

employer brand  
research 2019



landsrapport  
sverige.

 randstad

human forward.

# innehåll.

- 1 inledning
- 2 landsresultat
- 3 sektorbaserade insikter
- 4 de mest attraktiva arbetsgivarna
- 5 djupdykning



# inledning.



# därför är employer branding viktigt.



Företag med positiva arbetsgivarvarumärken får dubbelt så många ansökningar som företag med negativa varumärken. De spenderar dessutom mindre pengar på sina anställda.<sup>1</sup>

50%

av kandidaterna uppger att de inte vill arbeta för ett företag som har dåligt rykte – även om det innebär en högre lön.<sup>1</sup>

96%

instämmer i att ett företags kultur måste stämma överens med deras personliga värderingar för att de ska känna sig nöjda med arbetsplatsen.<sup>3</sup>

80%

av arbetsgivarna instämmer i att ett starkt employer brand har stor betydelse för att attrahera rätt medarbetare.<sup>2</sup> Människor arbetar för företagskulturer och inte för företag, så hur arbetsgivare uppfattas är av största vikt. Både rekryterare och kandidater uppger att företagskulturen är en av de viktigaste faktorerna vid val av arbetsgivare. Det är även viktigt med en öppen företagskultur – kandidater tar aktivt reda på mer om företagets kultur för att avgöra om de passar in. Om kandidaterna hittar positiva omdömen från anställda och kandidater känner de sig mer motiverade att söka jobb på företaget.

70%

Organisationer som investerar i positiva kandidatupplevelser förbättrar kvaliteten på nyanställningar med 70 %.<sup>8</sup>

62%

av kandidaterna söker information om företag i sociala medier innan de ansöker.<sup>5</sup>



Företag med dåligt rykte betalar 10 % mer per nyanställning.<sup>4</sup>

67%

Företagen med en formell anställningsstrategi på plats är 67 % mer benägna att förbättra sina intäkter.<sup>6</sup>

76%

av de anställda som upplever en stark överensstämmelse mellan vad deras arbetsgivare säger om sig själv och deras erfarenhet av att arbeta där är mer benägna att rekommendera sin arbetsgivare som en plats att arbeta på.<sup>7</sup>

# en road map för employer branding.



# vad är randstad employer brand research?

- en representativ employer brand-studie baserad på allmänhetens åsikter. Studien är uppbyggd på 19 års insikter inom employer branding.
- en oberoende undersökning med över 200 000 respondenter i 32 länder världen över.
- återspeglar attraktiviteten hos landets 150 största, privata arbetsgivare.
- ger värdefulla insikter som kan hjälpa arbetsgivarna att forma sitt employer brand.



# 32 länder deltog i undersökningen, motsvarar över 75% av den globala ekonomin.

Australien  
Argentina  
Belgien  
Brasilien  
Frankrike  
Grekland  
Hongkong  
Italien  
Indien  
Japan  
Kanada  
Kina  
Luxemburg  
Malaysia  
Nya Zeeland  
Nederländerna  
Norge  
Polen  
Portugal  
Rumänien  
Ryssland  
Singapore  
Spanien  
Sverige  
Schweiz  
Storbritannien  
Tjeckien  
Tyskland  
Ungern  
Ukraina  
USA  
Österrike



● länder som ingår i undersökningen

## världen över

- över 200 000 respondenter
- 6 162 företag ingår

## urval

- ålder 18 till 65 år
- representativt vad gäller kön
- överrepresentation av ålder 25 - 44 år
- urvalet består av studerande, anställda och arbetssökande

## sverige

- 6 221 respondenter

## fältarbete

- webbaserade intervjuer
- mellan 21 december 2018 och 16 januari 2019

## intervjuns längd

- 16 minuter

# så genomfördes undersökningen.

---

## undersökningens utformning

### 1. Vilka av dessa 16 faktorer måste din ideala arbetsgivare ha?

Välj de 5 viktigaste faktorerna.

### 2. Vilka av dessa 30 bolag känner du till?

De 30 företag som visas för respondenterna är slumpmässigt utvalda, baserat på uppmätt kännedom föregående år.

Företag med lägre namnmedvetenhet visas oftare än företag med högre namnmedvetenhet. Nya företag visas 1400 gånger första gången de ingår i undersökningen.

### 3. Hur sannolikt är det att du skulle vilja arbeta för var och ett utav de bolag du kände till?

Ranka på skala 1-5 för respektive bolag du känt till i fråga 2.

### 4. Gradera följande 10 attribut på var och ett utav de företag du kände till.

Gradera på skala 1-5 för respektive bolag du känt till i fråga 2.

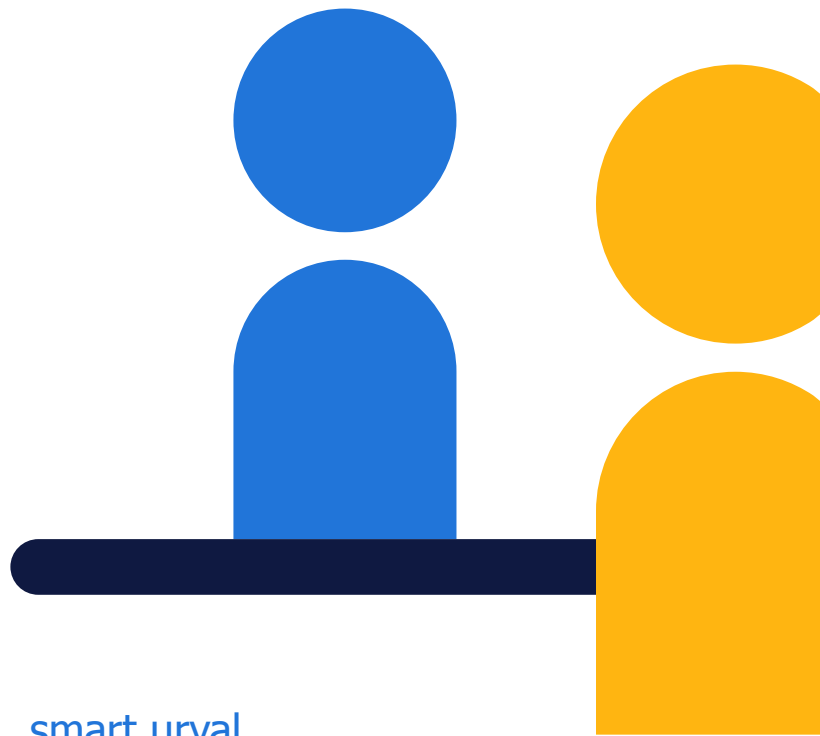
---

---

## faktorer i fråga 4

varje företag utvärderas inom följande:

- 01 finansiellt välmående
  - 02 använder senaste tekniken
  - 03 gott rykte
  - 04 anställningstrygghet
  - 05 karriärutveckling
  - 06 ger tillbaka till samhället
  - 07 intressanta arbetsuppgifter
  - 08 trevlig arbetsmiljö
  - 09 balans mellan jobb och fritid
  - 10 attraktiv lön och förmåner
- 



## smart urval

Varje respondent visas 30 företag. Varje företag utvärderas endast av respondenter som är medvetna om det aktuella varumärket.

För att se till att de mindre kända varumärkena bedöms av ett tillräckligt antal svarande använder vi oss av en smart provtagningsmetod.

Denna metod säkerställer att de mindre kända företagen visas för fler respondenter för att garantera ett tillräckligt stort urval. På detta sätt säkerställer Randstad Employer Brand Research pålitlig insikt för både kända och mindre kända arbetsgivare.

---



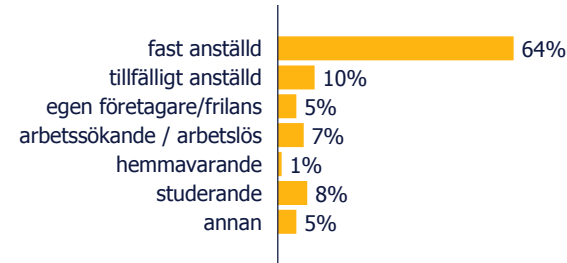
# sammansättning av urval i sverige

## sociodemografisk profil, anställningsstatus, region.

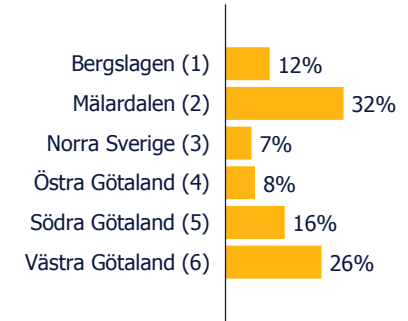
### kön



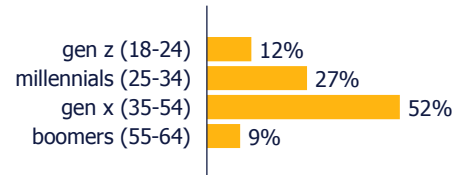
### situation



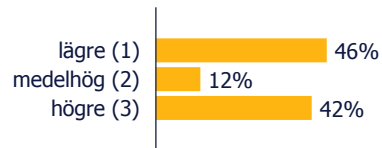
### region



### ålder



### utbildning



1. lägre: ej fullgjord grundskola, grundskoleutbildning, gymnasieutbildning
2. medelhög: vidareutbildning (ej universitet)
3. högre: högskola, universitet eller studier efter universitet

1. Dalarna, Gävleborg, Örebro, Värmland
2. Gotland, Södermanland, Stockholm, Uppsala, Västmanland
3. Jämtland, Norrbotten, Västerbotten, Västernorrland
4. Jönköping, Kalmar, Kronoberg, Östergötland
5. Blekinge, Skåne
6. Halland, Västra Götaland

totalt prov: 6 221  
fältarbete: 21 december 2018 och 16 januari 2019



lands-

resultat.



