

INSIGHTS BY ACADEMIC WORK

# YPAI 2018

---

YOUNG PROFESSIONAL ATTRACTION INDEX



3	Sammanfattning
5	Young Professional Attraction Index
6	Morgondagens medarbetare
8	Om undersökningen
9	Respondenter
10	Top of mind – 100 företag
11	Anseende vs. kännedom
13	Topplista företag
14	Topplista utifrån branch
16	Att bli en ansedd arbetsgivare
19	Det letar målgruppen efter
20	Vad innebär kriterierna?
24	Olika grupper värdesätter olika saker
26	Ekonomi
28	IT
30	Teknik
32	Våra tips till er
34	Om samarbetet med Kantar Sifo
35	Om Academic Work

Vi på Academic Work är stolta över att för fjärde året i rad ha genomfört undersökningen Young Professional Attraction Index (YPAI) i samarbete med Kantar Sifo. Med våra insikter vill vi hjälpa arbetsgivare i Sverige förstå vad morgondagens medarbetare, young professionals, letar efter hos potentiella arbetsgivare. Denna rapport syftar till att ge dig som arbetsgivare djupare förståelse om hur du på bästa sätt attraherar, rekryterar och utvecklar både potentiella och befintliga medarbetare.

## YOUNG PROFESSIONAL ATTRACTION INDEX

Att det idag råder en stor brist på kompetens inom många yrkesområden kommer nog inte som en nyhet för arbetsgivare i Sverige. Sysselsättningen i Sverige ökar stadigt, och samtidigt som digitaliseringen i våra samhällen fortsätter stiger också behovet av utbildad yrkeskraft inom många olika områden, samtidigt som nya tjänster och behov uppkommer. Vi har under de senaste åren sett ett skifte i konkurrensen på arbetsmarknaden och begreppet "kandidatens marknad" används idag flitigt. I praktiken innebär detta att arbetsgivare i Sverige idag har ett större behov av att anställa personer, samtidigt som kandidaterna har fler alternativ att välja på än tidigare.

I arbetsförmedlingens mätning från 2017 uppger en av tre arbetsgivare att de upplever att det varit svårt att rekrytera och attrahera rätt kandidater, vilket är den högsta siffran sedan 2007. Bristen på kompetens har resulterat i att arbetsgivare valt kandidater med fel bakgrund, behövt sänka sina krav alternativt inte kunnat tillsätta positionen. Konsekvenserna av detta är många och flertalet arbetsgivare anger i samma undersökning att de inte kunnat nå sina uppsatta mål eller rent av tappat i produktivitet på grund av detta.<sup>1</sup>

Samtidigt ökar vikten av att anställa rätt personer, och att attrahera och rekrytera personer som passar de värderingar och den kultur som råder

internt. Men hur bär man sig då åt för att göra just detta när valen är begränsade och konkurrensen om kandidaterna är hårdare än någonsin förut? Tydligt är att någonting behöver förändras! En del i lösningen är givetvis att snabbare utbilda rätt kompetenser och få ut kvalificerad arbetskraft i arbetslivet, men i väntan på det behöver fler arbetsgivare arbeta mer strategiskt med att attrahera, rekrytera och utveckla den arbetskraft som finns tillgänglig på marknaden här och nu.

Med detta i åtanke har vi skapat undersökningen Young Professional Attraction Index, en årlig studie där vi på Academic Work kollar närmare på hur du som arbetsgivare kan bli bättre

på att just attrahera och rekrytera, men också att utveckla och behålla de som redan arbetar hos er idag inom målgruppen young professionals, en målgrupp som vi tror kommer vara helt avgörande för att möta framtidens behov.

Den här rapporten syftar till att förse dig som arbetsgivare med en karta och kompass för att underlätta orienteringen i vårt förändrade landskap. Vi hoppas att du kommer att finna innehållet lika inspirerande och användbart som vi gör.

Trevlig läsning önskar vi på  
Academic Work.



*Isabelle Ahlman*  
ISABELLE AHLMAN  
Insights Manager, Academic Work



*Markus Åberg*  
MARKUS ÅBERG  
People Plan Specialist, Academic Work

# Morgondagens medarbetare

Den här rapporten syftar till att ge djupare förståelse kring målgruppen young professionals – en viktig målgrupp enligt oss på Academic Work. Några intressanta punkter som framkommit i årets undersökning är att morgondagens medarbetare...



