | April bis Juni 2017, Basis W-CH

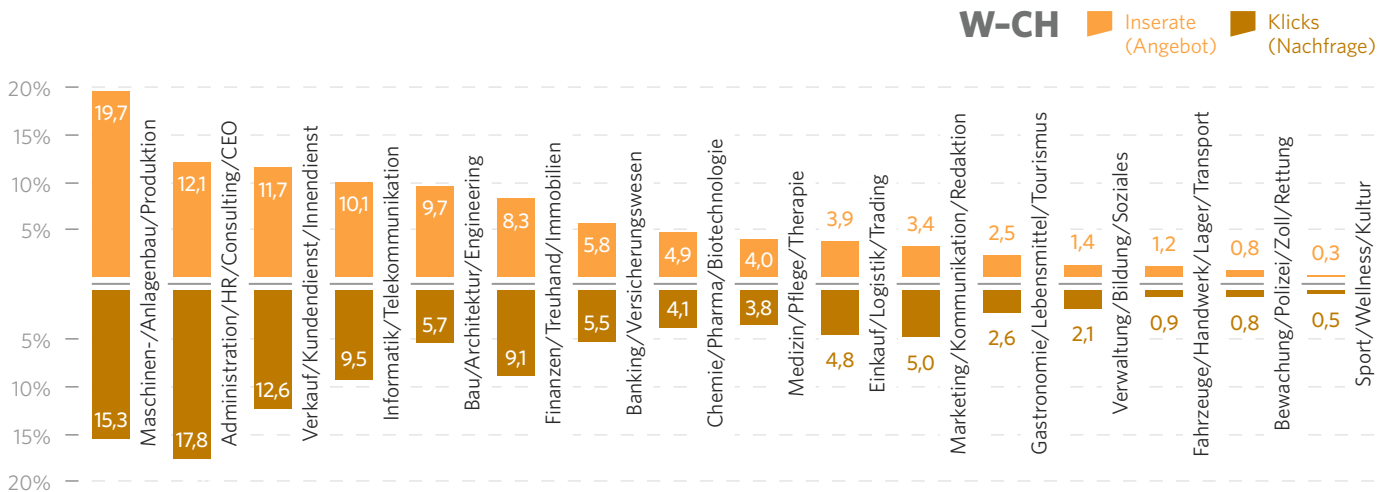
Grösste Diskrepanz bei den Medizinberufen

Der grösste Arbeitsmarkt in der Deutschschweiz ist in Berufen Maschinen-/Anlagenbaus/Produktion zu finden, dicht gefolgt vom Spitzenreiter des letzten Jahres, der Informatik/Telekommunikation.Inserate mit geringer Klickrate deuten auf eine geringe Beliebtheit und einen möglichen Fachkräftemangel hin. Die grösste Diskrepanz zwischen Angebot und Nachfrage gibt es bei den Berufen im Bereich Medizin/Pflege/Therapie – das anteilsmässige Angebot übersteigt die anteilsmässige Nachfrage massiv. Im Gegensatz dazu sind Berufe, bei denen die Nachfrage das Angebot am stärksten übertrifft wie im Vorjahr in Administration/HR/CEO zu finden, sowie als neue Topfavoriten Berufe in Bewachung/Polizei/Zoll/Rettung.



n Inserate: 115'802 | n Klicks: 39'927'764 | April bis Juni 2017, Basis D–CH

Berufe dieser Gruppe wurden jüngst stark beworben, was zu deren Beliebtheit führen könnte.
Wie bereits 2016 werden auch heuer in der Romandie die meisten Inserate in der Berufsgruppe Maschinen-/Anlagenbau/Produktion ausgeschrieben. Anteilsmässig geklickt werden sie weniger, was auf einen unveränderten Fachkräftemangel hinweist. Inserate in den Berufsgruppen Administration/HR/Consulting/CEO sind nach wie vor die zweitgrösste Gruppe an ausgeschriebenen Stellen und stossen auf übermässig hohes Interesse. Das vergleichsweise stärkste Interesse erfährt der sehr kleine Arbeitsmarkt im Bereich Sport/Wellness/Kultur.



n Inserate: 28'927 | n Klicks: 39'859'714 | April bis Juni 2017, Basis W-CH

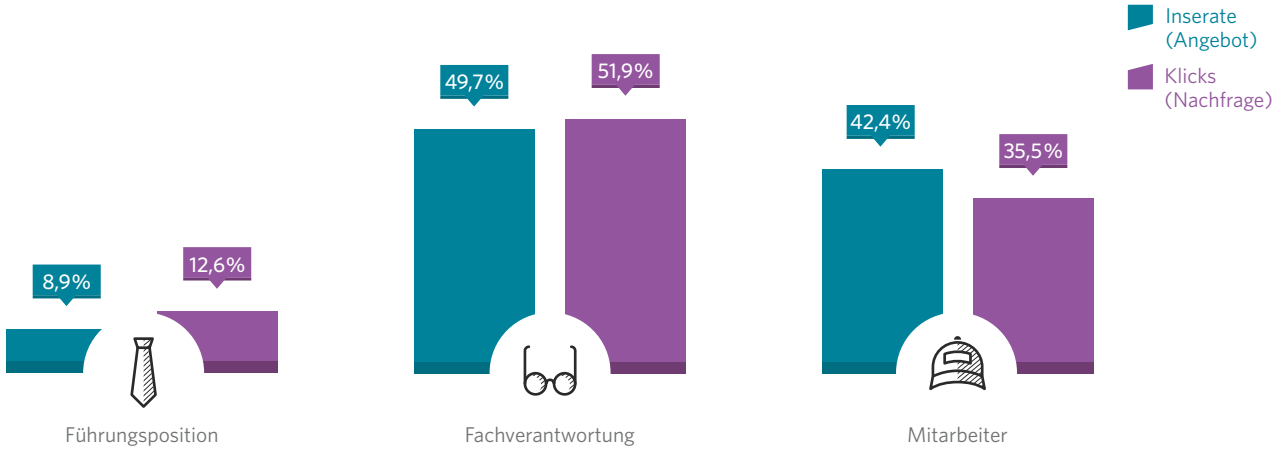
«Die Beliebtheit der Branche Detail-/Grosshandel in der Deutschschweiz widerspiegeln sich auch in den Suchbegriffen nach Firmen. Mehrere Detailhandelsfirmen befinden sich in den Top 10 der gesuchten Arbeitgeber auf jobs.ch.»