# vad potentiella medarbetare efterfrågar när de väljer arbetsgivare.

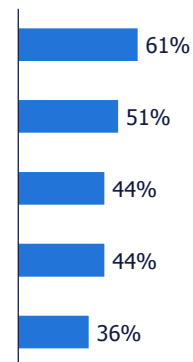
## de 5 viktigaste faktorerna



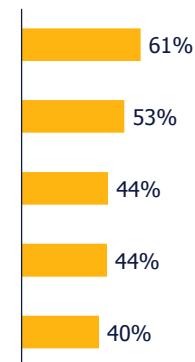
jämfört med 2018



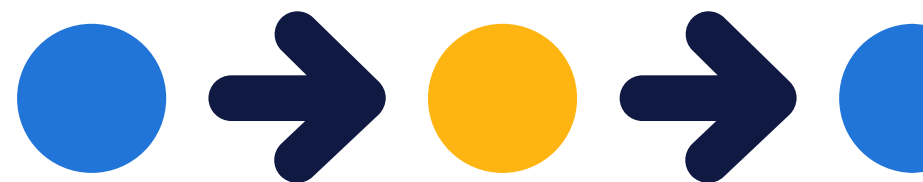
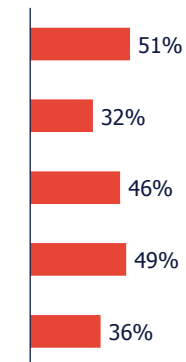
2018



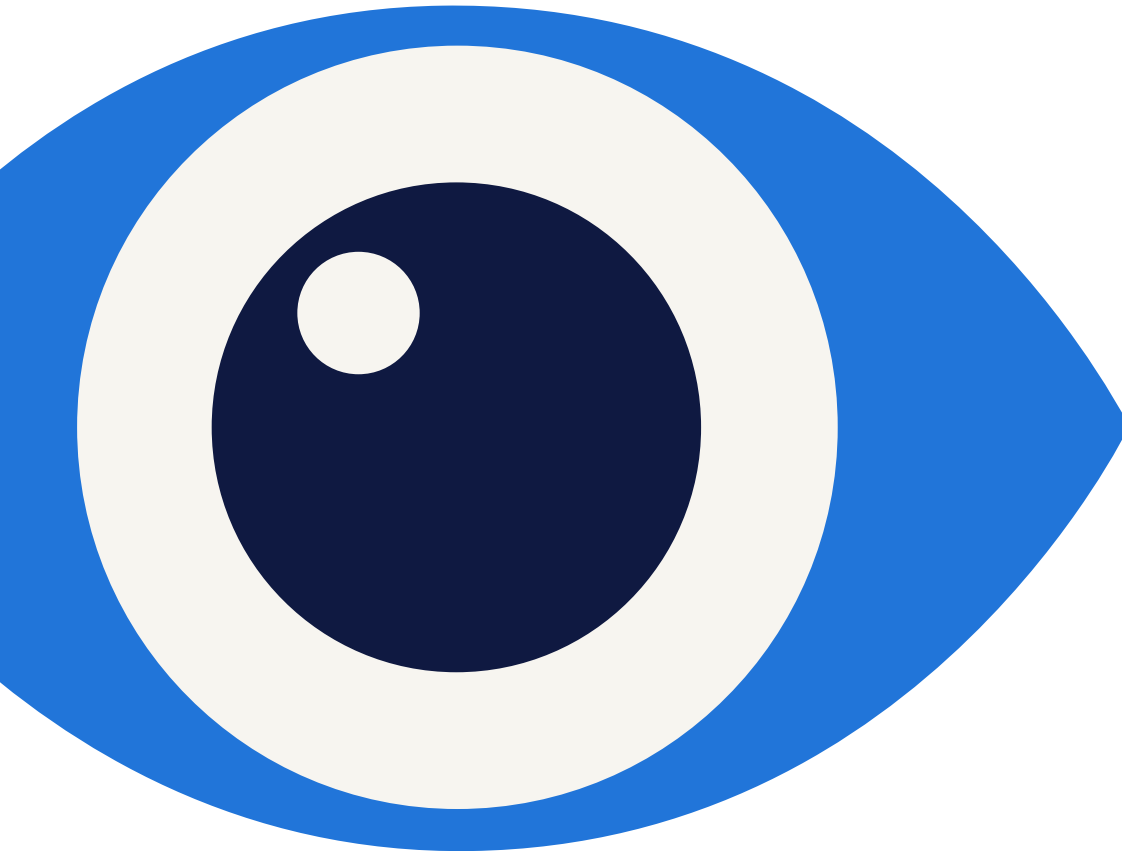
2017



europa



# vad anställda i sverige efterfrågar och vad arbetsgivare uppfattas erbjuda.



Att förstå klyftan mellan vad anställda vill ha och vad de tycker arbetsgivare erbjuder ger värdefull insikt i att bygga ett arbetsgivarvarumärke.

## anställda i sverige efterfrågar.

- 1 **trevlig arbetsmiljö**
- 2 **intressanta arbetsuppgifter**
- 3 balans mellan jobb och fritid
- 4 anställningstrygghet
- 5 flexibilitet
- 6 attraktiv lön och förmåner
- 7 starkt ledarskap/ledning
- 8 karriärutveckling
- 9 bra läge
- 10 ger tillbaka till samhället

## arbetsgivare i sverige uppfattas erbjuda.

- 1 finansiellt välmående
- 2 använder den senaste tekniken
- 3 anställningstrygghet
- 4 gott rykte
- 5 karriärutveckling
- 6 **trevlig arbetsmiljö**
- 7 balans mellan jobb och fritid
- 8 attraktiv lön och förmåner
- 9 **intressanta arbetsuppgifter**
- 10 ger tillbaka till samhället

# skillnader i vad potentiella anställda i sverige efterfrågar och vad arbetsgivare uppfattas erbjuda.

Arbetsgivare uppfattas inte alltid som att de erbjuder vad (potentiella) anställda efterfrågar. Nedan ser du de 3 främsta faktorerna som anställda efterfrågar men som de upplever att arbetsgivare inte erbjuder tillräckligt.

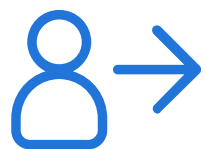
---

## topp 3 skillnader

- 1 trevlig arbetsmiljö
  - 2 intressanta arbetsuppgifter
  - 3 balans mellan jobb och fritid
- 

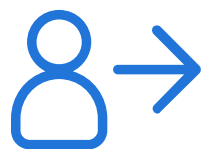


# viktiga faktorer för deltids- och heltidsarbetare.



14%

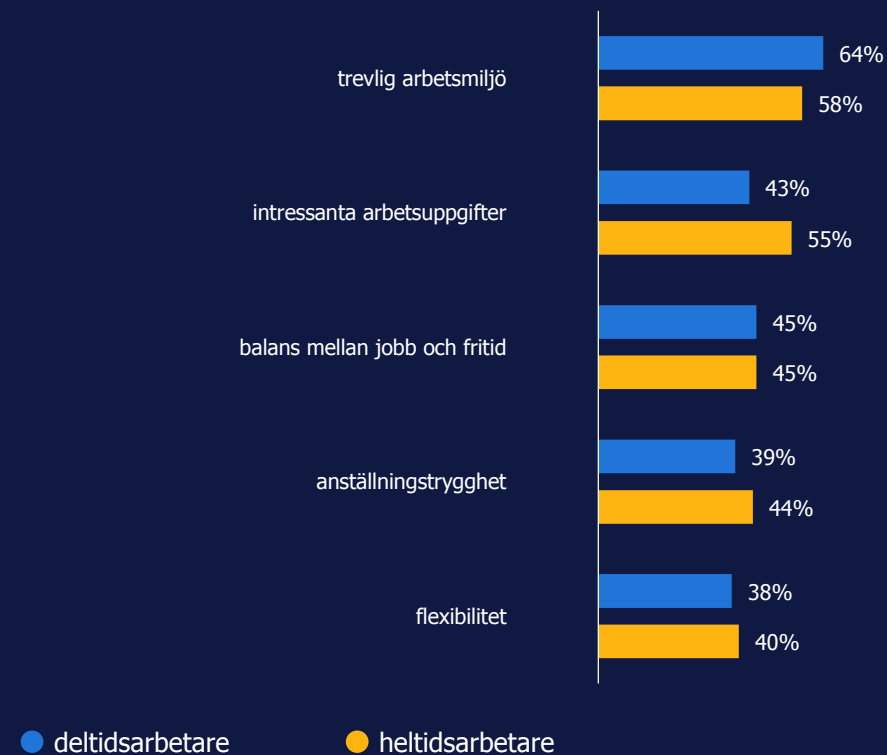
av dagens arbetskraft  
arbetar deltid.



