



Stellenmarkt-Monitor | 2011

Auszüge aus der Forschungsreihe «Stellenmarkt-Monitor Schweiz» des Soziologischen Instituts der Universität Zürich

Inhaltsverzeichnis

- 2 **Seite 3**
Vorwort
- Seite 4**
Trends auf dem Schweizer Stellenmarkt
- Seite 5**
Entwicklung des Stellenangebots
- Seite 7**
Entwicklung des Stellenangebots nach
Berufsgruppen
- Seite 8**
Qualifikationsanforderungen
- Seite 10**
Medienwahl für Stellenausschreibungen
- Seite 13**
Nutzung der Ausschreibungskanäle
- Seite 14**
Datenbasis und Methode
- Seite 15**
Kontakte

Liebe Leserin, lieber Leser

Bereits zum sechsten Mal in Folge legt Ihnen der NZZ-Verlag in Zusammenarbeit mit dem Soziologischen Institut der Universität Zürich den «Stellenmarkt-Monitor Schweiz» vor.

Basierend auf grossen repräsentativen Erhebungen, die jährlich durchgeführt und fortgeschrieben werden, zeigt der «Stellenmarkt-Monitor» Befunde und Entwicklungen im Schweizer Stellenmarkt auf. Das kontinuierliche Monitoring des Stellenmarktes in Presse und Internet erlaubt nicht nur, kurzfristige konjunkturelle Schwankungen zu dokumentieren, sondern auch langfristige Trends zu erkennen.

So zeigt sich in diesem Jahr nicht nur ein grosses Angebot auf dem Stellenmarkt – es ist im Vergleich zum Vorjahr um 25% gestiegen – sondern auch ein besonders anforderungsreiches. Bereits rund 30% aller ausgeschriebenen Stellen setzen eine Ausbildung auf Tertiärniveau voraus, rund 70% erfordern Berufserfahrung.

Gerade diese anspruchsvollen Stellen werden trotz der weiter gestiegenen Bedeutung der Onlineportale noch überdurchschnittlich oft in der Presse ausgeschrieben. Herausragend ist hier die Position der «Neuen Zürcher Zeitung»: Über 70% der dort ausgeschriebenen Stellen erfordern einen Hochschulabschluss, 60% sind Kaderstellen.

Mit NZZ Executive bietet der NZZ-Verlag eine Kaderstellenplattform, die sowohl Insertionsmöglichkeiten in Print als auch im Internet ermöglicht. Anzeigenkunden können Stellenausschreibungen in der «Neuen Zürcher Zeitung», der «NZZ am Sonntag» und weiteren Qualitätstiteln tätigen, und diese mit NZZexecutive.ch im Onlinemarkt optimal ergänzen.

Wir wünschen Ihnen eine angenehme und erkenntnisreiche Lektüre.

Werbemarkt NZZ
und
NZZ-Media – eine Filiale der Publicitas AG

Oktober 2011

4 Dem Schweizer Stellenmarkt geht es 2011 eigentlich sehr gut. Der starke Aufschwung im Jahr 2010 hat den empfindlichen Einbruch von 2009 wettgemacht. Damit bewegt sich das gesamtwirtschaftliche Stellenangebot 2011 wieder fast auf dem Niveau des Booms der ersten Hälfte von 2008. Die Entwicklung ist damit positiver ausgefallen, als dies vor einem Jahr zu erwarten war. Einziger Wermutstropfen ist die derzeit sich abzeichnende Trendwende vor dem Hintergrund wachsender Unsicherheit im europäischen Umfeld.

Breit abgestützte Personalnachfrage

Mit über 25% mehr Stellenangeboten als vor Jahresfrist zeigt sich der Stellenmarkt im März 2011 in ausgezeichneter Verfassung. Bemerkenswert ist, dass dieser Aufschwung berufsfachlich breit abgestützt ist, wobei insbesondere diejenigen Tätigkeitsbereiche davon profitieren, die vorher am stärksten unter dem Konjunkturrückgang zu leiden hatten. Allen voran gilt dies für den Produktionsbereich. Die über den Tiefpunkt der Entwicklung Ende 2009 hinaus anhaltende Zurückhaltung der Unternehmen ist damit überwunden, und die Industrie erweist sich einmal mehr als eine Lokomotive des konjunkturellen Aufschwungs. In absoluten Zahlen am grössten ist die Zunahme seit 2010 bei den Ingenieuren, Technikern und Informatikern – nach dem ganzen kaufmännischen Bereich die Berufsgruppe mit dem grössten Stellenmarktvolumen. Die wichtige Rolle, welche die stark exportorientierte Industrie auf dem Arbeitsmarkt spielt, birgt allerdings die Gefahr, dass die sich verschärfende Krise im Euro-Raum relativ rasch auch auf die Arbeitskräftenachfrage im Inland durchschlagen kann.

Hohe Anforderungen an Stellensuchende – und an die Stellensuche

Das Stellenangebot ist 2011 nicht nur zahlenmässig gross und berufsfachlich breit gestreut, sondern auch ausgesprochen anforderungsreich. Anspruchsvolle Berufe konnten im vergangenen Jahr überdurchschnittlich stark vom Aufschwung profitieren. Bereits rund 30% aller ausgeschriebenen Stellen setzen eine Ausbildung auf Tertiärniveau voraus. Bei den boomenden Ingenieur- und Technikberufen sind es sogar 65%. Zusätzlich unterstreicht die verbreitete Forderung nach Berufserfahrung das sehr hohe Anspruchsniveau. Insgesamt setzen rund 70% aller Stellen Erfahrung voraus, bei den bereits erwähnten Ingenieuren und technischen Fachkräften sind es sogar über 80%. Ein Ausdruck der Intensität, mit der gut qualifiziertes Personal gesucht werden muss, ist der Umstand, dass über 60% aller Stellen gleichzeitig in mehreren der untersuchten Medien inseriert werden (in der Presse, auf einem Internet-Stellenportal oder der firmeneigenen Webseite).

Grosse Unterschiede

zwischen den Ausschreibungsmedien

In der Praxis der Stellenausschreibung hat sich der seit längerem anhaltende Trend weg von den Printinseraten hin zu den Onlinemedien nochmals verstärkt. In der Folge haben die Stellenanzeiger in den Zeitungen diesmal nicht vom Aufschwung in der Arbeitskräftenachfrage profitiert. Zurückgegangen ist nicht nur der Anteil an Stellen, die ausschliesslich in der Presse ausgeschrieben werden, sondern die Zeitungen haben zudem ihre Bedeutung als Parallelmedium zu den firmeneigenen Webseiten eingebüsst. Diese Rolle haben verstärkt die Onlineportale übernommen, deren Stellenvolumen sich in den letzten fünf Jahren durchwegs besser entwickelte

als der Gesamtstellenmarkt. Ausgesprochen gross sind indes die Unterschiede bezüglich der Art der in den verschiedenen Medien ausgeschriebenen Stellen. Während in spezialisierten Titeln wie der NZZ ein weit überdurchschnittlicher Anteil an anspruchsvollen Stellen ausgeschrieben wird, finden sich kleine Zeitungen und lokale Anzeiger am anderen Ende des Spektrums. Obwohl es auch spezialisierte Stellenportale gibt, sind die Differenzen bezüglich der ausgeschriebenen Stellen dort deutlich weniger gross als zwischen unterschiedlichen Presstiteln. Wie bereits vor einem Jahr müssen wir diesen Rückblick auf die Stellenmarktentwicklung mit einem unsicheren Ausblick schliessen. Noch stärker als 2010 erscheinen die konjunkturellen Aussichten mit Blick auf die internationalen Entwicklungen doch bereits ziemlich eingetrübt. In diesem herausfordernden Umfeld beobachtet und analysiert der Stellenmarkt-Monitor Schweiz weiterhin langfristige Verschiebungen und aktuelle Trends des betrieblichen Personalbedarfs. Wir freuen uns, Ihnen in Zusammenarbeit mit dem Verlag der Neuen Zürcher Zeitung wiederum eine Auswahl von Ergebnissen präsentieren zu können.