Rebekka Hänggi, JobCloud AG

Weniger Führungspositionen

Knapp die Hälfte der Inserate werden auf der Stufe Fachverantwortung ausgeschrieben. Gegenüber dem Vorjahr haben Stellenausschreibungen mit Führungsverantwortung abgenommen, solche auf der Hierarchiestufe Mitarbeiter hingegen zugenommen.

Jobsuchende wollen sich jedoch nach wie vor hierarchisch verbessern. Je höher die Hierarchiestufe, desto höher der Klickanteil im Vergleich mit den Inseraten.

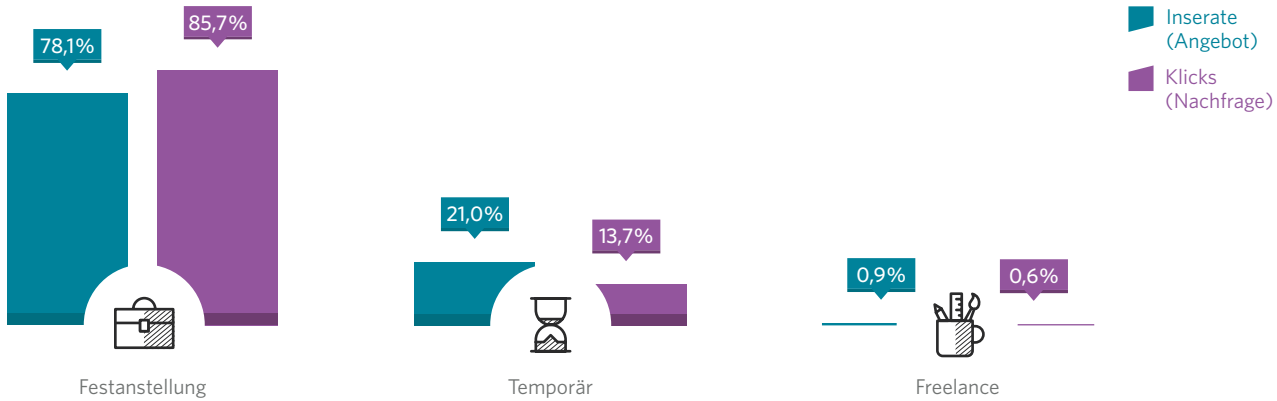


n Inserate: 117'275 | n Klicks: 43'331'650 | April bis Juni 2017, Basis D–CH

Die Festanstellung ist die Modellvorstellung der Arbeitnehmenden

Festanstellungen werden in der Romandie nach wie vor am häufigsten angeboten und nehmen für Jobsuchende an Attraktivität sogar noch zu. Inserate mit einer Festanstellung werden beinahe doppelt so häufig geklickt wie Temporärstellen oder Stellen als Freelancer.

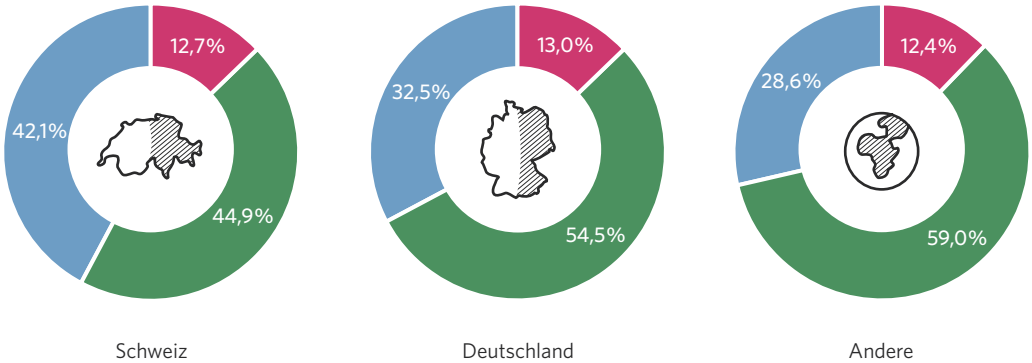
Ein Fünftel der Stelleninserate werden temporär ausgeschrieben, im Jahr 2016 waren es noch knapp 24 %. Die Beliebtheit von Temporärangeboten ist eher gering. Das Sicherheitsbedürfnis von Herr und Frau Schweizer ist bekanntlich gross, was Temporärjobs eher unbeliebt macht.



n Inserate: 26'256 | n Klicks: 35'842'135 | April bis Juni 2017, Basis W-CH

Aus dem Ausland wird auf Fachpositionen geklickt

Das Interesse an Führungsstellen unterscheidet sich nur gering nach Herkunftsland der Klicks. Die Nachfrage nach fachspezifischen Positionen ist – wie bereits im letzten Jahr – aus dem Ausland besonders gross und spiegelt die Zuwanderung durch qualifizierte Fachkräfte wider. In der Schweiz werden gegenüber dem Jahr 2016 vermehrt Stellen auf Mitarbeiterstufe geklickt.

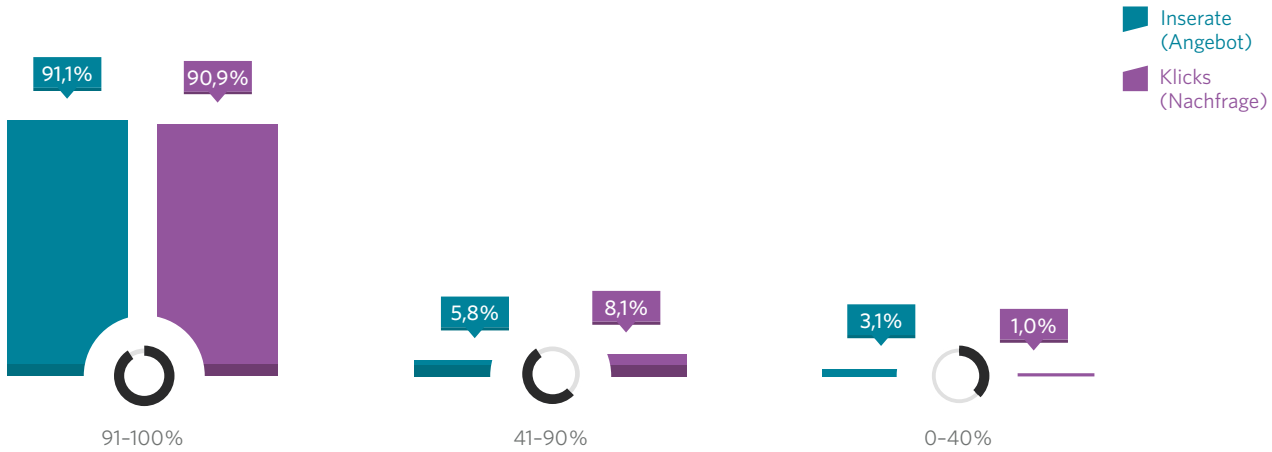


n Klicks: 37'693'262 | April bis Juni 2017, Basis D-CH

Wunsch nach Teilzeitstellen ist ungebrochen

83 % der Männer und 41 % der Frauen sind Vollzeit angestellt in der Schweiz *. Über 90 % der Stellen werden dieser Studie zufolge als Vollzeitstellen ausgeschrieben. Ein möglicher Grund für den hohen Anteil ist, dass Teilzeitstellen öfters auch unter der Hand vergeben werden.