86%

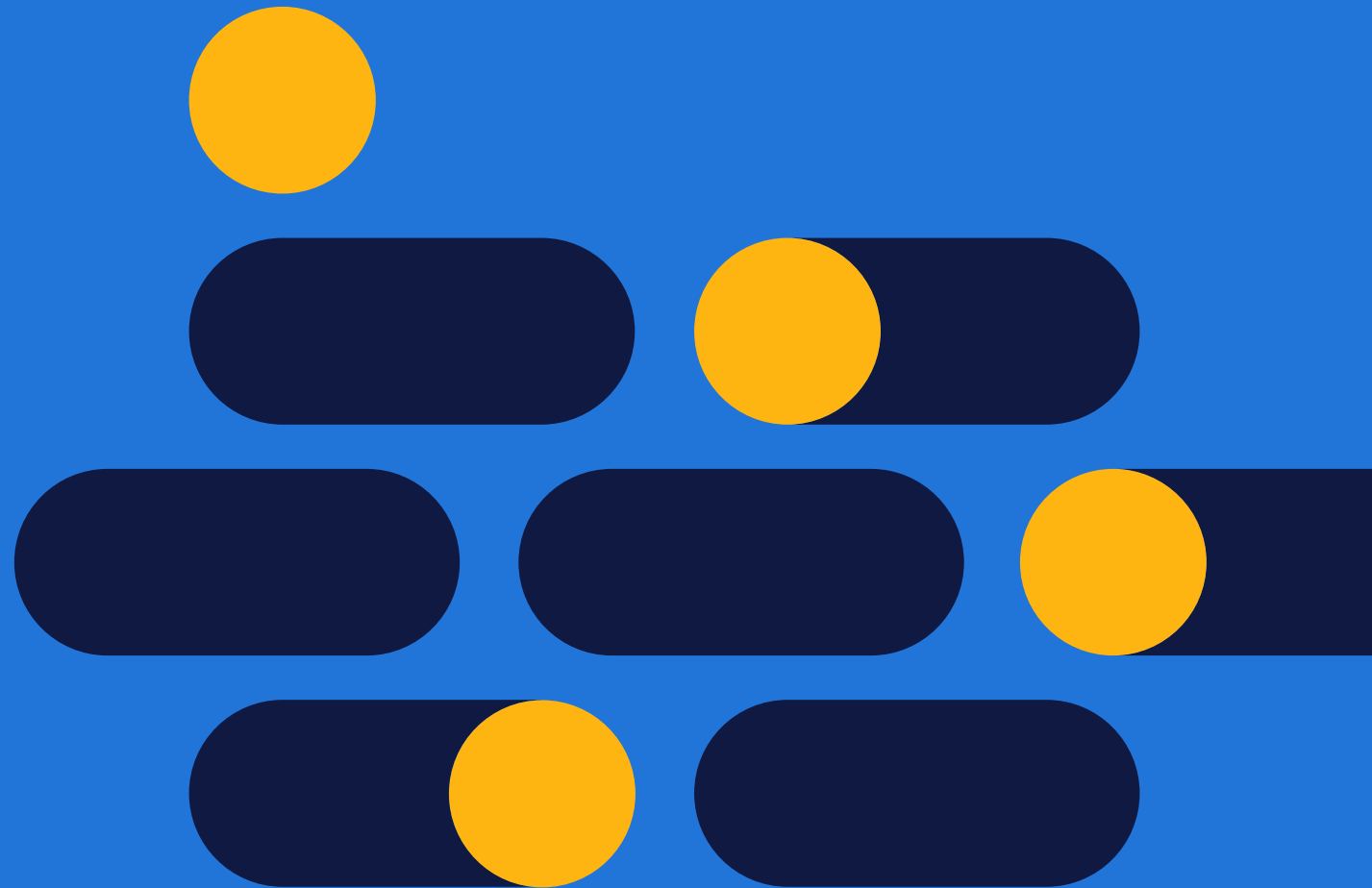
av dagens arbetskraft  
arbetar heltid.

## viktigaste faktorerna



# switchers och stayers

i fokus.



# byte arbetsgivare sverige vs europa.

**switchers:** byte arbetsgivare under det senaste året.



**stayers:** stannade hos sin arbetsgivare under det gångna året.



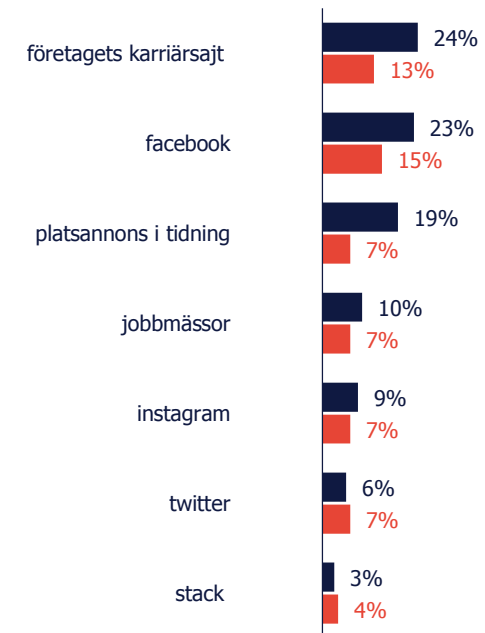
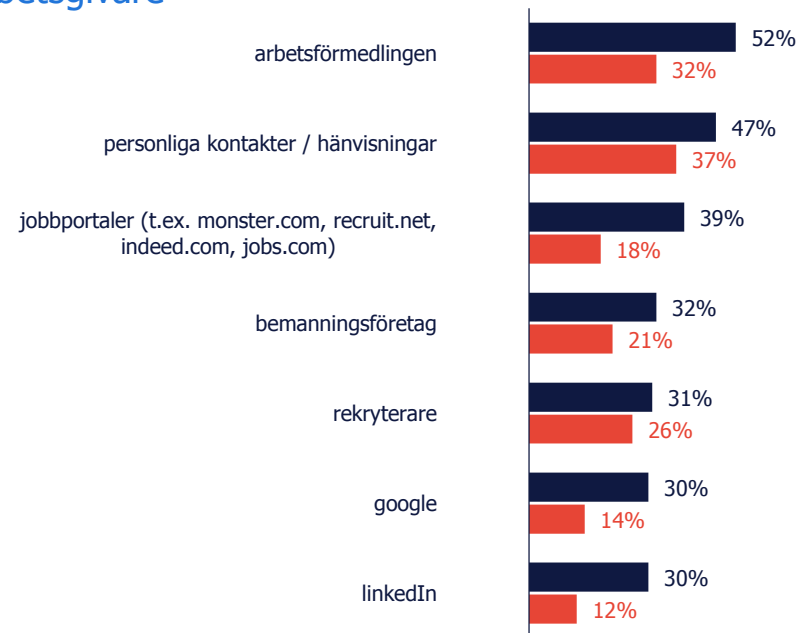
**intenders:** planerar att byta arbetsgivare inom det närmsta året.





# så söker arbetstagare i sverige jobb.

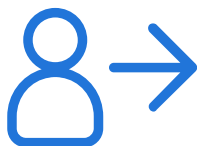
## kanaler använda för att leta efter och hitta arbetsgivare



● planerar att byta arbetsgivare ● bytte arbetsgivare



# de viktigaste faktorerna switchers vs stayers.



23% (21%)\*

switchers: bytte  
arbetsgivare under  
det senaste året.



77% (79%)\*

stayers: stannade hos  
sin arbetsgivare under  
det gångna året.

\* år 2018



## de viktigaste faktorerna



● switchers

● stayers

# de viktigaste faktorerna intenders.



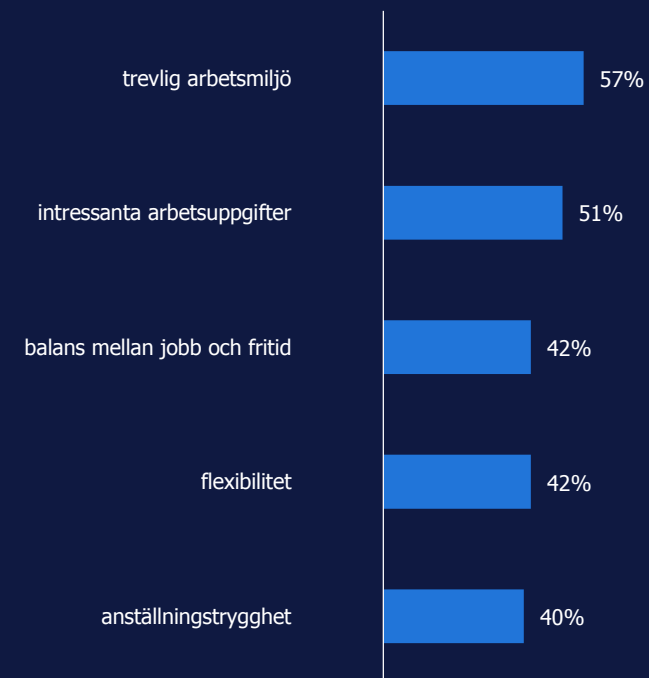
30% (30%)\*

intenders: planerar att  
byta arbetsgivare  
inom det närmaste året.

\* år 2018

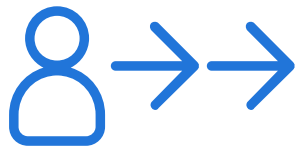


## de viktigaste faktorerna



● intenders

# kanaler för att leta efter arbetsgivare **intenders.**



**53%** (48%)\*

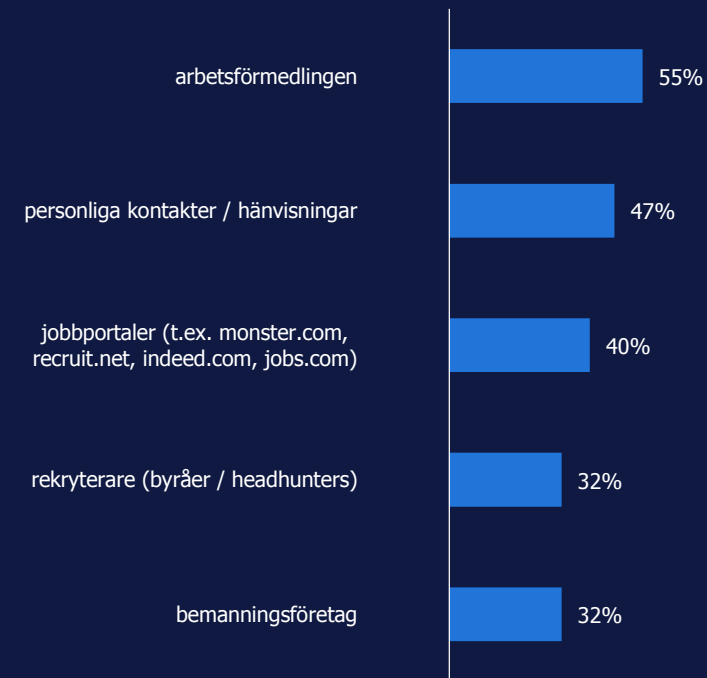
av förra årets switchers\*\* avser att byta igen nästa år.