Stellenmarkt-Monitor Schweiz
Alexander Salvisberg

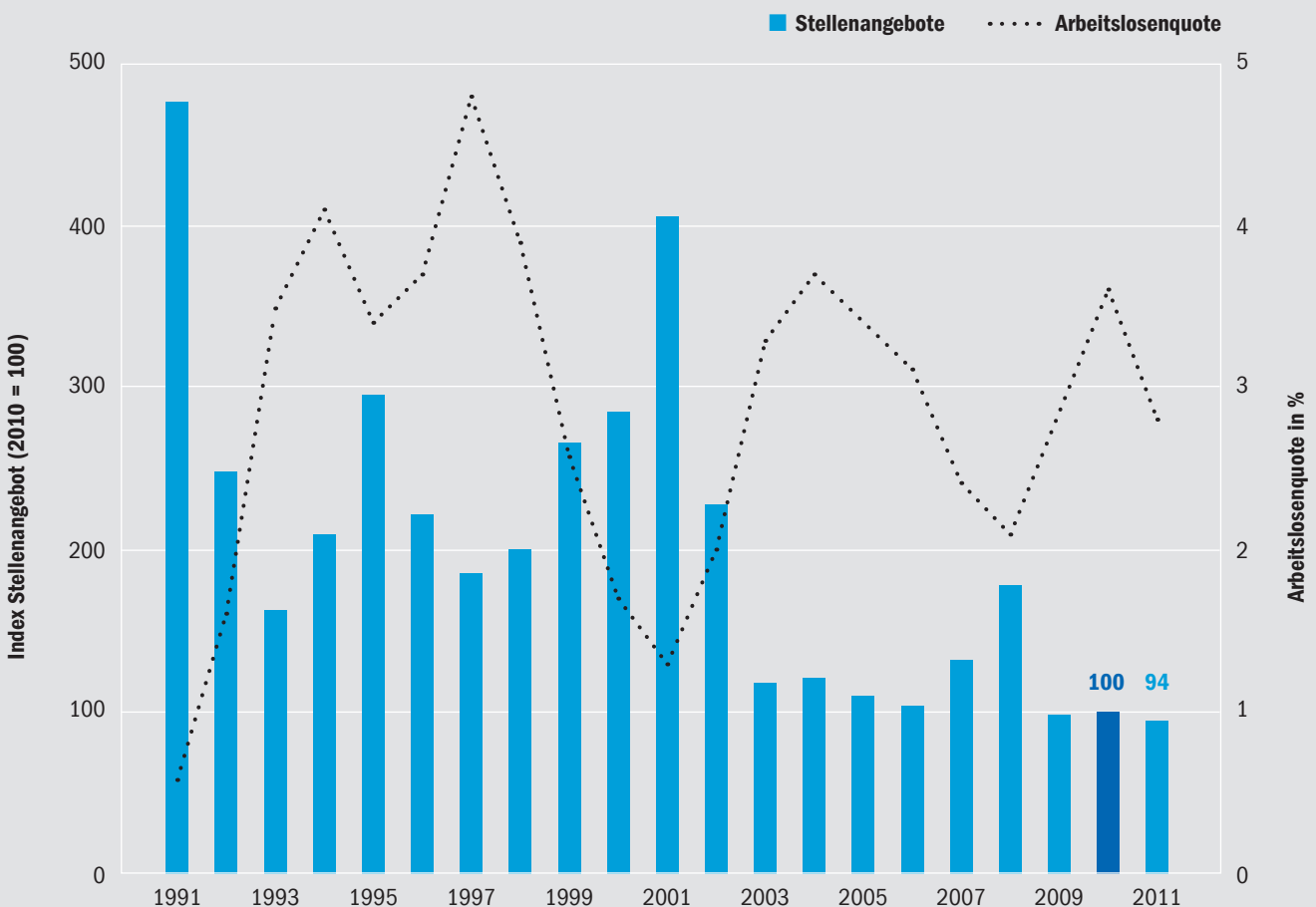
Entwicklung des Stellenangebots

Das Stellenangebot in der Presse stagniert seit drei Jahren auf tiefem Niveau, und entsprechend dünn erscheinen die Stellenanzeigen in den Tageszeitungen. In der Vergangenheit hat die Anzahl ausgeschriebener Stellen in den Printmedien immer sehr sensibel auf konjunkturelle Schwankungen reagiert. Abbildung 1 zeigt deutlich den Zusammenhang von Stellenausschreibungen (beruhend auf repräsentativen Inserateauszählungen für die Deutschschweizer Presse im März jedes Jahres) und Arbeitslosenzahlen

(März-Zahlen Deutschschweiz gemäss Seco) seit 1991. Die jeweiligen Tiefpunkte in der Arbeitslosenquote korrespondieren mit den Maxima des Stellenangebots in den Jahren 1991, 2001 und 2008. Die Zahl der in der Presse ausgeschriebenen Stellen reagiert seit dem grossen Einbruch 2002/03 indessen nur noch stark abgeschwächt auf die konjunkturelle Entwicklung. Der arbeitsmarktliche Boom von 2008 liess die Inseratezahl zwar nochmals deutlich ansteigen, ohne allerdings auch nur in die Nähe des Niveaus von 2001 oder gar 1991 zu gelangen.

Und schliesslich konnten die Printmedien von der arbeitsmarktlich sehr positiven Entwicklung im Jahr 2011 überhaupt nicht profitieren. Dadurch ist die Personalsuche in der Presse zwar keineswegs bedeutungslos geworden, aber das zentrale Medium in diesem Bereich heisst nun endgültig Internet (vgl. dazu Abbildungen 6 bis 9).

ABBILDUNG 1: STELLENANGEBOTE IN DER PRESSE (1991-2011)