Tycker att Google är Sveriges *mest ansedda* arbetsgivare

## ATT VÄRDESÄTTA RELATIONERNA PÅ ARBETSPLATSEN ÄR AVGÖRANDE FÖR MÅNGA YOUNG PROFESSIONALS

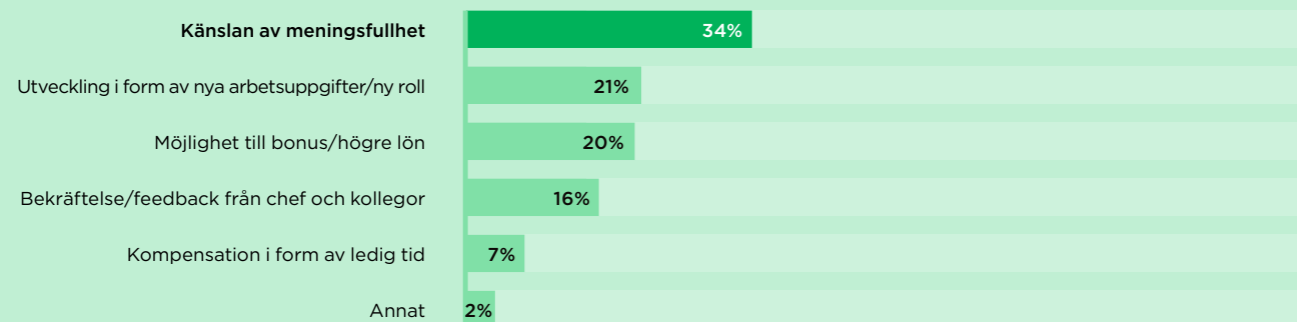


ANSER ATT **TREVLIGA KOLLEGOR** OCH **BRA STÄMNING** ÄR EN VIKTIG FAKTOR I VALET AV ARBETSGIVARE



TYCKER ATT **CHEFEN OCH LEDARSKAPET** ÄR EN VIKTIG FAKTOR I VALET AV ARBETSGIVARE

## MOTIVERAS AV KÄNSLAN AV MENINGSFULLHET\*

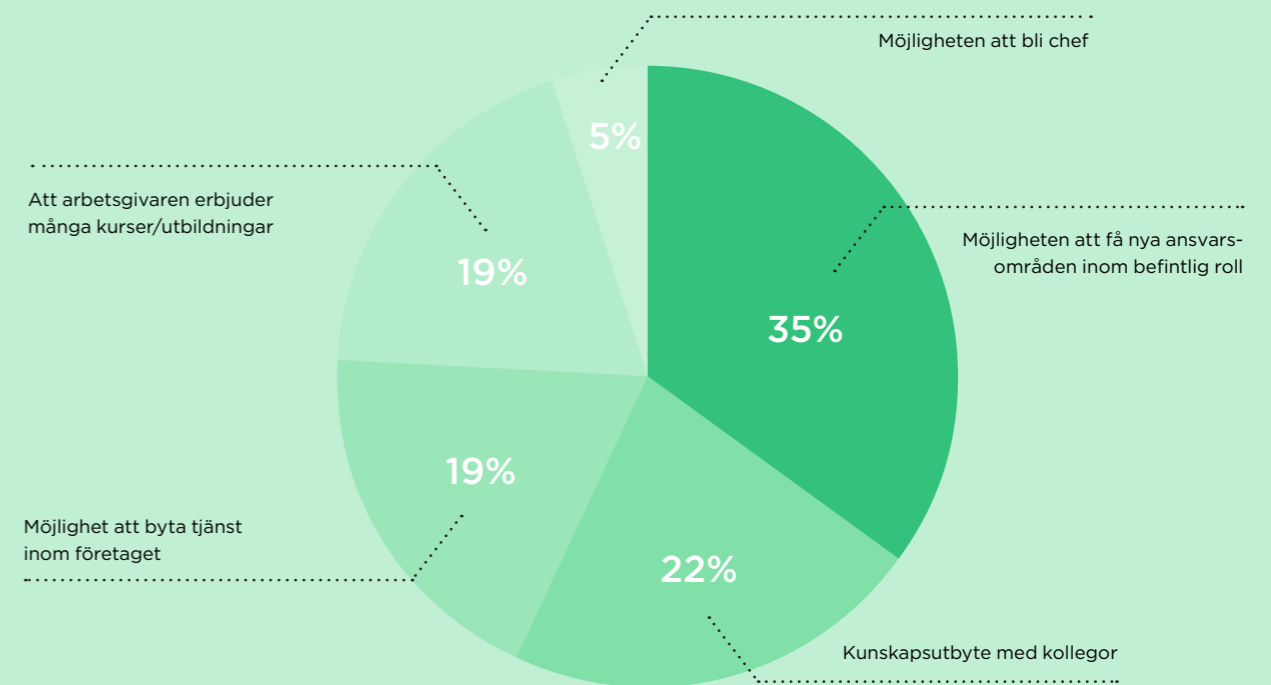


\* Vad motiverar dig allra mest att göra det lilla extra?