\*\* n = 1.420 bytte förra året

\* år 2018



## kanaler för att leta efter arbetsgivare



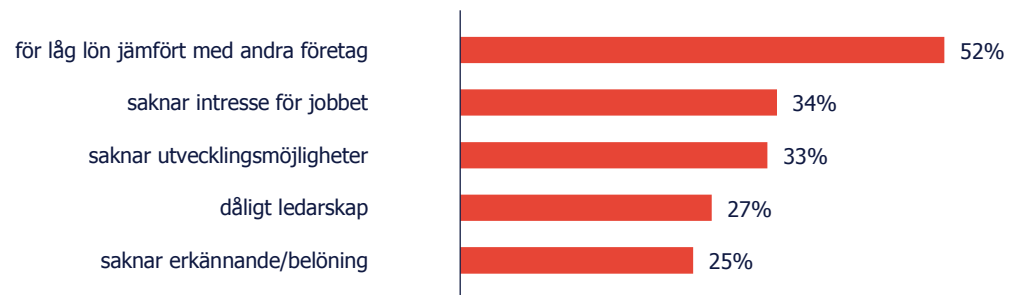
● intenders

# orsaker till att stanna eller sluta på sin arbetsplats.

## de 5 främsta orsakerna att stanna

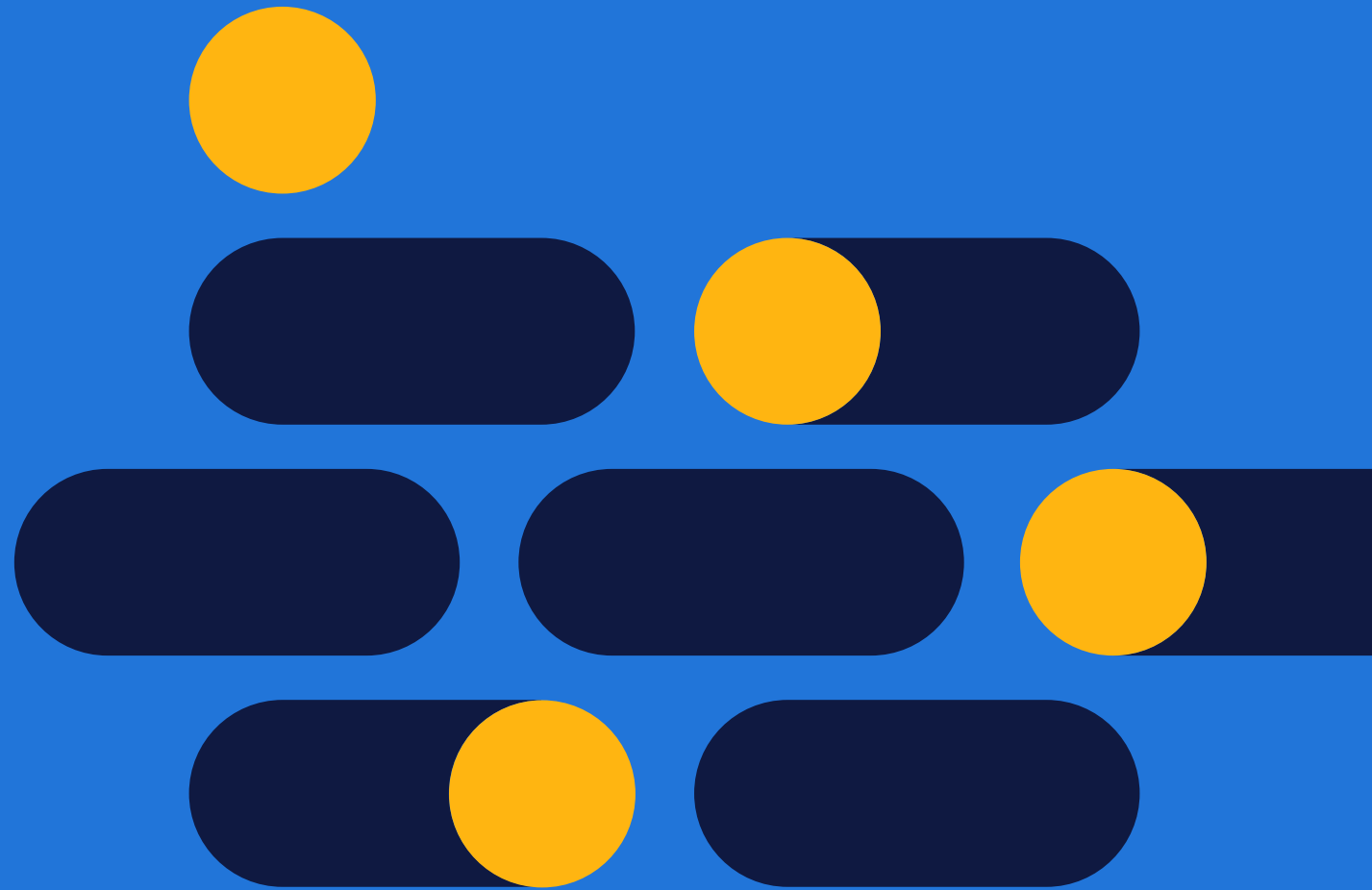


## de 5 främsta orsakerna att sluta



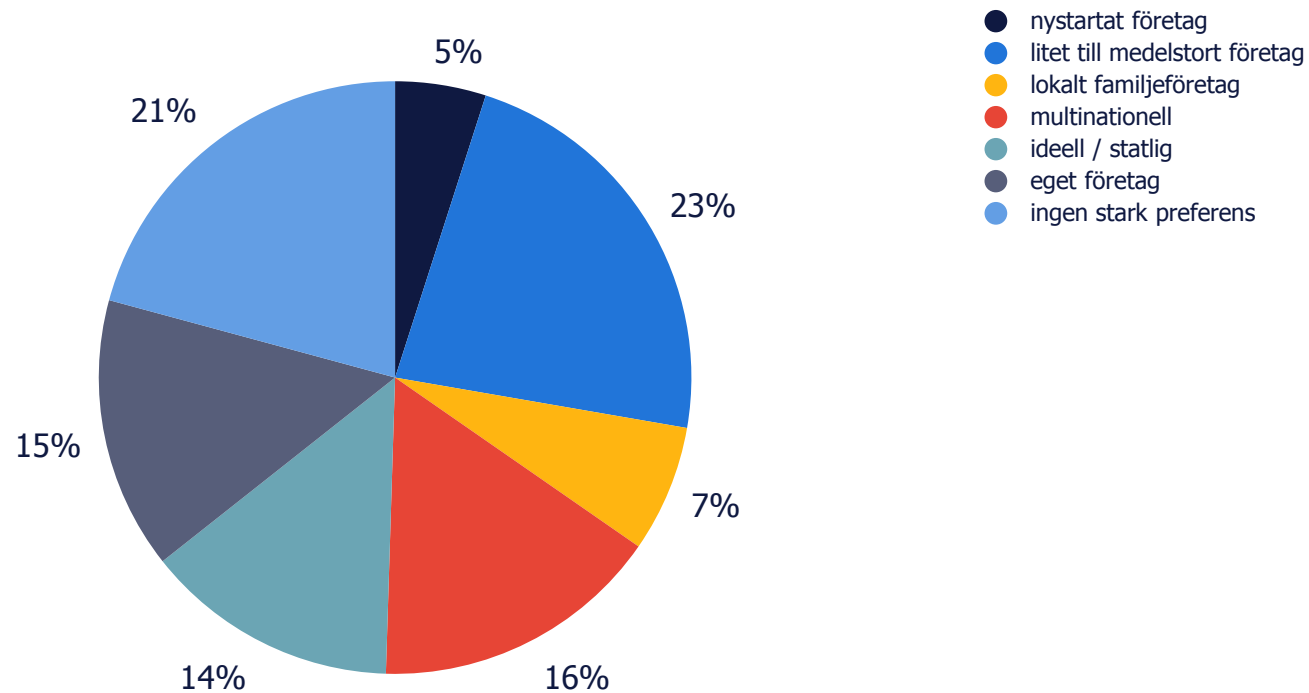
ideala  
arbetsgivare

i fokus.