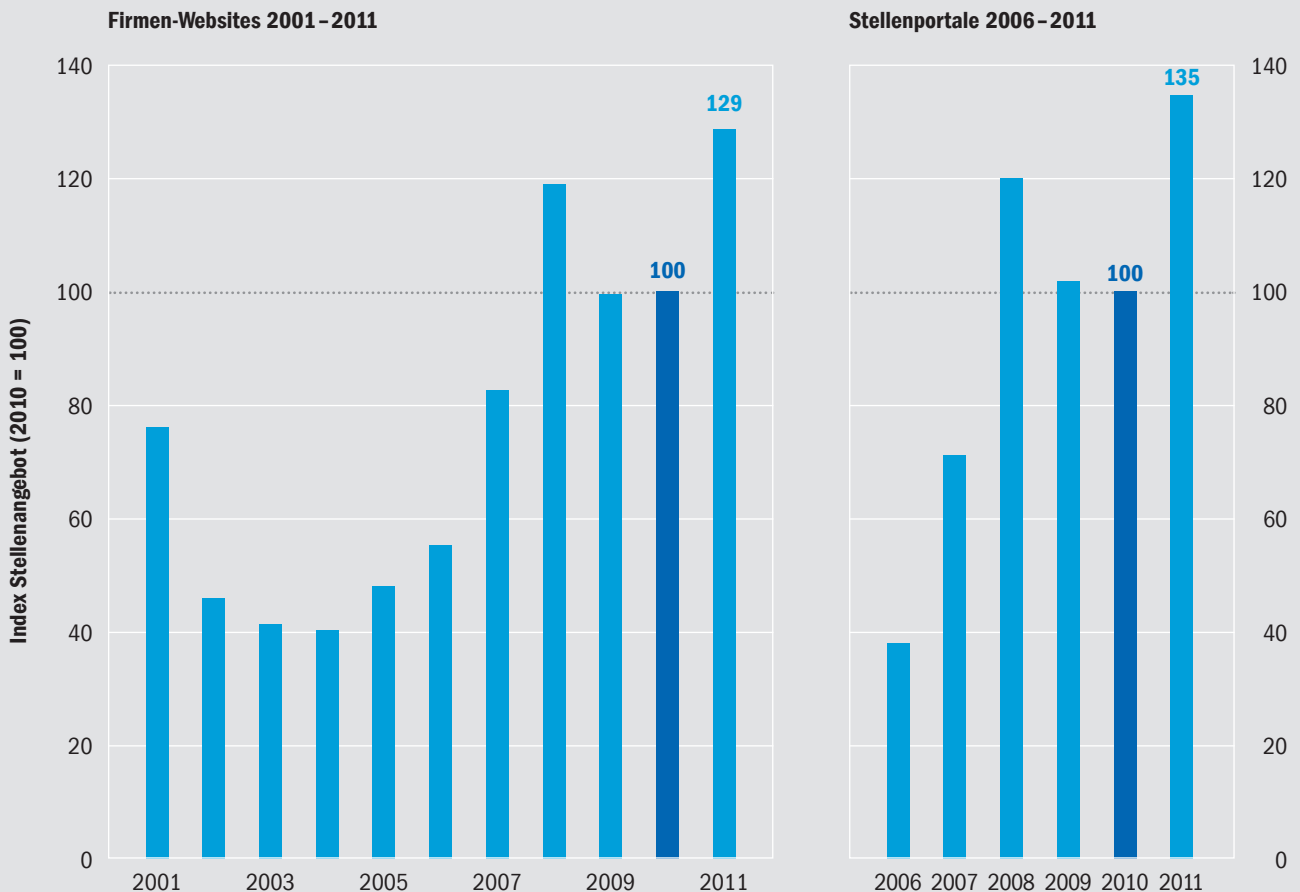


6 Wie stark sich das Stellenangebot im Vergleich zum Vorjahr ausgeweitet hat, zeigen die Zahlen der Erhebung im Internet. Sowohl auf den firmeneigenen Webseiten, als auch auf den Stellenportalen werden im März 2011 rund ein Drittel mehr Jobs angeboten als 2010. Der Effekt der stark anziehenden Nachfrage auf dem Stellen-

markt wird durch den Bedeutungsgewinn der Internetmedien im Vergleich zum Printbereich noch verstärkt, so dass auf den Firmen-Webseiten und den Stellenportalen 2011 sogar das Stellenaufkommen des Jahres 2008 übertroffen wird. Im mehrjährigen Vergleich wird zudem deutlich, dass die Stellenportale von dieser Entwicklung noch stärker profitieren als

die Firmenseiten. Insbesondere in Expansionsphasen überflügelt die Zunahme des Ausschreibungsvolumens auf den Stellenportalen diejenige der Firmenseiten.

ABBILDUNG 2: STELLENANGEBOTE IM INTERNET



Entwicklung des Stellenangebots nach Berufsgruppen

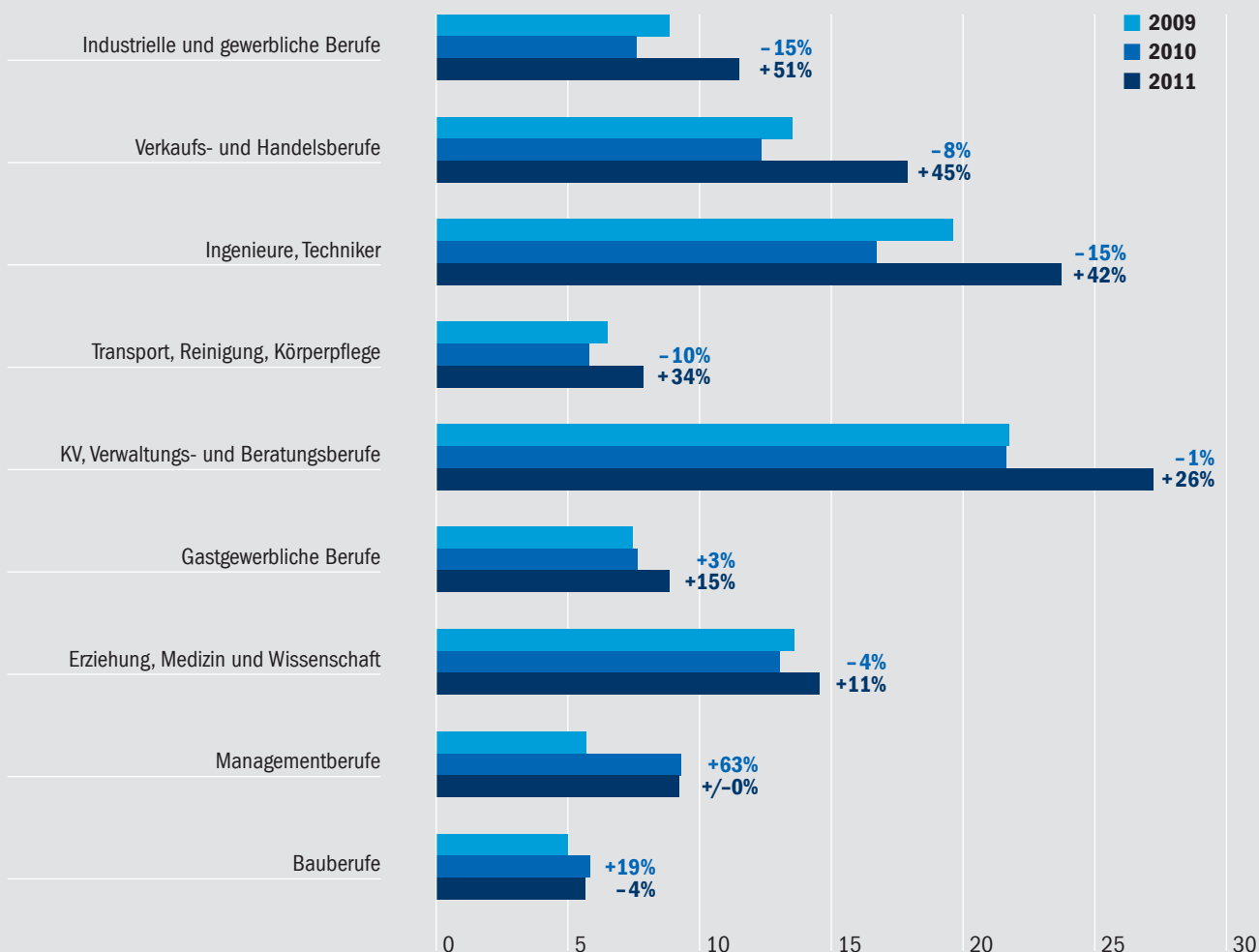
Alles in allem ist das Stellenangebot in der Schweiz seit 2010 um gut 25% gewachsen. Die meisten Berufsgruppen haben von dieser positiven Entwicklung profitiert. Am stärksten gestiegen ist das Stellenangebot bei den industriellen und gewerblichen Berufen (hier vor allem in den Bereichen Metall-, Maschinen- und Fahrzeugbau), den Verkaufs- und Handelsberufen sowie bei den Ingenieuren, technischen Fachkräften und den Informatikerberufen. Ebenfalls überdurchschnittlich

zugelegt haben die Berufe in Transport, Reinigung und Körperpflege (wo vor allem die Bereiche Transport und Körperpflege gewonnen haben). Stagnierend (oder gar leicht rückläufig) ist das Stellenangebot bei den Managementberufen (wo sowohl die höheren Kader als auch die Personalfachleute einen Rückgang verzeichnen) und den Bauberufen (hier werden vor allem bei den Ausbauberufen weniger Leute gesucht). Beiden ist aber gemeinsam, dass sie bereits im Vorjahr eine deutliche Zunahme verzeichnen konnten, während diejenigen Berufe, bei denen der