Eine besonders hohe Aufmerksamkeit erfahren, wie bereits im letzten Jahr, Stellen mit einem Beschäftigungsgrad zwischen 41 und 90 %, sie werden verhältnismässig mehr geklickt.



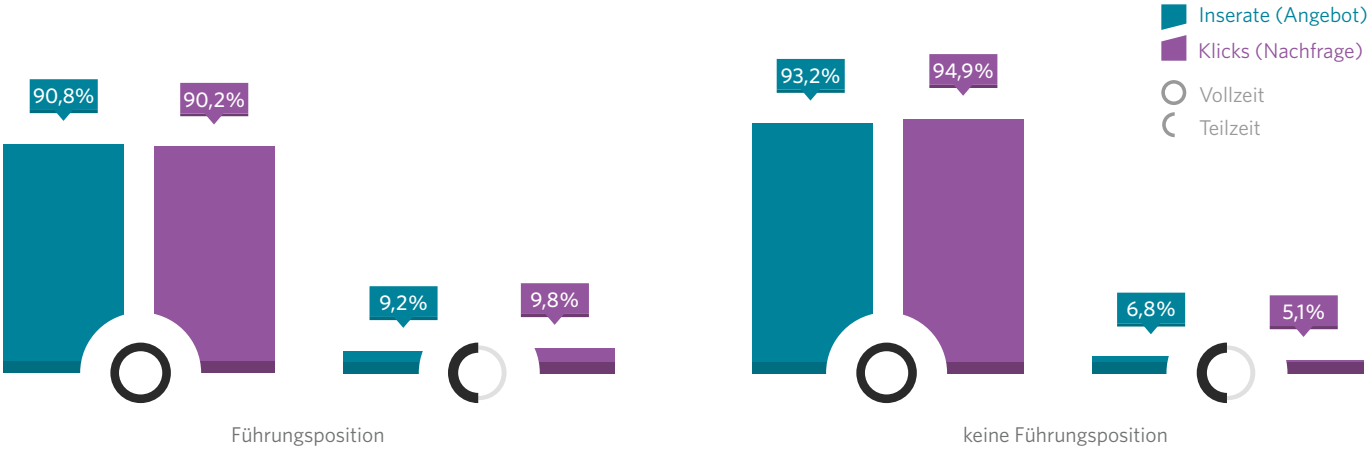
n Inserate: 29'582 | n Klicks: 39'855'020 | April bis Juni 2017, Basis W-CH

* Schweizerische Arbeitskräfteerhebung, 2. Quartal 2017

Teilzeitstellen kaum im Angebot

Sowohl Stellen mit als auch ohne Fach- und Führungsverantwortung werden überwiegend Vollzeit ausgeschrieben. Das Angebot an Teilzeitstellen hat gegenüber dem Vorjahr besonders für Stellen ohne Fach- oder Führungsverantwortung abgenommen.

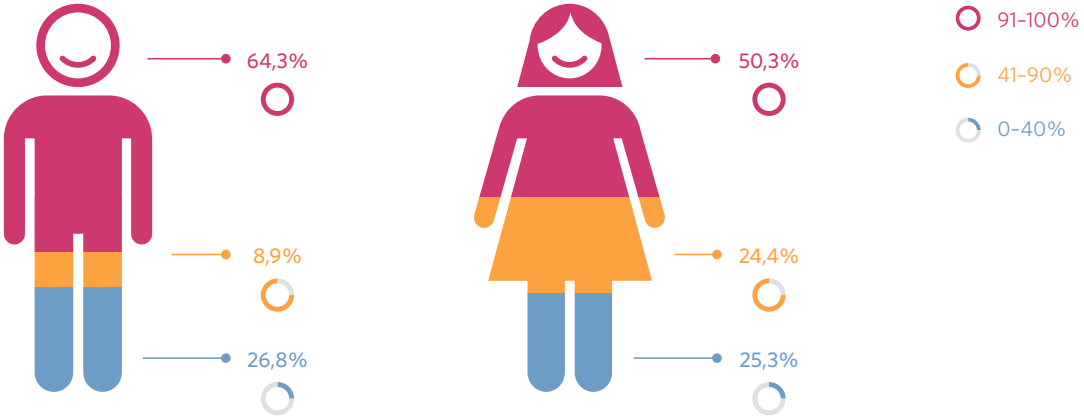
Im Untersuchungszeitraum war der Anteil an Teilzeitstellen bei den Führungspositionen etwas höher.
Die höchste Aufmerksamkeit erhalten Führungspositionen mit Teilzeitoption, die geringste Aufmerksamkeit gebührt den Teilzeitstellen ohne Führungsverantwortung.



Führungsposition : n Inserate: 1'186 | n Klicks: 2'075'810 | keine Führungsposition: n Inserate: 4'379 | n Klicks: 5'751'736 | April bis Juni 2017, Basis W-CH

Wunsch nach Teilzeit bzw. Vollzeit verteilt sich bei Frauen gleichmässig

Personen, die ein Profil hinterlegt haben, können ihren gewünschten Beschäftigungsgrad nennen. Männer suchen wie bereits 2016 überwiegend Vollzeitstellen. Bei Frauen hält sich der Wunsch nach einer Vollzeit- oder Teilzeitstelle die Waage. Geschlechtsunterschiede zeigen sich ausgeprägt beim stärkeren Wunsch von Frauen nach einem Pensum zwischen 41 und 90 %. Ein Vergleich des gewünschten Pensums mit den effektiv ausgeschriebenen Inseraten zeigt: Es fehlen Teilzeitstellen. 91 % der Stellen sind Vollzeitstellen, im Schnitt werden diese von knapp 58 % der Personen gewünscht, sprich im Profil hinterlegt. Stellen von 41 bis 90 % werden von knapp 16 % der Personen gewünscht, aber nicht einmal 6% der Stellen bieten dies an (S. 16).