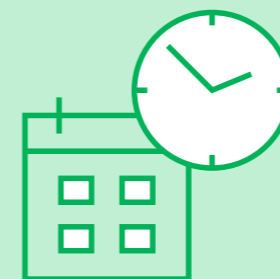
En young professional är en *student* vid universitet eller högskola alternativt någon som har en akademisk utbildning och som har *arbetat i upp till fem år* efter examen.

I kontrast till vad namnet kanske antyder har en young professional ingenting med ålder att göra utan är ett uttryck vi på Academic Work använder för att beskriva någon som är ny i arbetslivet.

## UTVECKLAS NÄR DE FÅR NYA ANSVARSOMRÅDEN\*



\* Vad upplever du är viktigast hos en arbetsgivare för att du ska kunna utvecklas?



Vill ha autonomi i sitt arbete och värdesätter bland annat  *eget ansvar* och *egna beslut* samt *flexibel arbetsplats och arbetstid*

# OM UNDERSÖKNINGEN

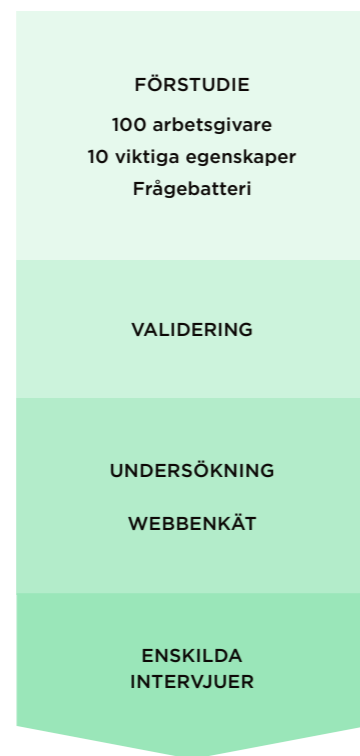
Vi är stolta över att för fjärde året i rad ha genomfört YPAI-studien på målgruppens egna villkor, och de företagen och viktigaste egenskaperna som vi undersöker har nominerats helt och hållet av young professionals själva. Detta gör att svarsalternativen om vad som anses viktigast vid val av arbetsgivare samt vilka företag som förekommer i studien ser olika ut från år till år.

För att få fram listan på företagen och vad som är viktigast genomför vi varje år en separat förstudie där vi ställer två frågor på fritext;

- Vad är viktigast för dig vid valet av arbetsgivare?
- Vilka arbetsgivare (företag och andra organisationer) vill du helst jobba hos?

Med fritextsvar från över 1100 respondenter har vi sammanställt listan med de 100 mest vanligt förekommande arbetsgivarna och tio teman med vad som anses viktigast för målgruppen vid val av arbetsgivare.

Resultaten från förstudien har sedan legat till grund för svarsalternativen i huvudundersökningen.



**YPAI**

## FEBRUARI

- Vilka arbetsgivare skulle du vilja jobba hos?
- Vad är viktigt när du väljer arbetsgivare?

## APRIL

Validering av vårt index i Kantar Sifos studentpanel

## APRIL - MAJ

Den stora undersökningen skickades ut till hela Academic Works nätverk av akademiker i början av karriären

## JUNI

Young professionals fick med egna ord beskriva vad resultatet betyder för dem

## SEPTEMBER

Vi har ett resultat!