Personalbedarf 2011 am meisten gestiegen ist, vorher den stärksten Rückgang hinnehmen mussten. Die bereits 2010 einsetzende Erholung auf dem Stellenmarkt erfasst demnach den industriellen und technischen Bereich mit Verzögerung. Unterdessen sind diese Berufe, zusammen mit den Verkaufsberufen, die eine ganz ähnliche Entwicklung zeigen, aber die wichtigsten Träger des arbeitsmarktlichen Aufschwungs.

ABBILDUNG 3: TRENDS DER BERUFSGRUPPEN (2009-2011)

Indexierte Anteile (alle Stellen 2010 = 100)



Qualifikationsanforderungen

8 Sowohl die sich laufend verändernde Zusammensetzung des Stellenangebots nach Berufsgruppen als auch neue Anforderungen für dieselben Tätigkeiten führen über die Zeit zu Verschiebungen im allgemeinen Qualifikationsgefüge. Abbildung 4 zeigt die Entwicklung der durchschnittlichen qualifikatorischen Anforderungen in den Stellenausschreibungen in Presse und Internet seit 2001. Wenn auch die kurzfristigen Veränderungen gering sind, lassen sich über die letzten zehn Jahre doch einige Trends erkennen. Die Stellen, die auch ohne überobligatorische Ausbildung zugänglich sind, zeigen eine leicht rückläufige Tendenz. Dass deren Anteil nach wie vor fast 30% beträgt, hat damit zu tun, dass gerade unqualifizierte Stellen vergleichsweise häufig öffentlich ausgeschrieben werden. Gleichzeitig richtet sich ein von rund 18 auf 29 Prozent deutlich wachsender Anteil der Stellenangebote an Personen, die eine höherer Ausbildung mitbringen, meist einen Fachhochschul- oder Universitätsabschluss. Nur minimal an Bedeutung verliert die Berufslehre und behauptet sich damit durchgehend als das wichtigste Qualifikationsniveau auf dem Schweizer Stellenmarkt. Der auffälligste Trend allerdings findet sich bei der Forderung nach Berufserfahrung. Insgesamt betrifft dies heute über 60% aller Stellenangebote, was natürlich insbesondere Ausbildungsabgängern den Berufseinstieg deutlich erschwert.

Hinter durchschnittlichen Qualifikationsanforderungen, wie sie in Abbildung 4 dargestellt sind, verstecken sich selbstredend grosse Differenzen zwischen einzelnen Tätigkeitsbereichen. Abbildung 5 vergleicht die entsprechenden Anforderungen an Ausbildung und Erfahrung für zwölf Berufsgruppen auf Basis der Jahre 2010/11. Zunächst fällt auf, dass die Anforderungen auf den beiden erfassten Qualifikationsdimensionen eng miteinander verknüpft sind: Je anspruchsvoller eine Stelle in Bezug auf die formale Ausbildung ist (horizontale Achse), desto eher wird zusätzlich auch noch Erfahrung vorausgesetzt (vertikale Achse). Der Nullpunkt des dargestellten Koordinatensystems steht für die durchschnittlichen Qualifikationsanforderungen über alle Stellen. Bei der Ausbildung steht dieser Durchschnitt für eine drei- bis vierjährige Berufslehre, bei der Erfahrung für eine Tätigkeit, bei der in rund 60% aller Fälle Berufserfahrung vorausgesetzt wird. Nahe bei diesem Durchschnittswert sind die industriellen und gewerblichen Berufe und die Berufe im Bau- und Ausbaugewerbe angesiedelt. Bezüglich Ausbildung und Erfahrung stark überdurchschnittliche Anforderungen finden sich bei Managementberufen, bei den Ingenieuren und technischen Spezialisten sowie den Dienstleistungskaufleuten (das Feld oben rechts in der Abbildung), wo oft eine Tertiärausbildung verlangt und in über 80% der Fälle zusätzlich Erfahrung vorausgesetzt wird. Unterdurchschnittlich anspruchsvoll sind demgegenüber die Berufe in der Landwirtschaft, im Gastgewerbe und am ausgeprägtesten in Reinigung, Körperpflege und Haushalt, wo auch die meisten unqualifizierten Stellen zu finden sind (unten links). Unterdurchschnittlich in Bezug auf die Erfahrungsanforderung sind die Stellen im Bereich

Lager, Transport und Sicherheit, welche allerdings in Bezug auf die Ausbildung im Durchschnittsbereich liegen, sowie die Berufe in Gesundheit und Erziehung mit stark überdurchschnittlichen Ausbildungsanforderungen. Gerade umgekehrt ist es im Verkauf, wo häufig Erfahrung, aber seltener eine Ausbildung vorausgesetzt wird. Bei kaufmännischen Angestellten wird bei durchschnittlichem Ausbildungsniveau überdurchschnittlich häufig Erfahrung verlangt.

ABBILDUNG 4: AUSBILDUNGSANFORDERDUNGEN (2001-2011)