Profile: n Frau: 36'849 | n Mann: 46'480 | April bis Juni 2017, Basis W-CH

Profile von männlichen Jobsuchenden doppelt so beliebt

Die Jobsuche nehmen Männer aktiver in die Hand: In der Romandie hinterlegen sie mit 55 % häufiger ein Profil als Frauen mit 45 %. Die Recruiter bevorzugen dann auch männliche Profile. Wie bereits im letzten Jahr klicken sie durchschnittlich doppelt so oft auf Profile von Männern. Möglicherweise wird Direct Search stärker in «Männerdomänen» eingesetzt. Ob männliche Profile tatsächlich einen Vorteil haben, kann nur spekuliert werden.

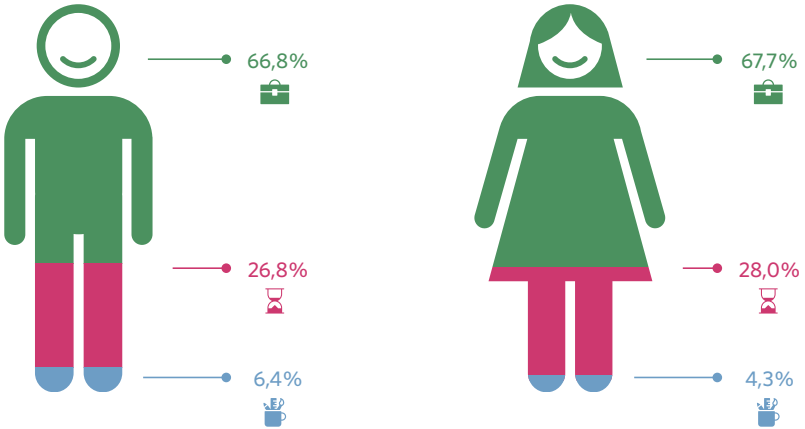
Durchschnittliche Klicks auf Profile: n Frau: 46'402 | n Mann: 57'565 | April bis Juni 2017, Basis W-CH

«Die Gig-Economy beschreibt einen Arbeitsmarkt, auf dem Arbeitskräfte nicht fest angestellt werden, sondern gig-basiert (Gig bezeichnet einen Auftritt in der Musikbranche) für Projekte gebucht werden, laut Zukunftsforschern das Modell von morgen. Die JobCloud-Studie aber zeigt: Bis jetzt ist die Gig-Economy noch nicht angekommen, die Festanstellung ist das präferierte Modell.»

Nicoline Scheidegger, ZHAW

Gig Economy – Alternative Beschäftigungsverhältnisse zwischen Wunsch und Wirklichkeit

Ein befristetes Beschäftigungsverhältnis wird in Zukunft verstärkt Realität werden für Arbeitnehmende – so der Tenor der Zukunftsforscher. Bei den Jobsuchenden zeigt sich eine Diskrepanz zwischen Wunsch also der gewünschten Beschäftigungsart in den hinterlegten Profilen – und Realität – also dem tatsächlichen Klickverhalten: Über 27 % der Personen können sich dem Klickverhalten zufolge vorstellen, temporär zu arbeiten. 21% der Inserate fallen in diese Kategorie. Geklickt werden diese aber weitaus weniger häufig als Inserate mit Festanstellungen (siehe S. 14). Geschlechtsunterschiede zeigen sich kaum.

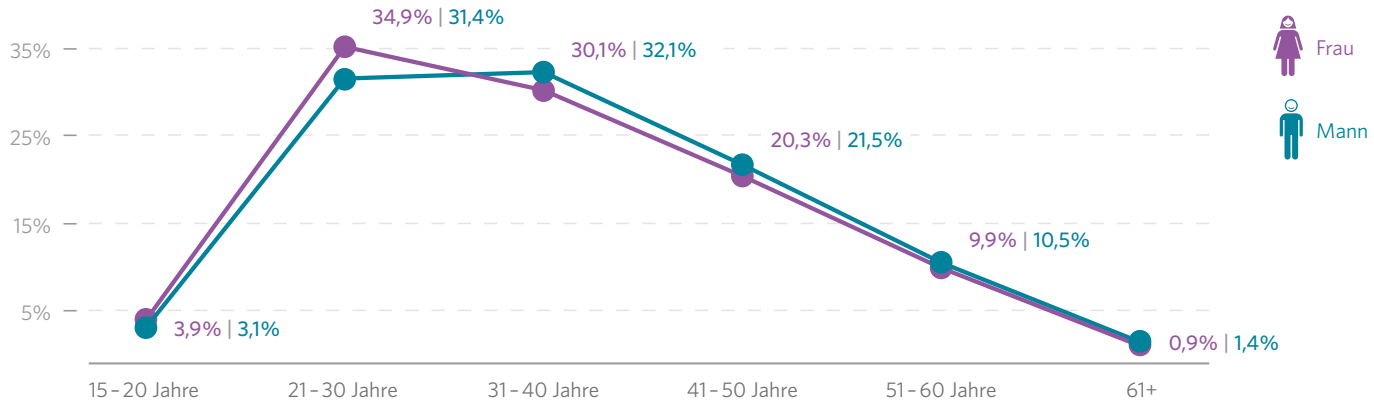


Profile: n Frau: 35'387 | n Mann: 44'888 | April bis Juni 2017, Basis W-CH

Zunehmend aktive Jobsuche der Jungen

Die aktive Jobsuche drückt sich auch durch das Anlegen eines Profils aus.
Die aktivste Jobsuche entfiel im Jahr 2016 deutlich auf die Alterskategorie zwischen 31 und 40 Jahren. Hier haben vor allem die Männer stark aufgeholt. Entfielen letztes Jahr unter 20 % der Profile der Männer auf diese Kategorie, sind es dieses Jahr weit über 30 %.

In diesem Jahr hat sich die aktivste Jobsuche in die Alterskategorie der Jungen verlagert – mehr als ein Drittel der Profile entfallen auf die 21–30 Jährigen. Ein Vergleich mit der Erwerbsbeteiligung in der Schweiz* lässt den Schluss zu, dass sich die auf dem Arbeitsmarkt stärkste Alterskategorie der 40- bis 54-Jährigen beruflich bereits gefunden hat und deshalb weniger aktiv nach beruflichen Veränderungen sucht.



