

**Presseinformation**  
**Studie „Recruiting Trends 2010 Schweiz“**

# **Studie: Fachkräftemangel in der Schweiz unverändert hoch**

- **Monster.ch präsentiert weitere Ergebnisse der Arbeitgeberstudie „Recruiting Trends 2010 Schweiz“ bei den Schweizer Top-500-Unternehmen**
- **Der Fachkräftemangel bleibt unverändert hoch**
- **Grenzüberschreitende Rekrutierung und Hochschulmarketing als Massnahmen gegen Engpässe beim qualifizierten Personal**
- **Die Suchmaschine Google und Netzwerkplattformen werden noch zurückhaltend genutzt**

**Zürich, 15. April 2010** – Der Fachkräftemangel bleibt auf unverändert hohem Niveau, unabhängig vom Konjunkturabschwung der jüngeren Vergangenheit. Nahezu drei von zehn Vakanzen bewerten die an der Studie teilnehmenden Unternehmen als schwierig oder gar nicht zu besetzen. Der Knappheit an bestimmten Qualifikationen begegnen die Schweizer Personalverantwortlichen mit innovativen Konzepten und mit der Personalsuche jenseits der Grenzen.

Diese und andere Ergebnisse resultieren aus der repräsentativen Arbeitgeberstudie „Recruiting Trends 2010 Schweiz“, die Monster Schweiz zum vierten Mal in Folge publiziert. Durchgeführt wurde sie zwischen Anfang Oktober und Mitte Dezember 2009 bei den Schweizer Top-500-Unternehmen (Rücklaufquote: 14,6 Prozent), vom Centre of Human Resources Information Systems (CHRIS) der Universitäten Bamberg und Frankfurt am

Main. Die breit angelegte Studie dokumentiert die wichtigsten Trends der Personalbeschaffung in der Schweiz und enthält Einschätzungen der Wirtschaft zur Entwicklung des Arbeitsmarkts.

Innert nützlicher Frist geeignete Kandidaten zu finden, scheint nicht einfacher geworden zu sein. Mittlerweile 29 Prozent der offenen Vakanzen – 1,3 Prozent mehr als im Vorjahr – werden von den Teilnehmern der Studie als schwierig zu besetzen eingestuft. 3,7 Prozent werden gar als nicht besetzbar bewertet. Zwar teilen 35,4 Prozent der Studienteilnehmer die Meinung, dass es infolge der aktuellen Wirtschaftslage derzeit einfacher ist, qualifiziertes Personal auf dem Arbeitsmarkt zu finden. Mit 47,7 Prozent erwartet jedoch der grösste Anteil davon keine Besserung, und 16,9 Prozent vertreten die Ansicht, dass es trotz schwieriger wirtschaftlicher Rahmenbedingungen derzeit schwerer ist, geeignete Kandidaten zu finden als in der Vergangenheit. Auch die Einschätzung der Zukunft bestätigt den langfristigen Trend. Nur 28,1 Prozent erwarten, dass es zukünftig einfacher sein wird, qualifiziertes Personal zu finden als heute. 42,2 Prozent rechnen mit einer gleichbleibenden Situation. Und nahezu drei von zehn Unternehmen erwarten, dass sich die Rekrutierung geeigneter Kandidaten in Zukunft sogar noch schwieriger gestalten wird.

Ein beliebter Weg, um Engpässe im heimischen Arbeitsmarkt auszugleichen, ist die internationale Rekrutierung. Von den benachbarten Arbeitsmärkten ist Deutschland der derzeit mit Abstand beliebteste. 39,1 Prozent der Studienteilnehmer geben an, dort häufig zu rekrutieren. Dahinter folgt Frankreich, wo sich 13,8 Prozent der antwortenden Unternehmen häufig umschauchen. Lediglich 6,3 Prozent der Befragten greifen im Rahmen ihrer Personalbeschaffung häufig auf Arbeitskräfte aus Österreich zurück, und nur 4,7 Prozent rekrutieren gerne in Italien. Der Blick über die Grenze scheint auch in Zukunft eine Alternative zu bleiben. 44,6 Prozent sind der Meinung, dass die grenzüberschreitende Personalbeschaffung im Jahr 2012 einen hohen

Stellenwert haben wird. Für das Jahr 2013 steigt der Wert gar auf 54,5 Prozent.

Mittels Hochschulmarketing versucht ein vergleichsweise grosser Teil der Schweizer Unternehmen dem Fachkräftemangel entgegenzuwirken. Solche Konzepte für die frühe Identifikation und Bindung gut ausgebildeter, so genannter Young Professionals haben für etwas mehr als zwei von zehn Studienteilnehmern einen hohen Stellenwert. Über ein Viertel der antwortenden Firmen beteiligt sich regelmässig an Informationsveranstaltungen und Praxistagen in Hochschulen. Job-Messen bieten 22,6 Prozent der Befragten eine Präsentationsplattform, und 17,2 Prozent halten Vorträge, wenn sich eine Gelegenheit bietet. 14,1 Prozent der Teilnehmer sind in Form von Postern oder Plakaten an Hochschulen präsent.