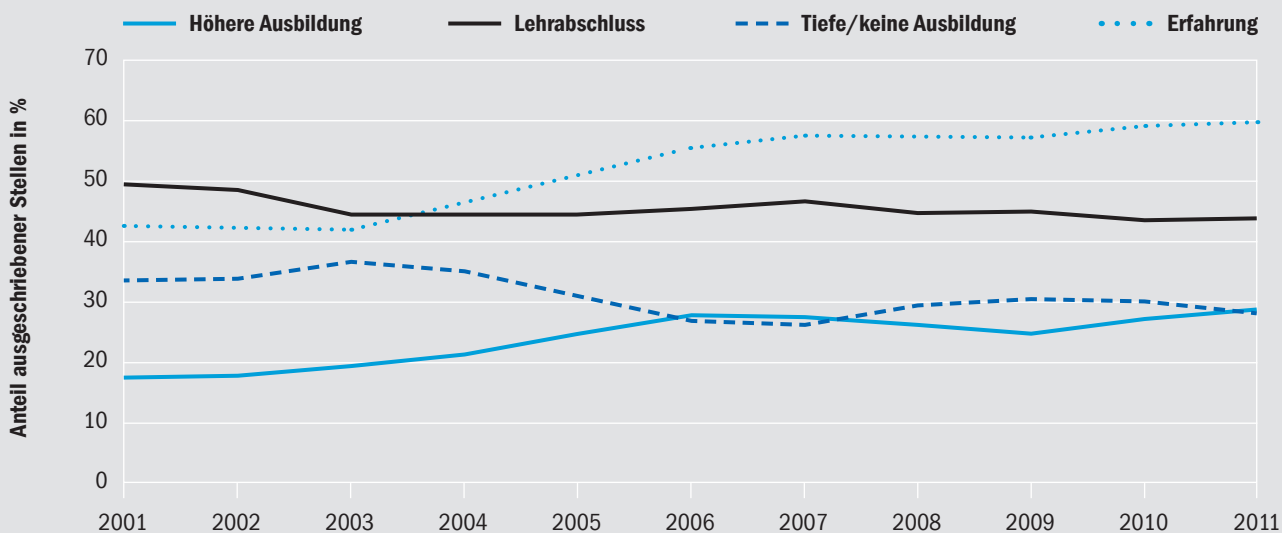
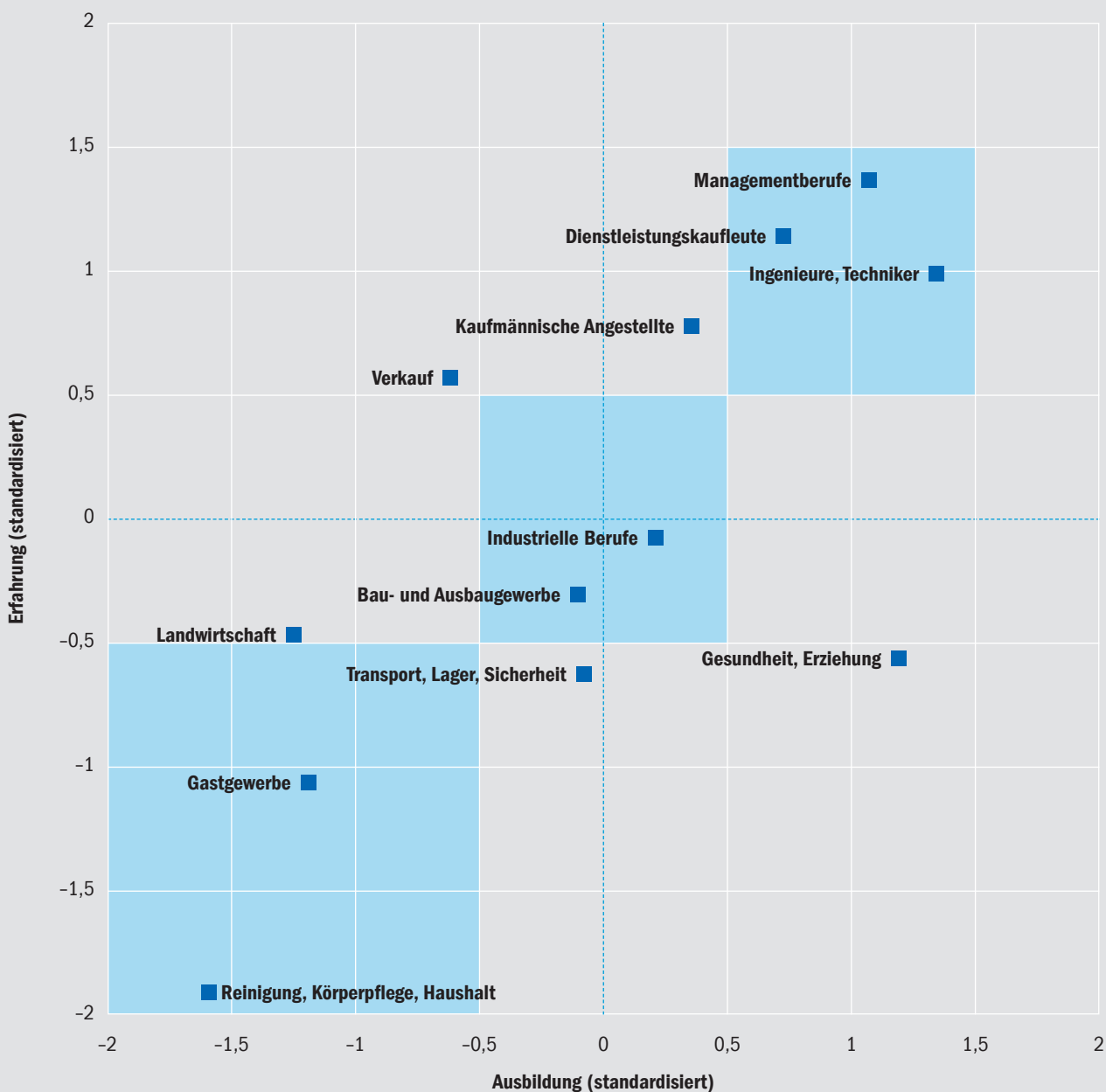


ABBILDUNG 5: ANFORDERDUNGEN AN AUSBILDUNG UND ERFAHRUNG NACH BERUFSGRUPPEN (2010/2011)