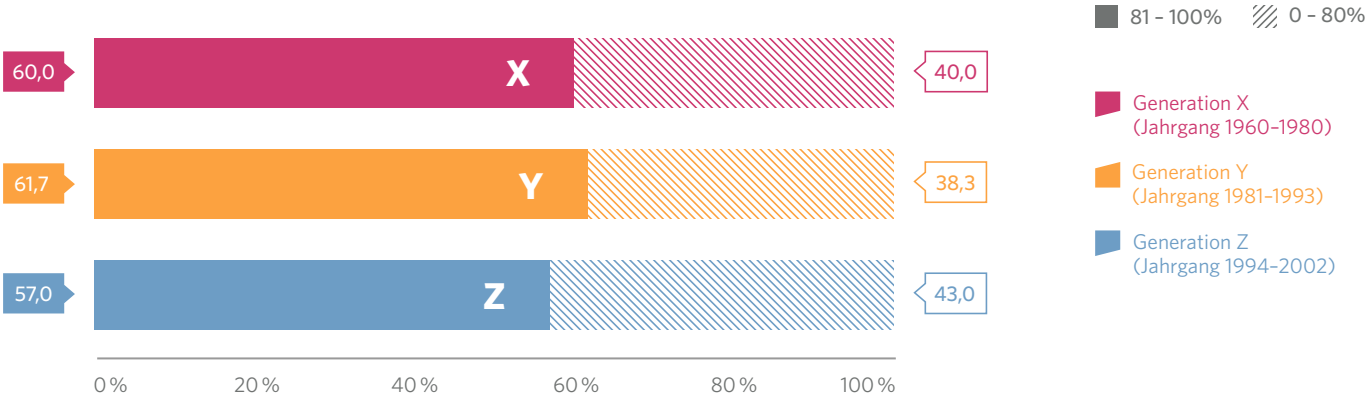
Profile: n Frau: 44'045 | n Mann: 54'907 | April bis Juni 2017, Basis W-CH

* Schweizerische Arbeitskräfteerhebung, 2. Quartal 2017

Wunsch nach Teilzeit in den Generationen

Angaben des gewünschten Anstellungsgrades in den Profilen sind ein Indikator für generationsverbundene Präferenzunterschiede.
Anders als die Wertedebatte zur Generation Y vermuten lässt, ist diese nicht stärker an Teilzeitstellen interessiert als die Generation X. Die Generation Z, die sich teilweise noch in Ausbildung befindet, hat das stärkste Interesse an Teilzeitstellen, weil sie sich für einen Nebenjob interessieren.

Die Vollzeitbeschäftigung nimmt mit zunehmendem Alter ab.*

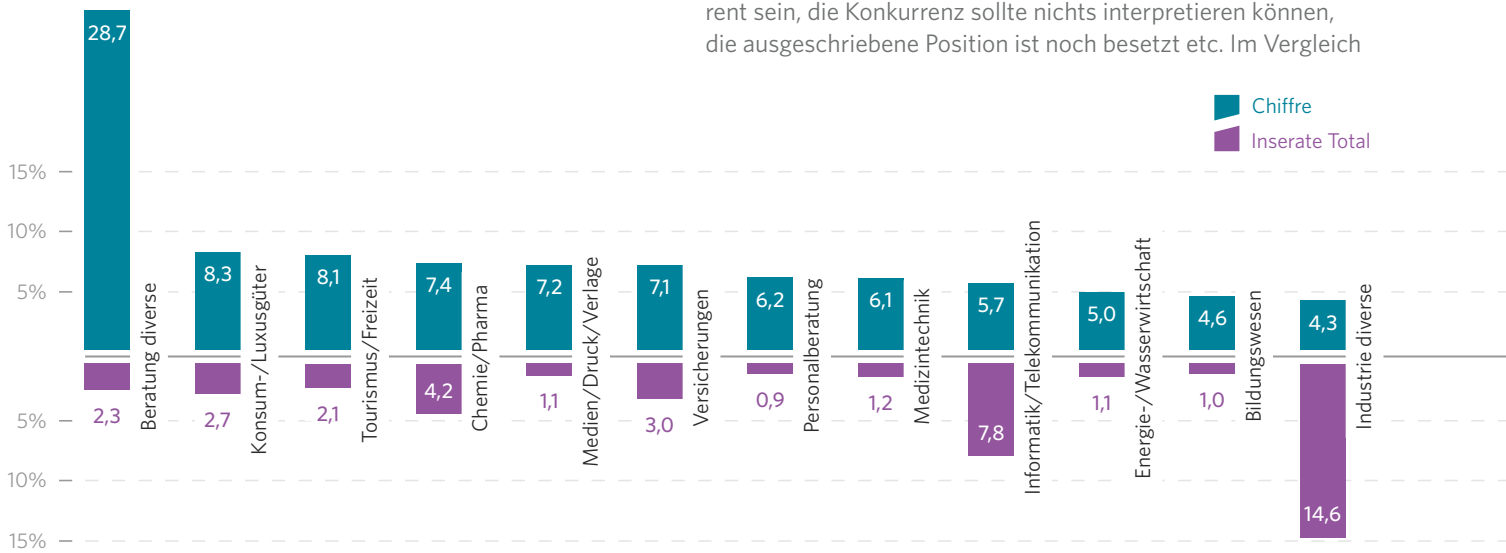


Profile: n GenX: 50'798 | n GenY: 59'300 | n GenZ = 11'199 | April bis Juni 2017, Basis W-CH

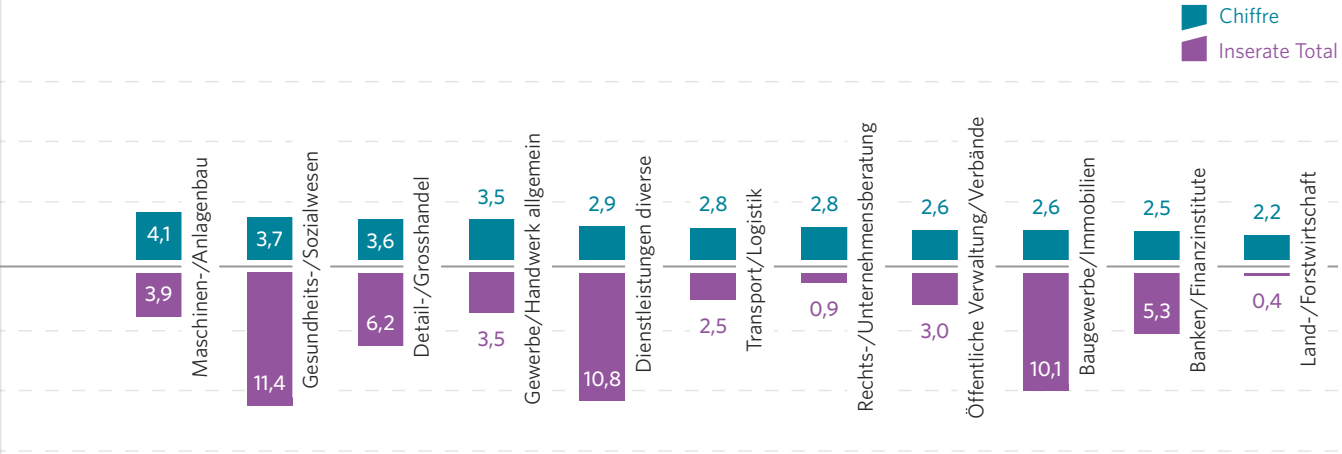
* Schweizerische Arbeitskräfteerhebung, 2. Quartal 2017

