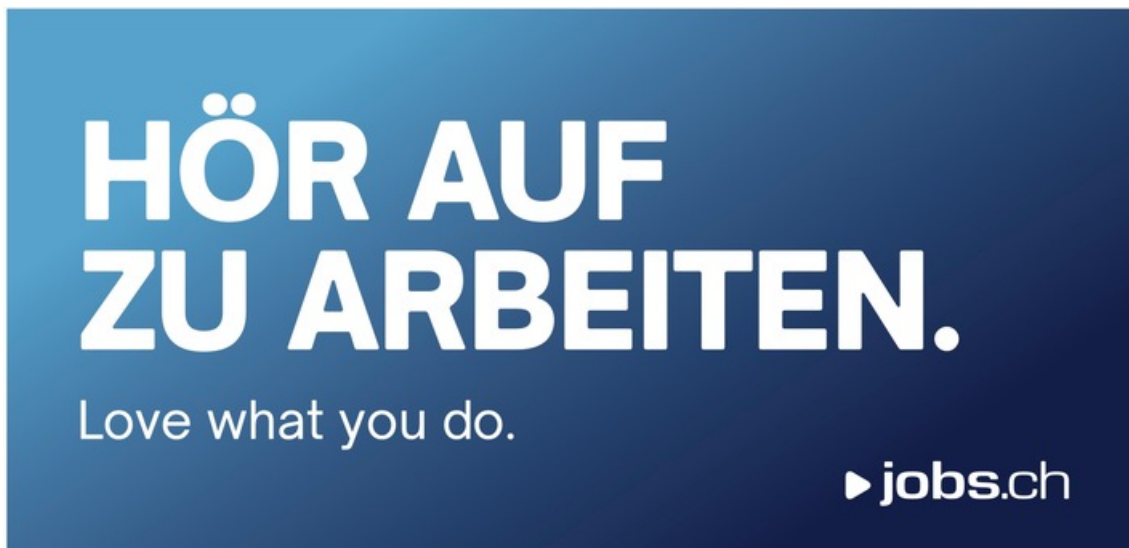


05.09.2022 - 15:27 Uhr

Neueste Studie über Arbeitszufriedenheit und Bedürfnisse von Arbeitnehmenden: Nur 40% aller Mitarbeitenden in der Schweiz lieben ihren Job



Neueste Studie über Arbeitszufriedenheit

und Bedürfnisse von Arbeitnehmenden:

Nur 40% aller Mitarbeitenden in der Schweiz lieben ihren Job

Zürich, 5. September 2022 - Was bereitet am meisten Freude im Job? Was ist Arbeitnehmenden in der Schweiz heute besonders wichtig? Die Bedürfnisse der Arbeitnehmenden und Jobsuchenden haben sich in den letzten zwei Jahren erheblich verändert. Sie streben vor allem nach persönlicher Entfaltung und einer sinnstiftenden Tätigkeit und wünschen sich mehr Autonomie sowie Sicherheit am Arbeitsplatz. Auf ihre Bedürfnisse wird nicht ausreichend eingegangen, so dass die Liebe zu ihrem Beruf oft auf der Strecke bleibt.

Gemäss einer Befragung, die LINK im Auftrag von JobCloud (jobs.ch / jobup.ch) durchgeführt hat, lieben aktuell 40% der Mitarbeitenden ihren Job. Zudem fühlt sich jede zweite Arbeitskraft in der Schweiz am Arbeitsplatz nicht richtig wertgeschätzt, während jede vierte Person ernsthaft darüber nachdenkt, das Unternehmen zu wechseln. Zudem ist für rund zwei Drittel der Schweizer Arbeitnehmenden das Gehalt ein wichtiger Wert beim Job.

Arbeitnehmern zu helfen, in ihrer Arbeit glücklich zu sein und ihnen zu ermöglichen, ihren Traumjob zu finden, sind die Ziele der neuen Kampagne von jobs.ch und jobup.ch: "Hör auf zu arbeiten. Love what you do", welche am 5. September lanciert wird. Bei der Kampagne der beiden führenden Jobportale von JobCloud, geht es jedoch nicht in erster Linie darum, dass Menschen ihren aktuellen Job kündigen sollen. Vielmehr sollen sie aufgefordert werden, ihren Joballtag zu hinterfragen und alles dafür zu tun, Freude am Job zu haben. JobCloud verfügt über sämtliche Rekrutierungstools, die dabei helfen, einen Job oder ein Unternehmen zu finden, das zu einer höheren Zufriedenheit führt. Die Möglichkeit, sich benachrichtigen zu lassen, wenn die ideale Stelle frei wird, oder zu sehen, ob das Gehalt angemessen ist, wird bei der Suche nach dem Traumjob helfen. Dank einem exzellenten lokalen Service und dem Zugang zur grössten Reichweite in der Schweiz kann JobCloud dazu beitragen, die richtigen Talente in der richtigen Position schneller zu finden.