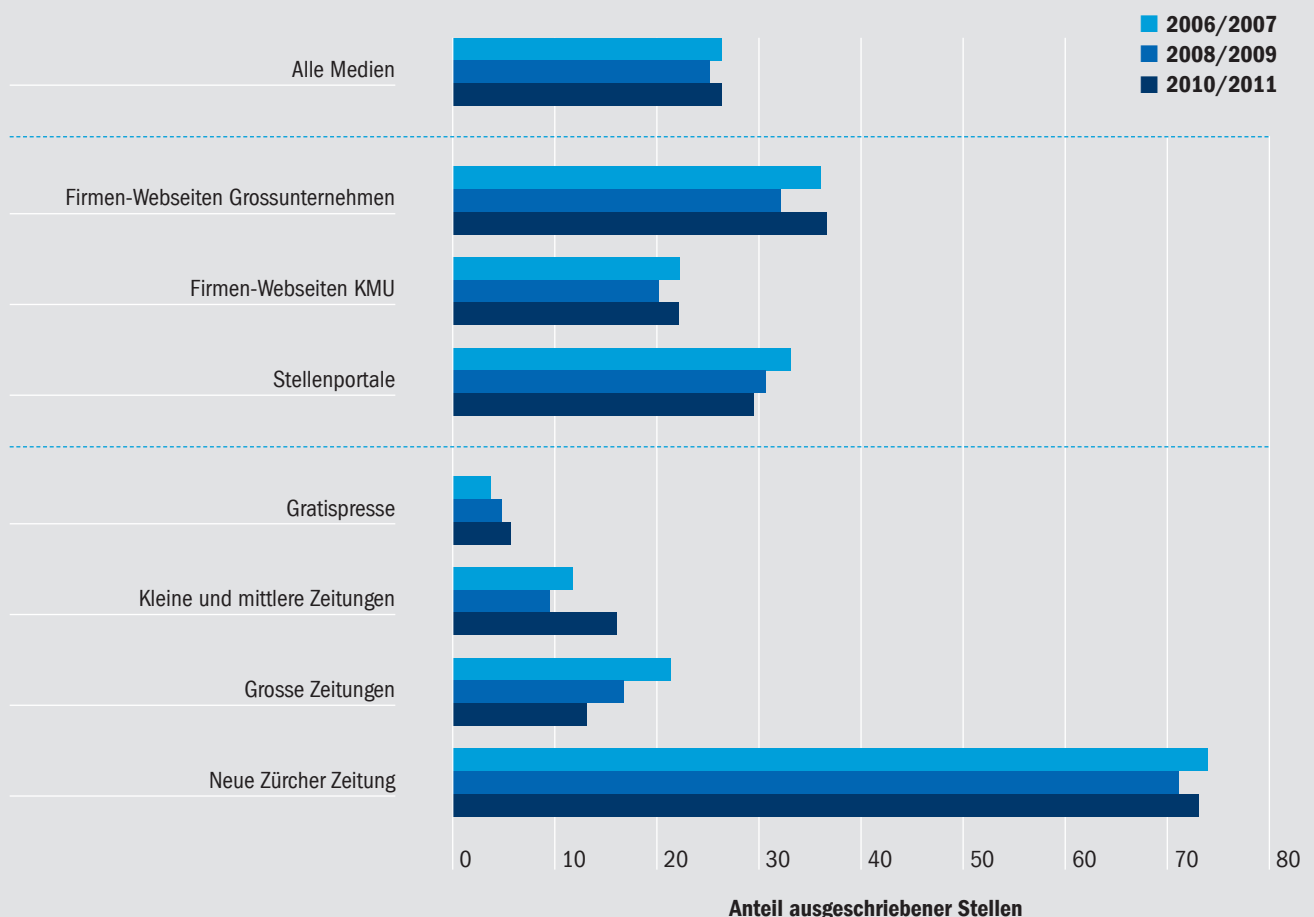
Medienwahl für Stellenausschreibungen

10 Ein personalsuchendes Unternehmen hat unterschiedliche Möglichkeiten für die Ausschreibung einer offenen Stelle. Neben den verschiedenen Presstiteln, die jeweils spezifische Gruppen potenzieller Bewerber ansprechen, bieten sich die internetbasierten Stellenportale an oder die Ausschreibung auf der firmeneigenen Webseite (vgl. Abbildung 9). Im Folgenden werden Unterschiede zwischen den verschiedenen Medien in Bezug auf die Art der ausgeschriebenen Stellen unter die Lupe genommen. Zuerst fragen wir, wie häufig welche Medien für Stellen, die einen Hochschulabschluss voraussetzen, gewählt werden (Abbildung 6). Insgesamt richtet sich rund ein Viertel aller Stellen an Stellensu-

chende mit einem Fachhochschul- oder Universitätsabschluss. Dieser Wert ist in den letzten Jahren etwa stabil geblieben, und entsprechend gering sind auch die Veränderungen über die Zeit bei den hier unterschiedenen Ausschreibungsmedien. Einzige Ausnahme sind diesbezüglich die Zeitungen, bei denen in der jüngsten Phase der Anteil Stellen mit Hochschulbildung bei den Titeln mit einer Auflage von weniger als 75 000 sogar grösser ist als im Durchschnitt der grossen Presstitel. Die traditionellerweise deutliche Differenzierung zwischen den Zeitungstypen, wo anspruchsvolle Stellen bevorzugt in den auflagestarken Zeitungen erschienen, hat offenbar an Bedeutung verloren. Dass dies allerdings nicht generell zutrifft, zeigt der

Vergleich mit der zu den grossen Titeln zählenden «Neuen Zürcher Zeitung». In diesem nach wie vor auf anspruchsvolle Stellen spezialisierten Blatt finden sich durchgehend über 70% Stellen mit Hochschulbildung. Bei den internetbasierten Medien fällt auf, dass Grossunternehmen (mit mehr als 250 Mitarbeitenden) deutlich häufiger Mitarbeiter mit Hochschulabschluss suchen als kleine und mittlere Unternehmen. Die Stellenportale verzeichnen einen geringen Rückgang des Hochschulstellenanteils, was in erster Linie eine Folge davon ist, dass zunehmend auch weniger qualifizierte Stellen auf den Portalen ausgeschrieben werden und sich der Stellenmix damit dem allgemeinen Durchschnitt angleicht.

ABBILDUNG 6: AUSSCHREIBUNG VON STELLEN MIT HOCHSCHULBILDUNG IM MEDIEN- UND ZEITVERGLEICH

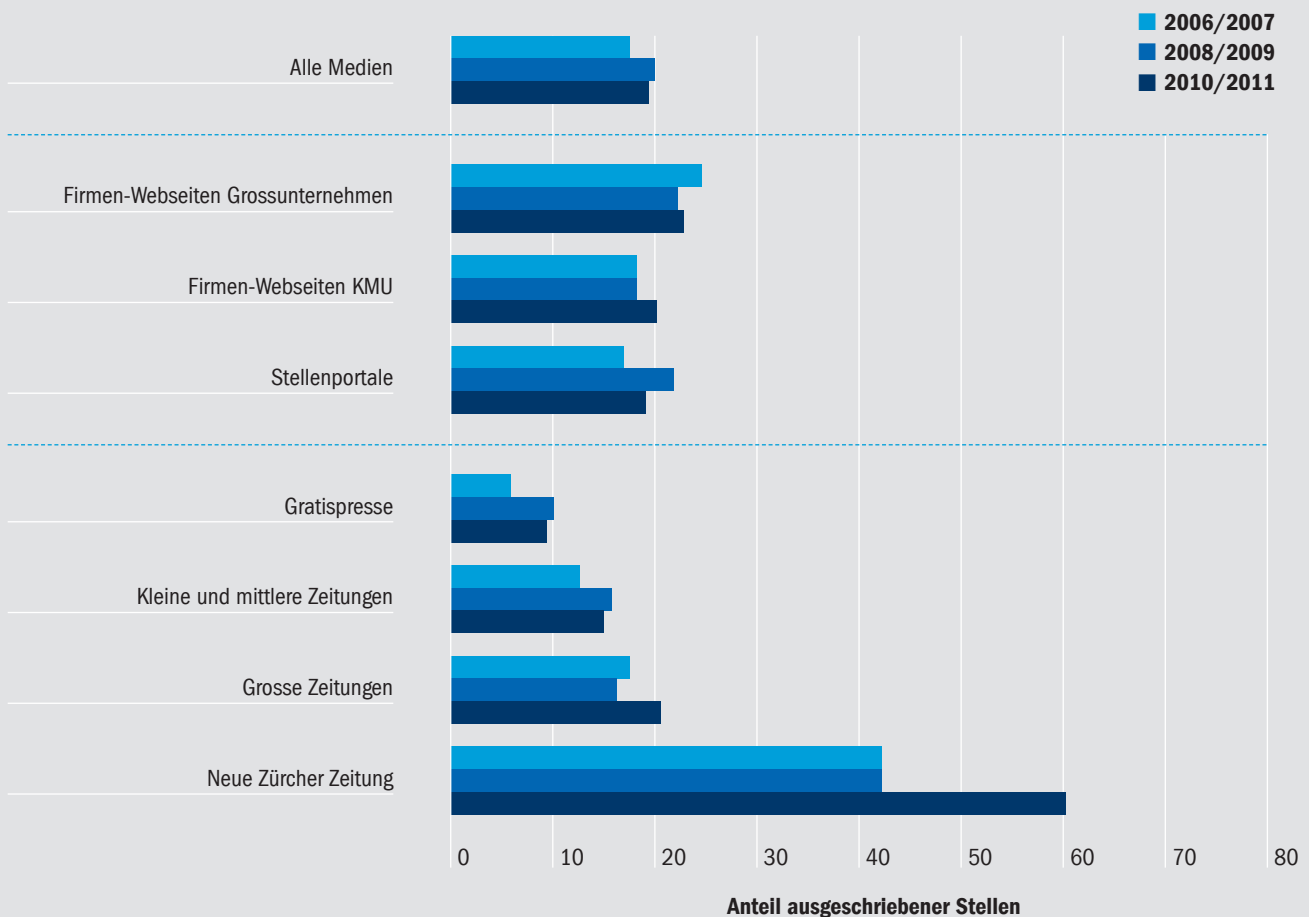


Knapp ein Fünftel aller Stellenangebote beziehen sich auf Kaderstellen (Abbildung 7). Auch hier sind die Veränderungen in der Ausschreibungshäufigkeit über die letzten Jahre gering, obwohl langfristig eine wachsende Zahl von Vorgesetztenpositionen öffentlich ausgeschrieben wird. Die Unterschiede zwischen den

verschiedenen Medien sind weniger gross als bei den Stellen mit Hochschulbildung. Auffallend ist, dass der Kaderstellenanteil in den grossen Zeitungen in der jüngsten Periode etwas zugenommen hat. Herausragend ist hier der Zuwachs bei der «Neuen Zürcher Zeitung», wo unterdessen rund 60% aller Stellenangebote eine Position mit Vorgesetztenfunktion betreffen.