Verdeckte Ausschreibung vor allem in der Beratungsbranche

Dieses Jahr werden vermehrt Inserate chiffriert ausgeschrieben: War der Anteil verdeckt ausgeschriebener Inserate letztes Jahr mit 2 % verschwindend klein, waren es dieses Jahr bereits 4.7 %. Gründe für eine verdeckte Ausschreibung können vielseitig sein: Neue Unternehmensbereiche sollen nicht transparent sein, die Konkurrenz sollte nichts interpretieren können, die ausgeschriebene Position ist noch besetzt etc. Im Vergleich



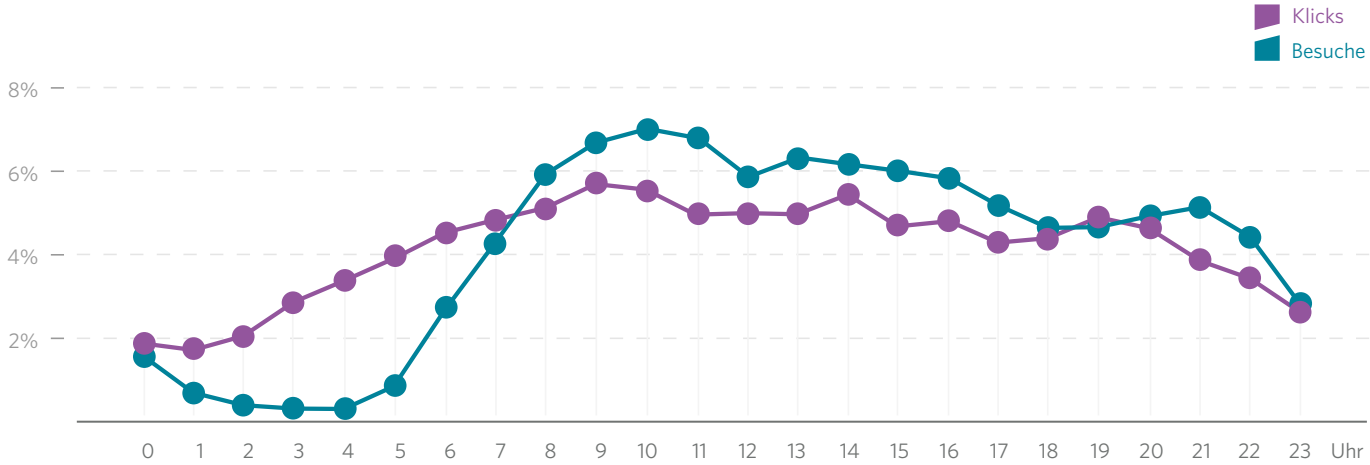
zum letzten Jahr sind auffallend starke Veränderungen im Anteil der chiffrierten Inserate zu verzeichnen. Besonders oft hat die Beratungsbranche verdeckt ausgeschrieben. Mehr als jede dritte chiffrierte Ausschreibung galt jener Branche. Entgegen der üblichen Gangart, speziell Führungspositionen chiffriert auszuschreiben, sind kaum Unterschiede zwischen den chiffriert ausgeschriebenen Positionen ersichtlich.



n Inserate Total: 115'559 | n Inserate Chiffre: 5'381 | April bis Juni 2017, Basis D-CH

Während der Arbeitszeit zum neuen Job

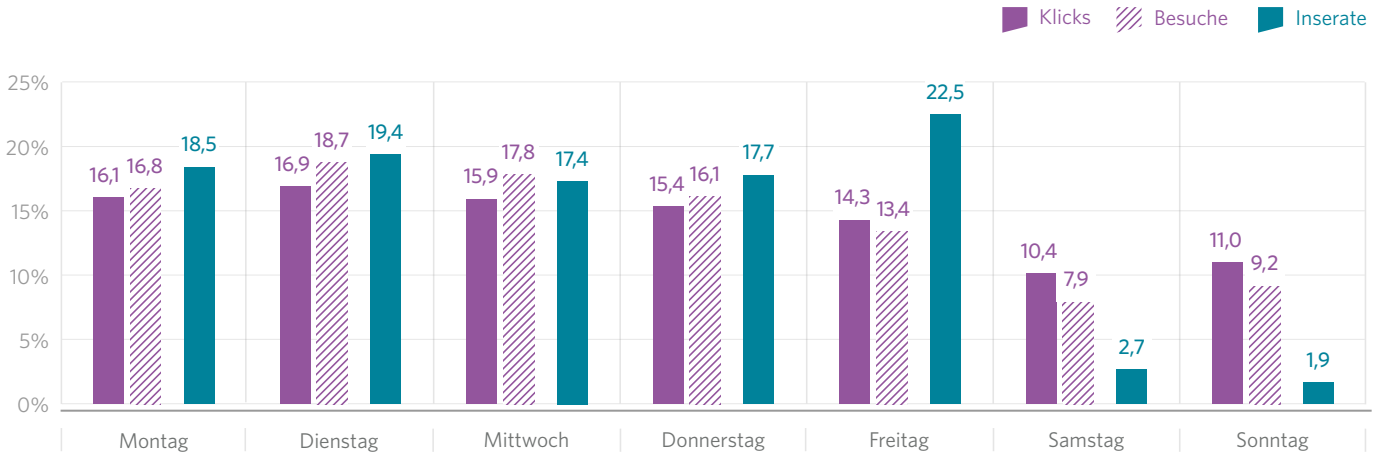
Die Verteilung der Klicks und der Besuche präsentiert sich ähnlich wie letztes Jahr: Die Klicks auf Jobs und die Besuche finden vorwiegend während der Arbeitszeit statt. Auch wird viel eher unter der Woche statt am Wochenende nach einem neuen Job gesucht (siehe nächste Seite).