# 23% föredrar att arbeta för små till medelstora företag.

föredragen företagstyp



# företagstyper som arbetstagare föredrar faktorer.

---

små till medelstora företag (23%) stort företag (16%)

trevlig arbetsatmosfär

intressanta arbetsuppgifter

trygghet

---

karriärutveckling

finansiellt välmående

intressanta arbetsuppgifter

---

---

eget företag (15%)

intressanta arbetsuppgifter

balans mellan jobb och fritid

flexibilitet

---

---

ideell / statlig organisation (14%) lokalt familjeägt företag (7%)

trygghet

intressanta arbetsuppgifter

balans mellan jobb och fritid

---

trevlig arbetsmiljö

intressanta arbetsuppgifter

trygghet

---

---

nystartat (5%)

intressanta arbetsuppgifter

karriärutveckling

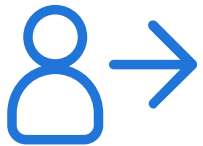
trevlig arbetsatmosfär

---





# preferens för företagstyp switchers vs stayers.



19%

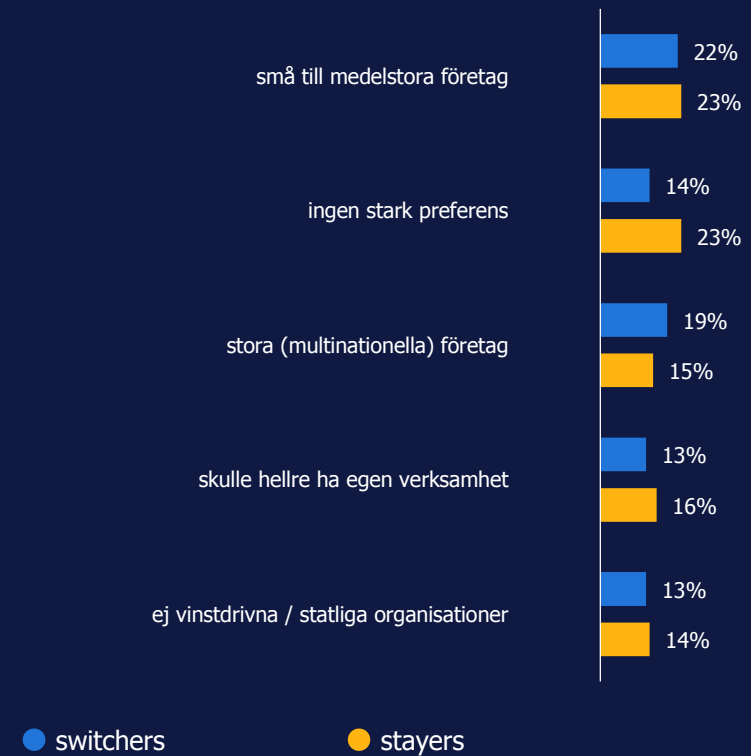
av switchers föredrar  
att arbeta för ett stort  
(multinationellt)  
företag.



23%

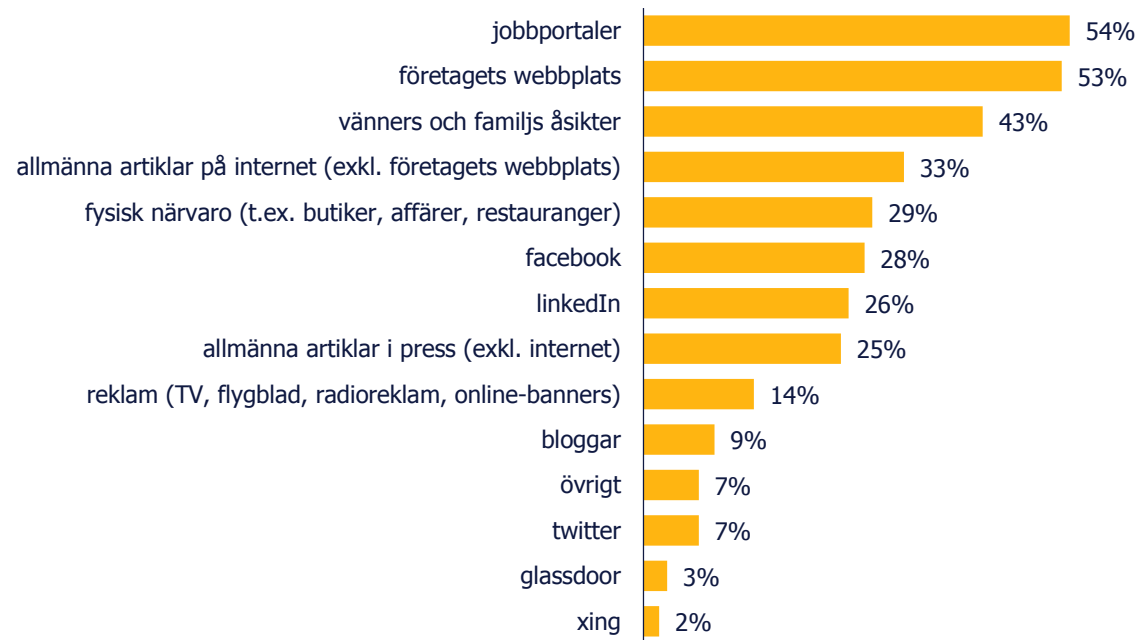
av stayers har ingen  
stark preferens.

## preferens för företagstyp



# 9 av 10 utvärderar potentiella arbetsgivare de kan tänka sig att arbeta för.

mest använda kanaler för att utvärdera arbetsgivare

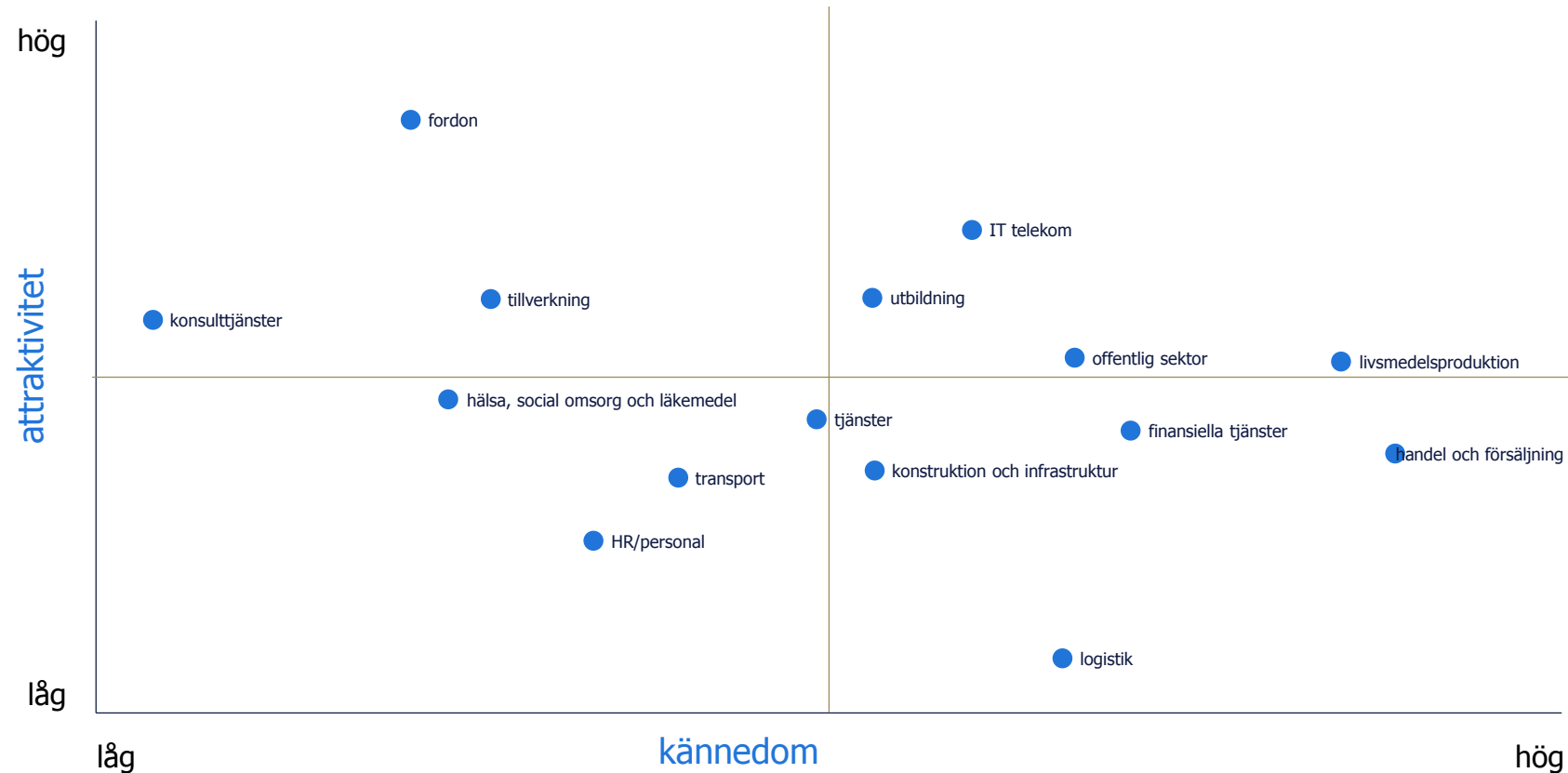


sektorbaserade



insikter.

# de främsta sektorerna i sverige efter kännedom och attraktivitet.



## hög kännedom

En hög kännedom innebär att arbetsgivare i sektorn är allmänt kända.

## hög attraktivitet

En sektor med hög attraktionskraft har fler företag med hög attraktionskraft än andra sektorer.