Es scheint, dass sich in Bezug auf die Art der ausgeschriebenen Stellen die Spezialisierung der Pressetitel in jüngster Zeit weiter akzentuiert, während die Internetkanäle als Ganzes die Tendenz zeigen, sich in der Zusammensetzung der Stellen dem Durchschnitt anzunähern.

ABBILDUNG 7: AUSSCHREIBUNGEN VON KADERSTELLEN MEDIEN- UND ZEITVERGLEICH

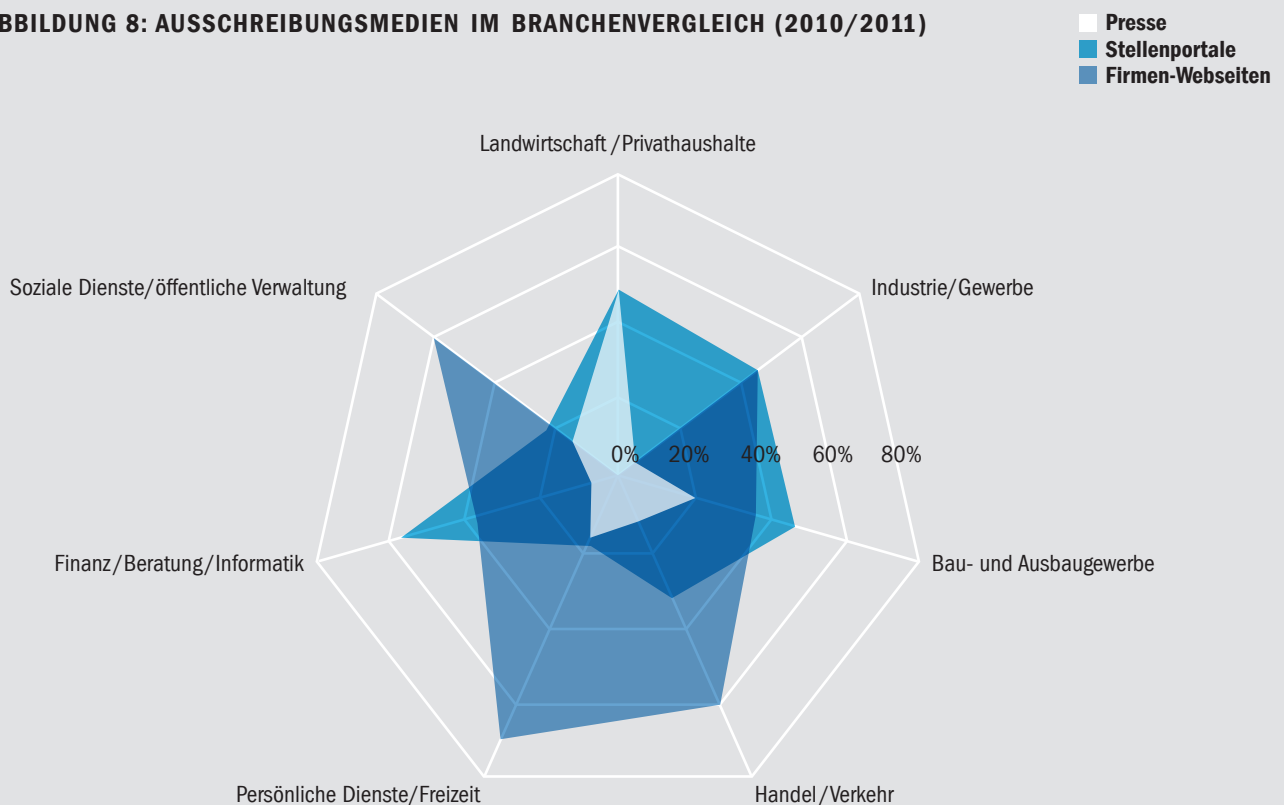


12 Die verschiedenen Wirtschaftszweige unterscheiden sich markant in Bezug auf die für die Stellenausschreibungen gewählten Medien. Abbildung 8 zeigt, wie sich das Stellenaufkommen von sieben Branchen auf die drei Ausschreibungskanäle verteilt. Die Presse verzeichnet einzig bei den Stellen in Landwirtschaft und Privathaushalten einen bedeutenden Anteil (50%), der sich vor allem dem Umstand verdankt, dass privates Reinigungs- und Betreuungspersonal fast ausschliesslich über Presseinserate gesucht wird. Landwirtschaftliche Stellen

werden seit kurzem vermehrt auch auf Stellenportalen ausgeschrieben. Für die Presse zahlenmässig ebenfalls wichtige Inserenten kommen von Anbietern sozialer und persönlicher Dienstleistungen (hier vor allem das Gastgewerbe) und aus dem Bau- und Ausbaugewerbe. Doch in allen diesen Branchen sichern sich Firmenseiten oder Stellenportale einen wesentlich grösseren Anteil. Im Gastgewerbe und im Verkauf wird nun auch der Grossteil der Stellen direkt auf den Firmenseiten ausgeschrieben. Dies ist eine Folge davon, dass es unterdessen auch für kleinere Betriebe zu einer Selbstverständlichkeit geworden ist, eine eigene Webseite zu

unterhalten. Andererseits fällt auf, dass sich in diesen Branchen, wie auch im sozialen Bereich, die Stellenportale bisher nicht in dem Mass durchsetzen konnten wie im industriellen und gewerblichen Bereich. Herausragend mit fast 60% Anteil an allen ausgeschrieben Stellen ist die Bedeutung der Portale im Bereich Finanzen, Beratung und Informatik. Ein Grund dafür ist, dass in diesen Branchen Stellen überdurchschnittlich häufig über Personaldienstleister ausgeschrieben werden, die ihre Angebote wiederum bevorzugt auf Stellenportalen placieren.

ABBILDUNG 8: AUSSCHREIBUNGSMEDIEN IM BRANCHENVERGLEICH (2010/2011)



Nutzung der Ausschreibungskanäle

Die in den Abbildungen 6 bis 8 dargestellten grossen Unterschiede zwischen den verschiedenen Medien beleuchten nur eine Seite der Ausschreibungspraxis. Die Entscheidung eines Unternehmens, wo eine offene Stelle ausgeschrieben werden soll, ist heute nämlich in erster Linie eine Entscheidung darüber, wie die verschiedenen Kanäle idealerweise zu kombinieren sind. Abbildung 9 fasst die Ergebnisse der jährlichen Unternehmensbefragung zur Praxis der Personalsuche des Stellenmarkt-Monitors Schweiz zusammen. Die Zahlen zeigen, dass rund 63% aller Stellenangebote gleichzeitig auf mehr als einem Kanal ausgeschrieben werden, rund 17% aller Stellen erscheinen sogar in allen drei Kanälen. Dies weist auf eine

grosse Suchintensität hin und spiegelt die über konjunkturelle Schwankungen hinweg zu beobachtende anhaltende Schwierigkeit, für anspruchsvolle Positionen adäquat qualifizierte Mitarbeitende zu finden. Die markanteste Veränderung bezüglich der Ausschreibungspraxis ist der starke Rückgang der Kombination Firmenseite-Presse und die gleichzeitige deutliche Zunahme der Kombination Firmenseite-Stellenportale. Für gut einen Drittel aller Stellenangebote wird heute die parallele Ausschreibung auf einer Firmenseite und einem Stellenportal gewählt. Somit ist dies mit Abstand die beliebteste Art, auf eine offene Stelle aufmerksam zu machen. Der Anteil der Stellen, die ausschliesslich in der Presse ausgeschrieben werden, hat sich in den letzten fünf Jahren von 13 auf 7% beinahe halbiert. Bei

diesen Werten ist allerdings zu beachten, dass die für die Presseinserate wichtigen Privathaushalte in der Unternehmensbefragung nicht berücksichtigt sind. Deutlich zugenommen hat dank der Kombination mit den Firmenseiten das Gewicht der Stellenportale, bei denen aber der Anteil exklusiver Anzeigen mit 8% nach wie vor gering ist. Die Kombination Presse - Stellenportale, die auch 2006/07 lediglich 10% der Ausschreibungen auf sich vereinen konnte, hat mit 6% nun noch weniger Gewicht. Die Firmen-Webseiten konnten sowohl bei ihrem Gesamtanteil (von 72 auf 79%) als auch beim Exklusivanteil (von 19 auf 22%) nochmals leicht zulegen und bleiben der zahlenmässig wichtigste Ausschreibungskanal.