n Klicks: 43'248'534 | n Besuche: 7'644'134 | April bis Juni 2017, Basis W–CH

Jobsuche passiert unter der Woche

Die Inserate werden unter der Woche ausgeschrieben, am meisten am Freitag.
Geklickt wird auf die Stelleninserate wird überwiegend unter der Woche. Es scheint, dass die Jobsuche vor allem dann relevant ist, wenn man direkt bei der Arbeit ist und dort gerade genervt und unzufrieden ist.
Am Wochenende, wo man mehr Zeit dafür hätte, verliert die Jobsuche an Dringlichkeit.



n Inserate: 115'802 | n Klicks: 43'248'534 | n Besuche: 7'644'134 | April bis Juni 2017, Basis D-CH

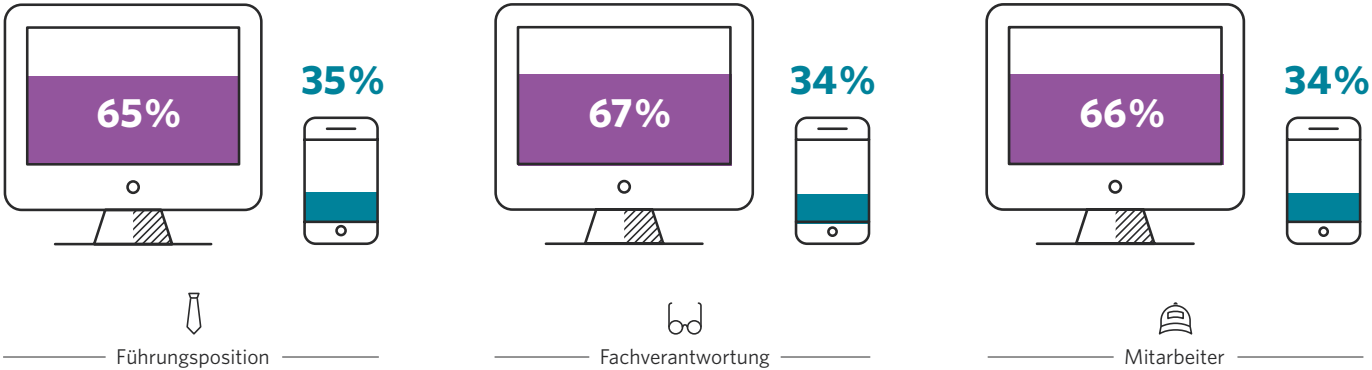
«Über mobile Endgeräte werden die Jobportale schon lange im grossen Stil besucht. Neu wird dabei aber auch viel häufiger auf Inserate geklickt.»

Renato Profico, JobCloud AG

Zunahme mobiler Geräte zur Jobsuche

Die Klicks auf Inserate über mobile Endgeräte haben sich mehr als verdoppelt. Wurden das letzte Jahr zwischen 11 % (Fachverantwortung) und 17 % (Führungsposition) der Inserate über mobile Endgeräte geklickt, sind es dieses Jahr im Schnitt 34 %. Dieser Anteil variiert kaum nach Position der ausgeschriebenen Stelle.

Nach wie vor wird auf mobilen Geräten weniger auf Jobinserate geklickt als auf Desktop – obwohl jeder zweite Besuch auf jobs.ch und jobup.ch von einem mobilen Endgerät ausgeht. Einer der Gründe warum auf Mobile weniger geklickt wird, liegt in der jeweils kurzen Nutzung des Gerätes.

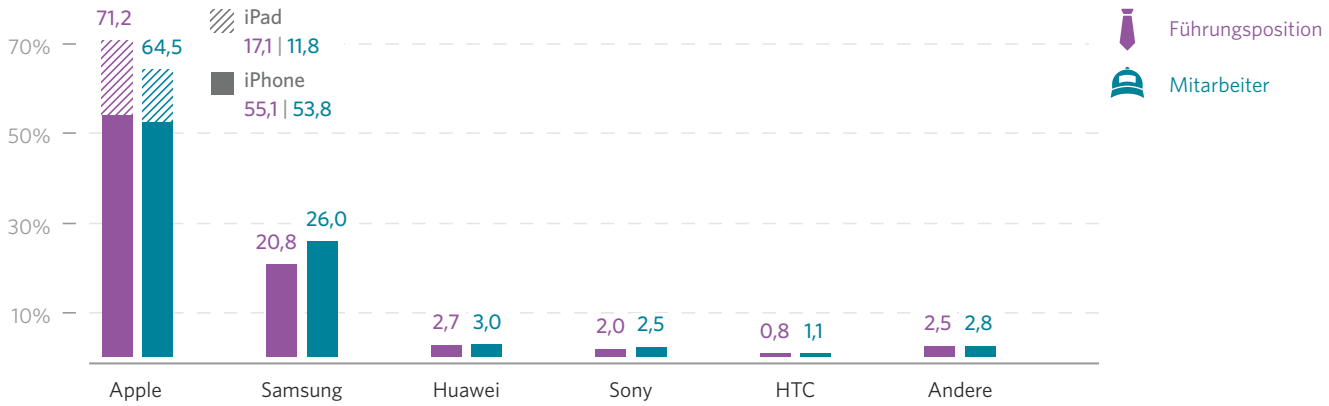


n Klicks Führungsposition: 5'433'715 | n Fachverantwortung: 22'403'683 | n Mitarbeiter: 15'185'009 | April bis Juni 2017, Basis D-CH

Apple für den Kader-, Samsung für den Mitarbeiterjob

Personen, die von einem mobilen Gerät aus auf Jobinserate klicken, verwenden überwiegend Apple. Samsung hat allerdings im Vergleich zu 2016 aufgeholt – bei den Klicks auf Mitarbeiter- sowie Führungspositionen.

Bei Apple hat die Verwendung des iPads gegenüber Vorjahr abgenommen.
Huawei hat Anteile gewonnen, das Blackberry ist beinahe vom Markt verschwunden.



n Klicks Führungsposition: 1'204'860 | n Mitarbeiter: 7'953'803 | April bis Juni 2017, Basis D-CH

Grosse Unterschiede zwischen den Sprachregionen

Hier werden die Podestplätze für die meistgeklickten Inserate vergeben: Aus welchen Branchen stammen die beliebtesten Inserate? Dabei zeigen sich grosse Unterschiede zwischen den beiden Sprachregionen. In der D-CH führt die Öffentl. Verwaltung/Verbände die Top 15 an. Sechs der meistgeklickten Inserate kommen aus dieser Branche. Nicht nur diese Top-Inserate, sondern die ganze Branche geniesst eine hohe Aufmerksamkeit (S. 6). Aus dem grössten Arbeitsmarkt der Industrie haben es drei Inserate in die Top 15 geschafft. In der W-CH hat die Branche Baugewerbe/Immobilien am meisten Inserate in den Top 15. Diese hat grundsätzlich einen tieferen Klickanteil im Vergleich zum Angebot (S. 8). Dennoch scheinen ein paar Inserate ganz besondere Beachtung zu bekommen, was mit einem attraktiven Arbeitgeber zusammenhängen könnte. Die Branche Industrie hat sowohl in der D- als auch in der W-CH den grössten Anteil am Stellenmarkt (S. 6, 8) und ist mit vier Inseraten in den Top 15 vertreten.