# de 3 högst rankade faktorerna per sektor.

## 1/2

	de 3 främsta faktorerna		
01 fordon	använder senaste tekniken	karriärutveckling	gott rykte
02 IT-telekom	använder senaste tekniken	finansiellt välmående	karriärutveckling
03 utbildning	använder senaste tekniken	gott rykte	anställningstrygghet
04 tillverknig	använder senaste tekniken	finansiellt välmående	gott rykte
05 konsulttjänster	använder senaste tekniken	finansiellt välmående	karriärutveckling
06 offentlig sektor	anställningstrygghet	använder senaste tekniken	karriärutveckling
07 livsmedelsproduktion	finansiellt välmående	gott rykte	anställningstrygghet
08 hälsa, social omsorg och läkemedel	finansiellt välmående	använder senaste tekniken	anställningstrygghet

# de 3 högst rankade faktorerna per sektor.

## 2/2

	de 3 främsta faktorerna		
09 tjänster	finansiellt välmående	använder senaste tekniken	karriärutveckling
10 finansiella tjänster	finansiellt välmående	använder senaste tekniken	karriärutveckling
11 handel och försäljning	finansiellt välmående	gott rykte	anställningstrygghet
12 konstruktion och infrastruktur	finansiellt välmående	använder senaste tekniken	anställningstrygghet
13 transport	använder senaste tekniken	finansiellt välmående	anställningstrygghet
14 HR/personal	finansiellt välmående	använder senaste tekniken	karriärutveckling
15 logistik	använder senaste tekniken	finansiellt välmående	anställningstrygghet

# de mest attraktiva



# arbetsgivarna.

# de mest attraktiva arbetsgivarna i sverige.

## de 10 mest attraktiva arbetsgivarna 2019

---

- 01 Essity
- 02 Volvo Car Group
- 03 Siemens
- 04 Sveriges Radio
- 05 Volvo Group
- 06 Sveriges Television
- 07 SKF
- 08 ICA
- 09 Haldex
- 10 Epiroc

## de 10 mest attraktiva arbetsgivarna 2018

---

- 01 Södra Skogsägarna
- 02 Volvo Car Group
- 03 Volvo Group
- 04 Sveriges Radio
- 05 AstraZeneca
- 06 ICA
- 07 Sveriges Television
- 08 IBM
- 09 BillerudKorsnäs
- 10 Scandic



# sveriges mest attraktiva företag

## 3 främsta faktorerna för topp 5.

topp 5 företag	1	2	3
1 Essity	finansiellt välmående	gott rykte	intressanta arbetsuppgifter
2 Volvo Car Group	använder senaste tekniken	finansiellt välmående	gott rykte
3 Siemens	använder senaste tekniken	finansiellt välmående	karriärutveckling
4 Sveriges Radio	intressanta arbetsuppgifter	använder senaste tekniken	trevlig arbetsmiljö
5 Volvo Group	använder senaste tekniken	finansiellt välmående	gott rykte

# de mest attraktiva arbetsgivarna baserat på faktorer.

faktorer	1	2	3
attraktiv lön och förmåner	IBM	PwC (PricewaterhouseCoopers)	Volvo Car Group
karriärutveckling	IBM	Volvo Car Group	Volvo Group
finansiellt välmående	AstraZeneca	ICA	Systembolaget
ger tillbaka till samhället	Lantmännen	Södra Skogsägarna	Arla
intressanta arbetsuppgifter	Sveriges Television	WSP	IBM
anställningstrygghet	Systembolaget	Volvo Car Group	KPMG
trevlig arbetsmiljö	WSP	Epiroc	Volvo Car Group
använder senaste tekniken	IBM	AstraZeneca	Volvo Group
gott rykte	WSP	Volvo Car Group	Volvo Group
balans mellan jobb och fritid	Epiroc	Volvo Car Group	Ahlsell

# djupdykning

## bilaga 1.



# vad potentiella medarbetare efterfrågar de viktigaste faktorerna när de väljer arbetsgivare.

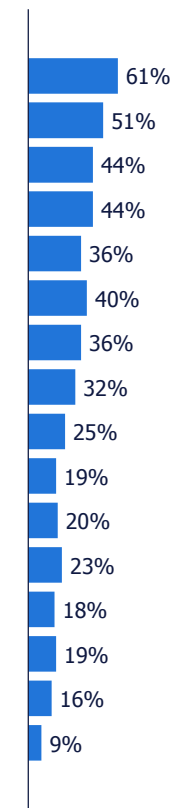
## viktiga faktorer



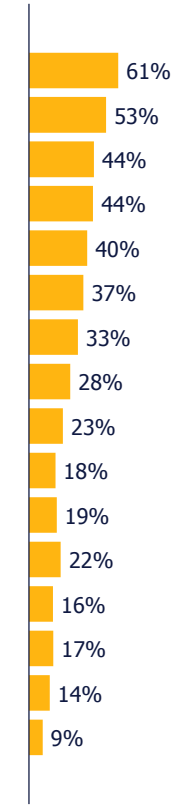
## jämfört med 2018



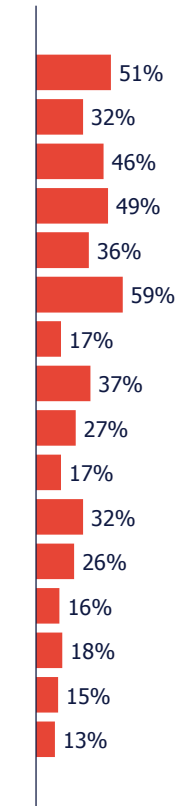
## 2018



## 2017



## europa

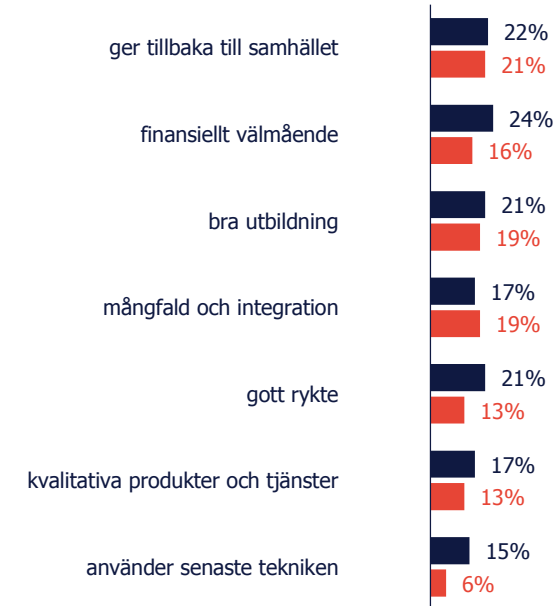


Egenskaper som värderas högst av arbetsstyrkan. Det är avgörande för ert EVP att framhäva eller förbättra dessa aspekter, för det är de som bidrar mest till att stärka ert arbetsgivarvarumärke.