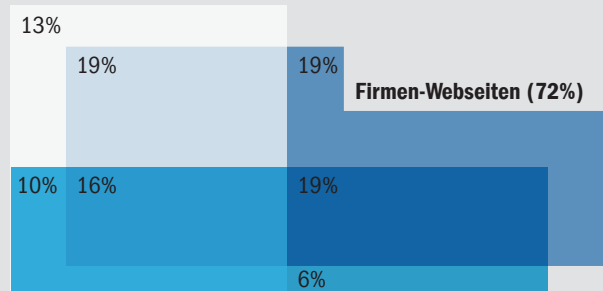
13

ABBILDUNG 9: STELLENMARKTANTEILE DER AUSSCHREIBUNGSMEDIEN IM ZEITVERGLEICH

■ Presse
■ Stellenportale
■ Firmen-Webseiten

2006/2007

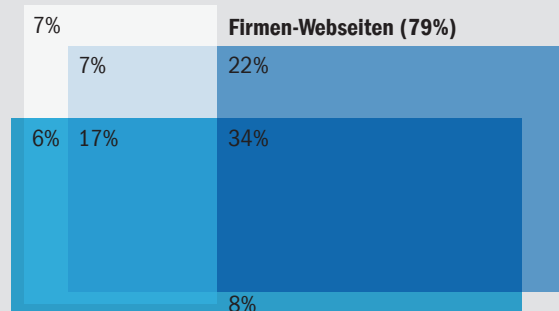
Presse (57%)



Stellenportale (50%)

2010/2011

Presse (37%)



Stellenportale (64%)

Die Prozentwerte bezeichnen Anteile an allen ausgeschrieben Stellen. Wegen der Mehrfachauschreibungen addieren sich die Werte der drei Kanäle zu mehr als 100%.

14 Der Stellenmarkt-Monitor Schweiz am Soziologischen Institut der Universität Zürich (Lehrstuhl Prof. Dr. Marlis Buchmann) befasst sich mit der kontinuierlichen Beobachtung und Analyse des Stellenmarktes in der Presse und auf dem Internet. Ausführlichere Informationen dazu finden sich unter www.stellenmarkt-monitor.uzh.ch.

Grundlage für die hier präsentierten Zahlen und Einschätzungen bilden vier Erhebungen, die jedes Jahr aktualisiert werden:

1. Die Presseerhebung erfasst seit 1950 jährlich eine repräsentative Stichprobe von gut 650 Stellenangeboten aus der Deutschschweizer Presse. Die Erhebung findet jeweils in der zweiten Märzwoche statt und umfasst seit 2001 auch die Romandie und das Tessin mit zusätzlich rund 200 erfassten Stellen.

2. Die Erhebung des Stellenangebots auf Firmen-Webseiten umfasst eine repräsentative Auswahl von jährlich gut 1800 Stellenangeboten (bis 2009 jeweils gut 700 Stellen) von firmeneigenen Webseiten. Sie beruht auf einer Stichprobe von rund 1200 Unternehmen aus der ganzen Schweiz und wird seit 2001 jeweils parallel zur Presse-Erhebung durchgeführt.

3. Die Erhebung des Stellenangebots auf internetbasierten Stellenportalen schliesst ab 2006 sämtliche Portale ein, die einen nennenswerten Anteil an ausgeschriebenen Stellen auf sich vereinen. Die jährliche Stichprobe mit derzeit rund 1500 Stellenangeboten (bis 2009 jährlich rund 500 Stellen) wird ebenfalls in der zweiten Märzwoche erfasst.

4. Seit 2001 wird unter den 1200 Unternehmen, welche die Basis des Webseiten-Panels bilden, zusätzlich eine jährliche Firmenbefragung zur Praxis der Personalsuche durchgeführt. Bei einem Rücklauf von rund 60% beruhen die diesbezüglichen Auswertungen auf den Angaben aus gut 700 Unternehmen und Organisationen pro Jahr.

Auf Basis der Firmenbefragung werden die Anteile an Stellen bestimmt, die gleichzeitig auf mehreren Kanälen (Presse, Stellenportale, Firmen-Webseiten) ausgeschrieben sind. Diese Werte dienen auch dazu, die Auszählung auf den drei Kanälen so zu gewichten, dass Mehrfachausreibungen herausgerechnet werden.

Für die vorliegenden Auswertungen wurden Lehr- und Praktikumsstellen (Ausnahmen: Abbildungen 1, 2 und 9) sowie Stellenangebote mit ungenügenden oder nicht klassifizierbaren Angaben ausgeschlossen.

Die Abbildungen 1 und 2 stützen sich nicht auf die Stichprobenerhebungen, sondern auf die vollständigen Auszählungen der pro Kanal in der Stichwoche inserierten Stellen. Abbildung 1 beruht auf den Zahlen zur Deutschschweizer Presse (die als einzige bereits vor 2001 verfügbar sind), während die anderen Auswertungen jeweils die Stellenausschreibungen von allen drei Kanälen der ganzen Schweiz berücksichtigen. Einzige Ausnahme ist Abbildung 4, die sich auf die Presse und die Firmenseiten stützt, da die Zahlen der Stellenportale erst ab 2006 vorliegen. Wie bei jeder Stichprobenerhebung sind auch die dargestellten Resultate mit Stichprobenfehlern behaftet. Um die Resultate besser abzustützen, werden für die Abbildungen 5 bis 8 jeweils Werte ausgewiesen, die sich auf Zweijahresperioden beziehen. Aus demselben Grund zeigt Abbildung 4 gleitende Dreijahresmittelwerte.

Kontakte

Stefanie Oechslin

Leiterin Rubrikenmarkt
soechslin@nzzmedia.ch
Telefon 044 258 13 00

Klaus Amrein

Kundenberater Kantone AR/AI, FL,
GL, GR, SG, SH, TG, TI, ZH
kamrein@nzzmedia.ch
Telefon 044 258 13 59

Daniel Wiprächtiger

Kundenberater Kantone AG, BE,
BL/BS, FR, GE, JU, LU, NE, NW/OW,
SO, SZ, UR, VD, VS, ZG
dwipraechtiger@nzzmedia.ch
Telefon 044 258 13 91

Anzeigenmarkt

anzeigen@nzzmedia.ch

NZZ Executive – der Kaderstellenmarkt in Print und Online

NZZ Executive

Der Kaderstellenmarkt
der «Neuen Zürcher Zeitung»
und der «NZZ am Sonntag»

NZZ Executive BusinessCombi

NZZ Executive, erweitert durch «Le Temps»

NZZexecutive.ch

Der Online-Stellenmarkt der NZZ