TOP 15 – Deutschschweiz

1. Öffentl. Verwaltung/Verbände
2. Industrie diverse
3. Banken/Finanzinstitute
- Konsum-/Luxusgüter
- Dienstleistungen diverse
- Tourismus/Freizeit
- Chemie/Pharma

TOP 15 – Romandie

1. Baugewerbe/Immobilien
2. Informatik/Telekommunikation
- Detail-/Grosshandel
- Konsum-/Luxusgüter
- Transport/Logistik
- Chemie/Pharma
- Dienstleistungen diverse
- Industrie diverse

n Klicks D-CH: 41'390'350 | n Klicks W-CH: 39'855'020 | April bis Juni 2017, Basis D-CH/W-CH

Bei beliebtesten Inseraten sind Arbeitgeber bekannt

In den Inseraten der Top 15 der meistgeklickten Stelleninseraten sind die Arbeitgeber fast durchgängig ersichtlich – sowohl in der Deutschschweiz als auch in der Romandie. Bei Inseraten ohne ersichtliches Unternehmen handelt es sich entweder um eine Ausschreibung eines Personalvermittlers, der den Arbeitgeber nicht nennt, oder um ein Chiffre-Angebot.

Deutschschweiz

14 / 15
ersichtliche Arbeitgeber

Romandie

14 / 15
ersichtliche Arbeitgeber

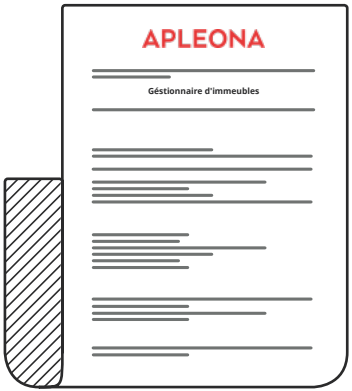
Sichbarkeit der Arbeitgeber bei den Top 15 Stelleninseraten | April bis Juni 2017, Basis D-CH

Ein durchschnittliches Inserat besteht aus 238 Worten

Ein durchschnittliches Inserat enthält 238 Worte bzw. 1552 Buchstaben. Diese Länge ist auch auf dem Smartphone gut zu verdauen.
Die abgebildeten Inserate oder eine halbe A4-Seite in prosa entsprechen in etwa einem durchschnittlichen Inseratetext.

238 Worte

1552 Buchstaben



April bis Juni 2017, Basis D-CH

«Haben die Branchen ihre eigene Sprache? In diesem Jahr konnten wir erstmals auch die Texte der Stellenanzeigen auswerten. Die semantische Datenanalyse fördert dabei ganz neue Ergebnisse zu Formulierungen, Textzusammenhängen und Emotionen zu Tage.»

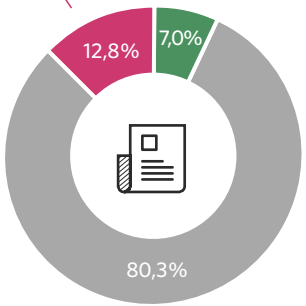
Prof. Dr. Frank Hannich, ZHAW

Stelleninserate sind überwiegend neutral geschrieben

Die überwiegende Mehrheit des Textes in einem Stelleninserat, sprich 8 von 10 Worten, gilt als «neutral». Negativ konnotierte Worte werden fast doppelt so häufig verwendet wie positiv konnotierte.

Im Text des Stelleninserates steckt also noch viel Potenzial für Employer Branding. Die Bewertung der Worte erfolgte durch eine semantische Datenanalyse mit Hilfe von Natural Language Processing Methoden.

Die Branchen mit dem höchsten Anteil an negativ konnotierten Worten: **Gesundheits-/Sozialwesen** gefolgt von **Transport/Logistik**



Die Branchen mit dem höchsten Anteil an positiv konnotierten Worten: **Detail-/Grosshandel** gefolgt von **Gewerbe/Handwerk allgemein**

Die Branchen mit dem höchsten Anteil an neutralen Worten: **Chemie/Pharma** gefolgt von **Banken/Finanzinstitute**

n Inserate : 115'559 | April bis Juni 2017, Basis D-CH

Die 50 häufigsten Adjektive in Stelleninseraten

Mit der semantischen Textanalyse wurden die Top 50 verwendeten Adjektive und Nomen in den Stelleninseraten ermittelt. Verschiedene Formen des gleichen Wortes wurden zusammengezählt.

Die 50 häufigsten Nomen in Stelleninseraten

«In den heute meist wenig emotional geschriebenen Stelleninseraten steckt viel Potenzial. Diese ansprechender zu texten, bedeutet einen kleinen Aufwand, hat aber einen grossen Effekt auf den Employer Brand.»

Fanny Comba, JobCloud AG

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.

Es handelt sich um eine in der Schweiz bisher einzigartige Beobachtungsstudie. Im 2017 werden die klassischen quantitativen Auswertungen erstmals durch eine semantische Datenanalyse mit Hilfe von Natural Language Processing Methoden ergänzt, die eine automatisierte Auswertung der Textinhalte bis hin zur Emotionalität mit hoher Genauigkeit ermöglicht. Statt Meinungen und Absichten wurden 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 bezeichnet und Stellenausschreibungen gesamthaft als Angebot. Die Werte wurden für den Beobachtungszeitraum April bis Juni 2017 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.

Die Beobachtungsdaten wurden durch das Autorenteam aus dem Human Capital Management und Marketing sowie ausgewählten Experten der JobCloud AG bearbeitet, ausgewertet und interpretiert. Für die Sentimentanalysen wurden zusätzlich die Datenexperten und Analysesoftware von Spinning Bytes einbezogen.

Im Einzelnen wurden folgende Datensätze in die Studie einbezogen:

Stellenausschreibungen
April bis Juni 2017

n =	Deutschschweiz	115’559
	Romandie	29’243

Anzahl Klicks auf Stelleninserate
April bis Juni 2017

n =	Deutschschweiz	41'334’145
	Romandie	39’855’020

Anonymisierte Stellensuchprofile
April bis Juni 2017

n =	Deutschschweiz	keine Erhebung
	Romandie	106’151

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