\*2017: arbete som är stimulerande och utmanande

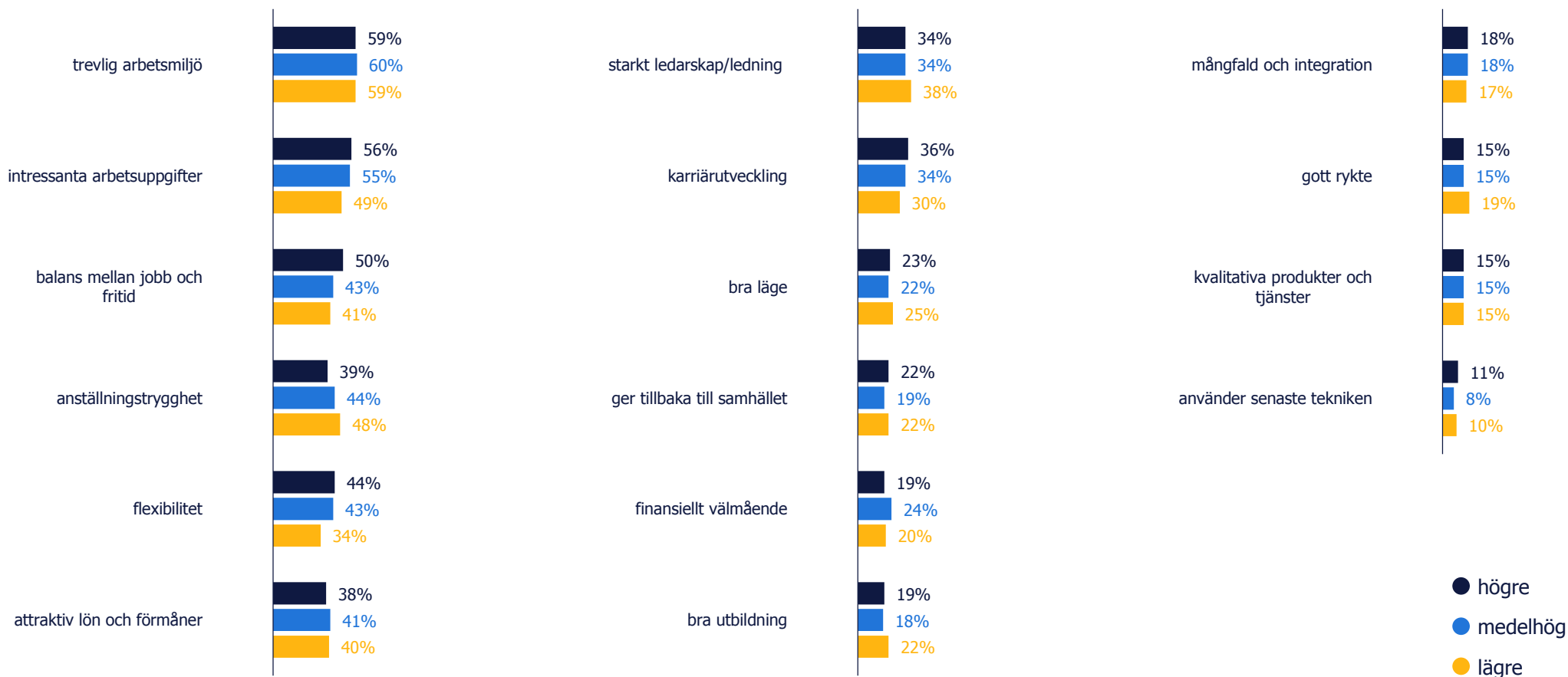


# de viktigaste faktorerna baserat på kön.

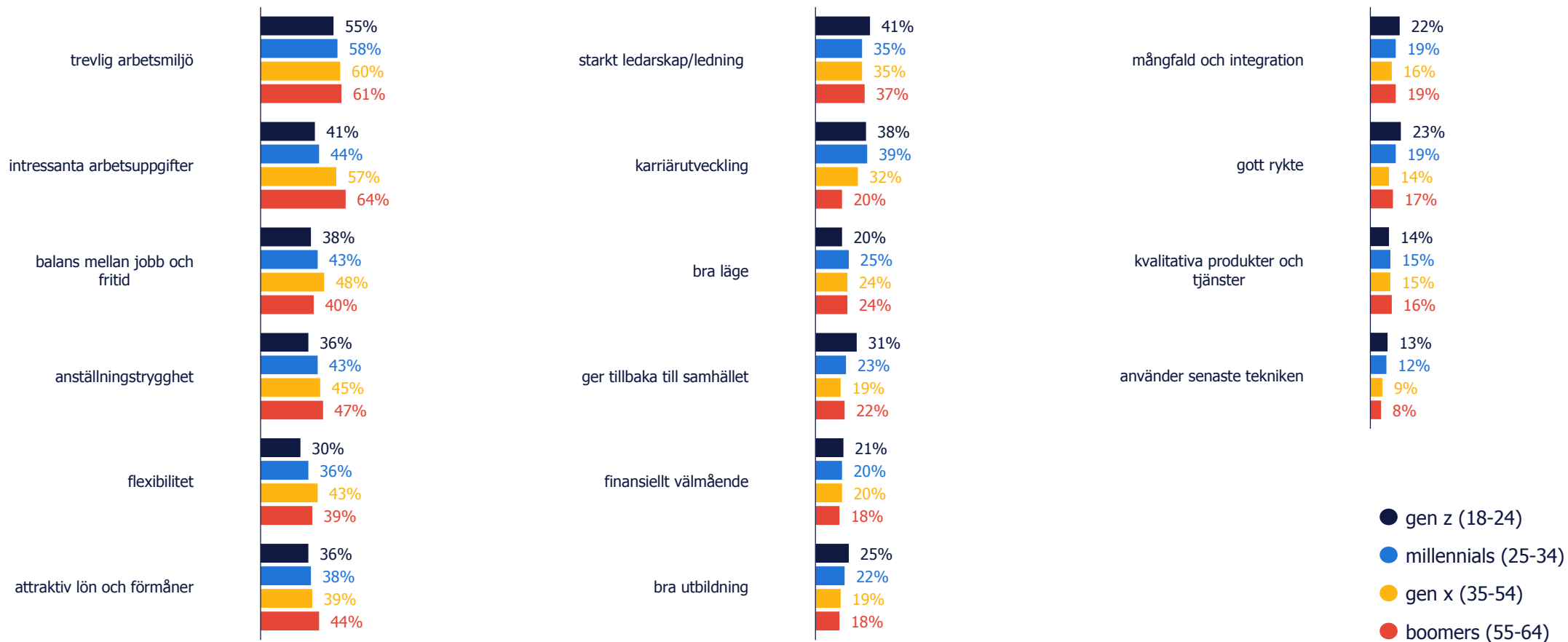


● män  
● kvinnor

# de viktigaste faktorerna baserat på utbildning.



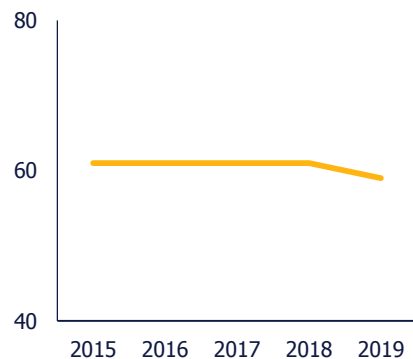
# de viktigaste faktorerna baserat på ålder.



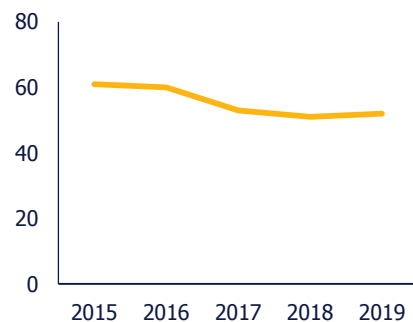
# faktorer över tid trender, totalt.

1/2

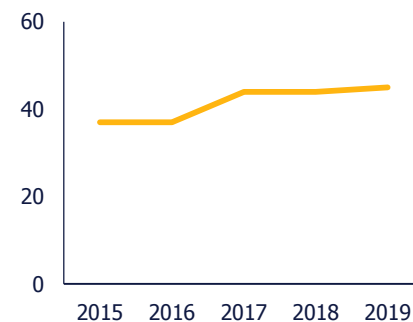
trevlig arbetsmiljö



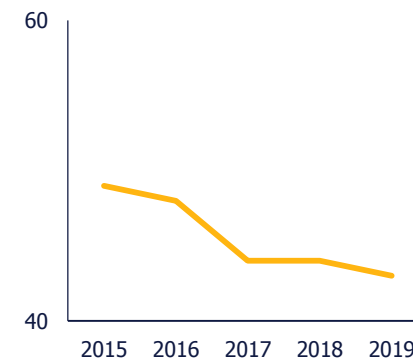
intressanta  
arbetsuppgifter\*



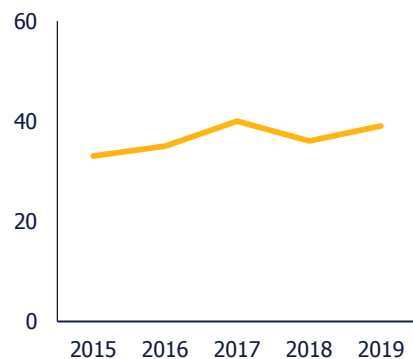
balans mellan jobb och  
fritid



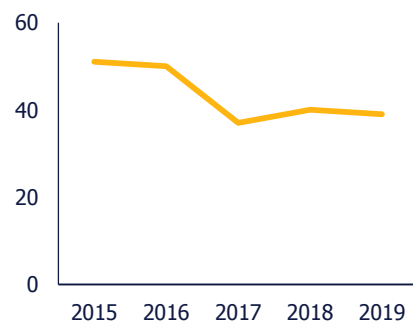
anställningstrygghet



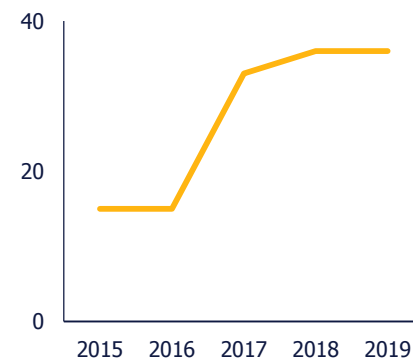
flexibilitet



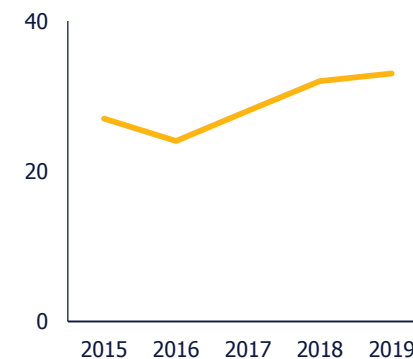
attraktiv lön och  
förmåner



starkt ledarskap/ledning



karriärutveckling



\*2017: erbjuder arbete som är stimulerande och utmanande



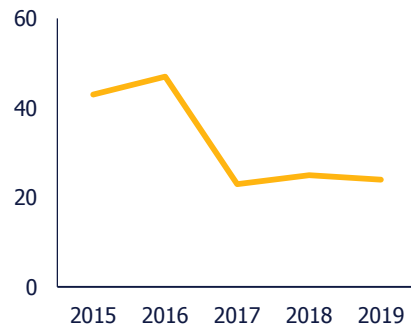


# faktorer över tid

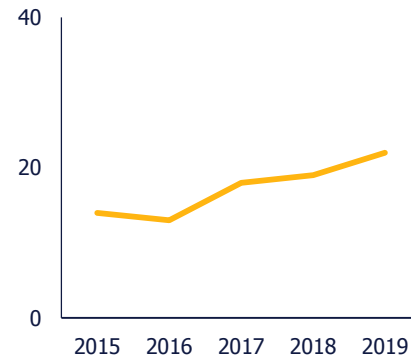
## trender, totalt.