[Schauen Sie sich den Spot zur Kampagne an](#)

Ein weiteres Ziel der Kampagne ist es, die Schweiz zu einem Ort zu machen, an dem möglichst viele Menschen einen Job haben, den sie lieben. Dies ist sowohl für Arbeitnehmende als auch für Arbeitgeber wichtig. Menschen, die ihren Job lieben, zeigen mehr Engagement, sind kreativer und weniger stressanfällig. Dies reduziert ausserdem die Fluktuation der Mitarbeitenden. Es sollte also im Interesse aller Firmen sein, mehr denn je dafür zu sorgen, dass ihr Personal ihren Beruf liebt.

«Wir wissen, dass die Sinnhaftigkeit im Job zu grösserer Zufriedenheit in allen Bereichen des Lebens führen kann. Deswegen schlagen wir Unternehmen vor, mehr auf die Bedürfnisse ihrer Arbeitnehmenden einzugehen – indem sie sie beispielsweise bei der Definierung der Ziele involvieren, ihnen Vertrauen schenken und Flexibilität ermöglichen. Mitarbeitende gewinnen dadurch mehr Kontrolle über ihre eigene Work-Life-Balance. Und das zahlt sich aus: Denn das Unternehmen bekommt dadurch nicht nur produktivere, engagiertere und zufriedener Mitarbeiter, sondern wird auch eher Top-Talente anziehen können», erklärt Davide Villa, CEO von JobCloud.

In der Umfrage zeigt sich deutlich, dass Mitarbeitende, die ihren Job lieben, im Allgemeinen zufriedener sind – sei es mit der Arbeitstätigkeit, dem Unternehmen oder dem Gehalt. Sie gehen in der Regel lieber zur Arbeit, sehen eher den Sinn ihrer Arbeit und der grösste Teil von ihnen gibt an, dass sich die Arbeit auch auf das sonstige Leben bereichernd auswirkt.

«Bei JobCloud glauben wir fest daran: Wenn du einen Job findest, den du liebst, wirst du nicht mehr das Gefühl haben, arbeiten zu müssen», schliesst Villa.

Über die Brand Kampagne «Hör auf zu arbeiten. Love what you do.»

Als Resultat der Insights aus der Studie und der neu entwickelten Strategie hat es sich JobCloud zur Aufgabe gemacht, die Schweiz zu einem Ort zu machen, der möglichst vielen Menschen einen Job bietet, den sie lieben. Darauf fusst auch die neue Kampagne mit einem kompakten Kerngedanken: «Hör auf zu arbeiten. Love what you do.» Die Kampagne startet ab dem 05.09.2022 in der Deutsch- und West-Schweiz und wurde mit der Unterstützung der Agentur The House realisiert.

Die Kernbotschaften werden durch drei Hauptgeschichten vermittelt: "Hör auf mit Montags-Blues", "Hör auf mit Langeweile" und "Hör auf mit Feierabend-Frust". Diese werden durch TV-Werbespots sowie durch verschiedene digitale Formate, soziale Medien und DOOH zum Leben erweckt. Anhand verschiedener Jobhacks, die für soziale Medien erstellt wurden, wird gezeigt, dass man von Zeit zu Zeit aufhören sollte zu arbeiten und sich Zeit für die wirklich wichtigen Dinge im Job nehmen sollte.

[Zur Kampagnen-Landingpage](#)

Über die Studie

Die repräsentative Online-Befragung wurde von LINK im Zeitraum von 05. August bis zum 16. August 2022 durchgeführt. Im Rahmen dieser Studie wurden 1034 Berufstätige im Alter von 16 bis 60 Jahren in der deutsch- und französischsprachigen Schweiz zu ihrer aktuellen Zufriedenheit im Job befragt und was für sie wichtig ist, um ihn zu lieben.

Kontakt

JobCloud AG, Christelle Perret-Huwiler, PR Manager
+41 79 663 03 95, christelle.perret-huwiler@jobcloud.ch
www.jobcloud.ch

Über JobCloud AG

[JobCloud](#) ist das führende digitale Unternehmen im Schweizer Stellenmarkt und bietet verschiedene Rekrutierungslösungen an. Neben den führenden Jobportalen wie [jobs.ch](#), [JobScout24.ch](#) und [jobup.ch](#) gehören auch zukunftssträchtige Technologien zum Portfolio. So besitzt JobCloud 100% an JoinVision EServices in Wien, dem führenden Anbieter mehrsprachiger semantischer Recruiting-Technologien. JobCloud wurde im Jahr 2013 gegründet und gehört den beiden Unternehmen Ringier und TX Markets. JobCloud beschäftigt heute über 200 Mitarbeitende in Zürich und Genf.

Medieninhalte



jobs.ch-Kampagne "Hör auf zu arbeiten. Love what you do."

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100069786/100894337> abgerufen werden.