Die Suchmaschine Google und soziale Netzwerkplattformen werden für ergänzende Recherchen über Kandidaten, die bereits identifiziert wurden, noch zurückhaltend benutzt. 17,5 Prozent der Studienteilnehmer geben an, dass sie häufig mit Hilfe der Suchmaschine Google mehr über den Bewerber herauszufinden versuchen. Im Netzwerk Xing suchen immerhin 14,5 Prozent oft nach Informationen. LinkedIn konsultieren nur noch 6,5 Prozent der Befragten häufig. Und mit 1,6 Prozent benutzen die wenigsten Unternehmen Facebook oftmals für diese Zwecke.

Betrachtet man die Bedeutung der Informationen aus den genannten Kanälen, zeigt sich, dass nur 18,6 Prozent der Studienteilnehmer die mit Hilfe von Google gefundenen Informationen als wichtig erachten. Etwas mehr als jedes zehnte antwortende Unternehmen empfindet die über Xing gesammelten Informationen als bedeutsam, und nur 3,4 Prozent beurteilen dies auch für LinkedIn so. Facebook ist aus der Sicht von lediglich 1,7 Prozent der Befragten eine Unterstützung.

„Der bereits seit den 1980er Jahren prognostizierte Trend

zum „War For Talents“ bestätigt sich in unerwarteter Deutlichkeit. Mehr denn je sind die Unternehmen gefordert, innovativ zu sein und neue Wege zu beschreiten, um die besten Kandidaten rechtzeitig für sich zu gewinnen“, kommentiert Dr. Falk von Westarp, Country Manager Switzerland bei Monster Worldwide, die Entwicklung und ergänzt: „Schweizer Arbeitgeber jeder Grösse rekrutieren heutzutage grenzübergreifend sehr einfach und schnell über international aufgestellte Online-Jobbörsen. Auch den direkten Zugriff auf Social Media Plattformen bieten innovative Jobbörsen inzwischen ihren Kunden an.“

In nachfolgenden Presseinformationen werden weitere Studienresultate kommuniziert:

- Erstmals mehr als sechs von zehn Einstellungen über das Internet
- Erstmals treffen am meisten Bewerbungen über E-Mail ein

#### **Studienpräsentationen und Interviewmöglichkeit**

Im Mai 2010 wird die Studie „Recruiting Trends 2010 Schweiz“ ausführlich einem Fachpublikum präsentiert. Auf Anfrage können sich Journalisten zu diesen Events akkreditieren lassen. Dr. Falk von Westarp, Mitautor der Studienreihe, steht nach den Präsentationen für Interviews und Fragen zur Verfügung:

- Zürich, Widder-Hotel, 5. Mai 2010, 10 – 12.30 Uhr
- Basel, Grand Hotel Les Trois Rois, 6. Mai 2010, 10 – 12.30 Uhr
- Bern, Kultur-Casino, 7. Mai 2010, 10 – 12.30 Uhr

#### **Über die Studienreihe „Recruiting Trends“**

Die „Recruiting Trends 2010 Schweiz“ sind der Ergebnisbericht einer Arbeitgeberbefragung, die Monster.ch beim Centre of Human Resources Information Systems (CHRIS) der Universitäten Bamberg und Frankfurt am Main zum vierten Mal in Auftrag gegeben hat. Im Zeitraum zwischen Oktober und Dezember 2009 wurden die Schweizer Top-500-Unternehmen zum Status Quo im Personalwesen und zu den Einschätzungen der zukünftigen Entwicklungen in den Human Resources befragt. Die Erhebung hat das Ziel, langfristige Trends im Recruiting zu erkennen, besser zu verstehen und wertvolle Handlungsempfehlungen für die Praxis der Personalbeschaffung abzuleiten. Die vollständige Studie kann bei der Monster Switzerland AG über die E-Mail-Adresse [recruitingtrends@monster.ch](mailto:recruitingtrends@monster.ch) kostenlos bezogen werden.

### **Über Monster Schweiz**

Monster Schweiz ([www.monster.ch](http://www.monster.ch)) ist ein führendes Karriere-Portal im Internet mit einem umfassenden Service- und Informationsprogramm rund um Beruf und Karriere. Das Unternehmen bringt Arbeitgeber und qualifizierte Arbeitskräfte auf allen Karrierestufen zusammen und bietet Jobsuchenden passgenaue Unterstützung für die individuelle Karriereplanung. Der Firmensitz der Monster Worldwide Switzerland AG ist Zürich. Die Monster Worldwide Switzerland AG ist ein Tochterunternehmen der Monster Worldwide Inc. mit Sitz in New York. Monster Worldwide ist seit 1994 ein weltweit führendes Portal für Online-Rekrutierung und unterstützt Menschen dabei, ihre Lebensziele zu verwirklichen. Monster Worldwide ist in Märkten in Europa, Nordamerika, Lateinamerika und Asien präsent. Monster Worldwide ist an der New York Stock Exchange gelistet (NYSE: MWW) und im Aktienindex S&P 500 notiert.

### **Akkreditierung und Anfragen für Interviews**

Michel Ganouchi  
Head of Marketing  
Tel. 079 608 63 57

Download der Pressemitteilung: <http://presse.Monster.ch>

### **Weitere Informationen**

Monster Worldwide Switzerland AG  
Michel Ganouchi  
Head of Marketing  
Bändliweg 20, 8048 Zürich  
Tel.: 043 499 44 08, Fax: 043 499 44 44  
E-Mail: [michel.ganouchi@Monster.ch](mailto:michel.ganouchi@Monster.ch)