2/2

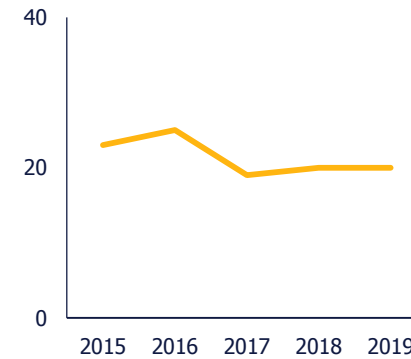
bra läge



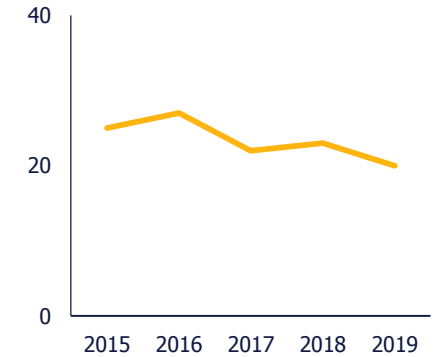
ger tillbaka till samhället



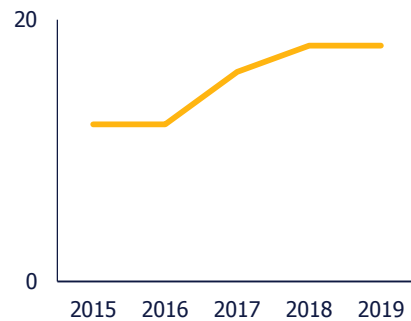
finansiellt välmående



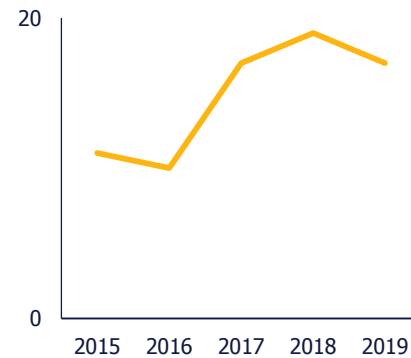
bra utbildning



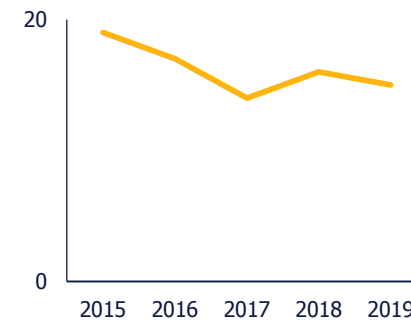
mångfald och integration



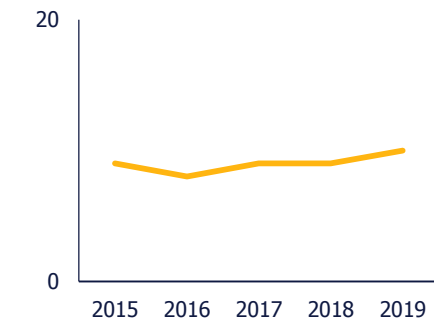
gott rykte \*



kvalitativa produkter och tjänster



använder senaste tekniken

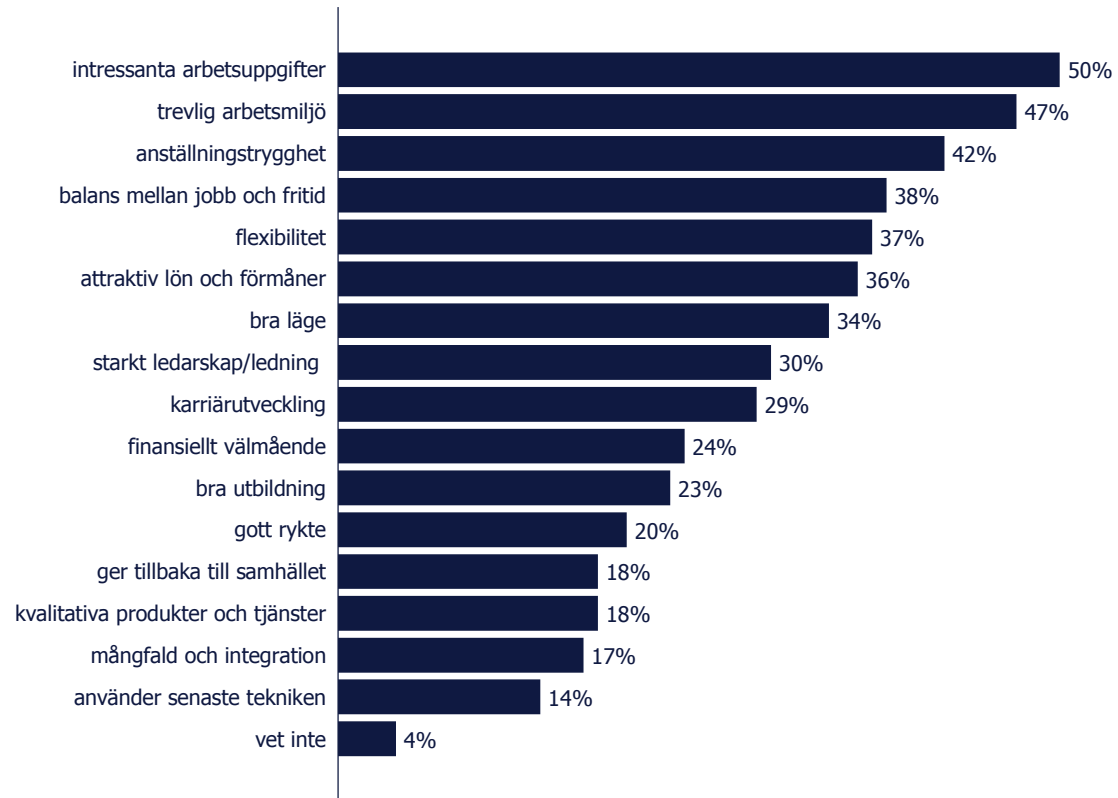


\*tidigare till 2017: stark identitet / starka värderingar

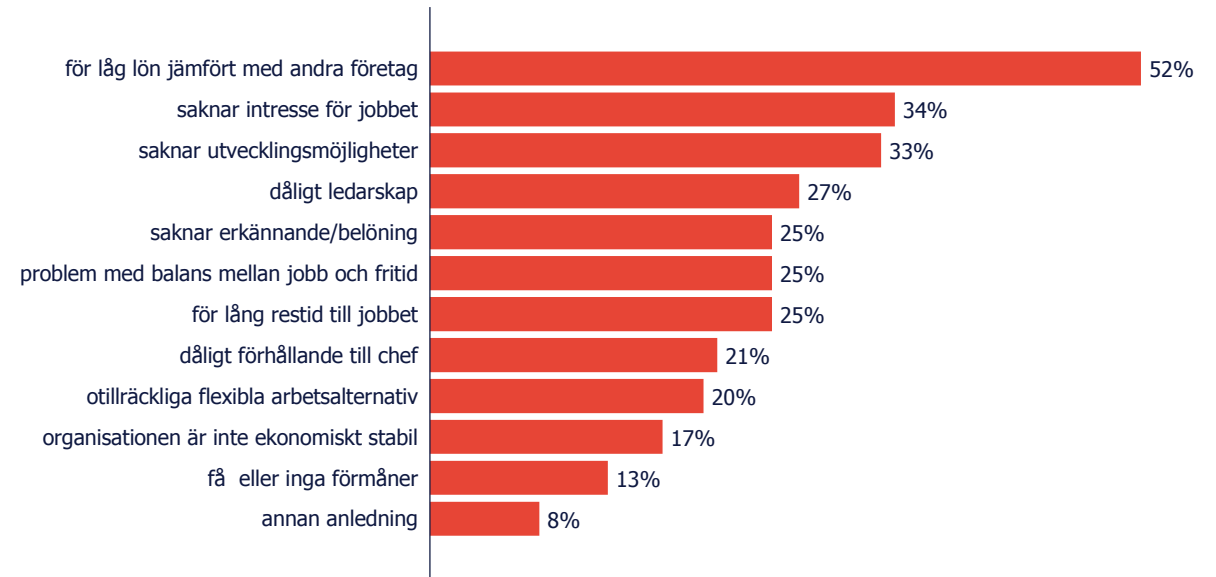


# orsaker till att stanna eller sluta på sin arbetsplats.

## skäl att stanna



## skäl att lämna

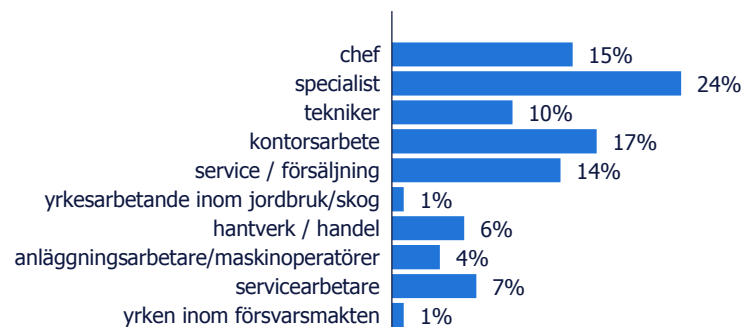


# sammansättning av respondenter sektor, funktion i sverige.

## sektor



## funktion



bas: för närvarande anställda (n=4 900)

# källor.

1 Betterteam Blog

<https://www.betterteam.com/blog/employer-branding>

2 PwC, En marknadsplats utan gränser? Att svara på störningar

<https://www.pwc.com/gx/en/ceo-survey/2015/assets/pwc-18th-annual-global-ceo-survey-jan-2015.pdf>

3 JWTInside, "The Evolving Culture-Scape and Employee Expectation"  
Forskning Studie 2014, Högpresterande Medarbetare

<https://www.slideshare.net/JWTINSIDE/culture-scape-1028-sm>

4 Harvard Business Review, ett dåligt rykte kostar ett företag på  
Minsta 10% Mer Per Anställning

<https://hbr.org/2016/03/a-bad-reputation-costs-company-at-least-10-more-per-hire>

5 HR i Asien, tror du att din arbetsgivarrykte kan förstöras av  
Sociala medier?

[www.hrinasia.com/employer-branding/do-you-think-your-employer-brand-can-be-ruined-by-social-media/](http://www.hrinasia.com/employer-branding/do-you-think-your-employer-brand-can-be-ruined-by-social-media/)

6 Engagemangets roll

<https://www.aberdeen.com/hcm-essentials/role-engagement-performance-management/>

7 The Employer Brand Credibility Gap

<https://www.webershandwick.com/uploads/news/files/EmployerBrandCredibilityGap.pdf>

8 Den verkliga kostnaden för en dålig anställning

[http://go.brandonhall.com/the\\_true\\_cost\\_of\\_a\\_bad\\_hire](http://go.brandonhall.com/the_true_cost_of_a_bad_hire)

randstad

human forward.