# RESPONDENTER

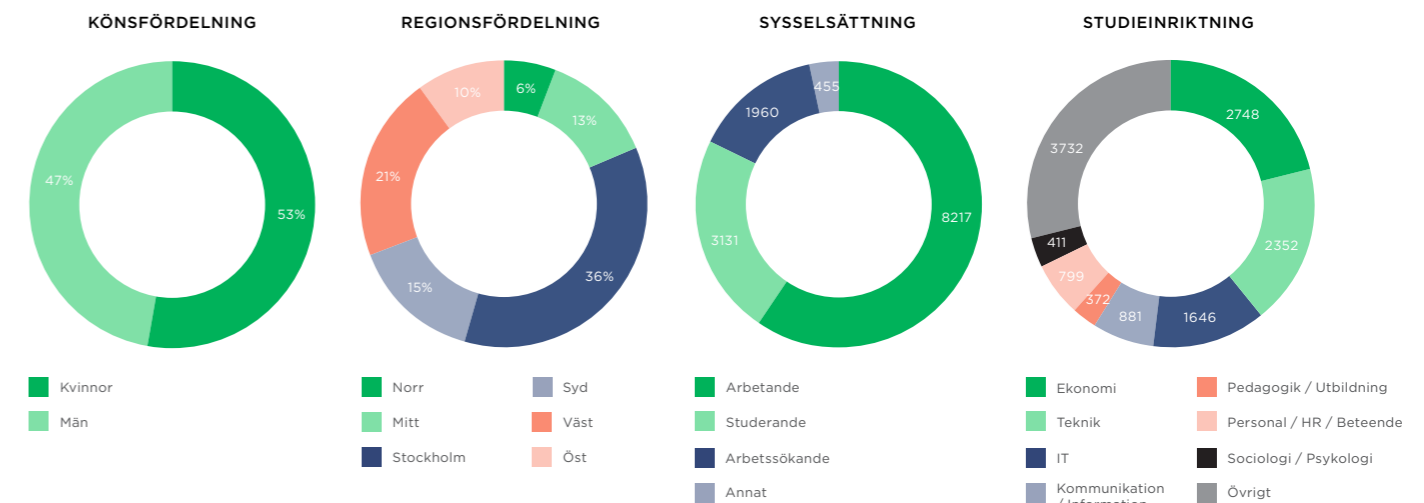
# 13.763

respondenter från Academic Works databas svarade på undersökningen i Sverige 2018

Undersökningen skickas ut av Kantar Sifo till samtliga kandidater i Academic Works nätverk. Av de som mottog undersökningen har 13.763 personer deltagit i undersökningen i Sverige i år och totalt har vi samlat in över 18.600 svar från respondenter i Norden samt Tyskland och Schweiz.

Tack vare spridningen av respondenter både geografiskt, över utbildningsinriktningar, könstillhörighet och sysselsättning

har vi haft möjlighet att bryta ned resultatet på mindre grupper och jämföra hur exempelvis studenter och arbetande skiljer sig, eller hur ekonomer står sig i jämförelse med verksamma inom IT.



# 100 företag

I listan nedan presenteras de 100 arbetsgivare som anses vara mest top of mind hos målgruppen 2018. Vi väljer att presentera företagen så som respondenterna själva har angett namnen i förstudien.

ABB	★ <b>Folksam</b>	Microsoft	Skatteverket
Alfa Laval	Försvarsmakten	Migrationsverket	SKF
★ <b>Amazon</b>	Försäkringskassan	Myndighet	★ <b>Sogeti</b>
Apple	Google	Naturvårdsverket	Spotify
★ <b>Arla</b>	Grant Thornton	NCC	★ <b>SSAB</b>
Astra Zeneca	Göteborgs stad	Nordea	Staten
Atlas Copco	H&M	★ <b>Orkla</b>	Stockholms stad
★ <b>Avanza</b>	Handelsbanken	Peab	Sweco
Axis Communications	★ <b>HiQ</b>	Polisen	Swedavia
BCG	★ <b>Husqvarna</b>	PostNord	Swedbank
BillerudKorsnäs	IBM	PwC	SVT
Bonnier	ICA	Ramböll	★ <b>Tele2</b>
CEVT	IKEA	Regeringskansliet	Telia
CGI	★ <b>JM</b>	★ <b>Riksbanken</b>	Tesla
★ <b>Coca-Cola</b>	Karolinska Institutet	Röda Korset	Tetra Pak
Coop	Klarna	Saab	Tieto
Danske Bank	Kommun	Samsung	Trafikverket
Deloitte	KPMG	Sandvik	★ <b>Tyréns</b>
Dice	Landsting	SAS	Unionen
E.ON	Lantmännen	Scania	Utrikesdepartementet
★ <b>Electrolux</b>	Länsförsäkringar	SEB	Vattenfall
Ericsson	Länsstyrelsen	★ <b>Semcon</b>	Volvo
EY	Malmö stad	Siemens	WSP
Facebook	★ <b>Massive</b>	★ <b>Skandia</b>	ÅF
FN	McKinsey & Co	Skanska	★ <b>Ähléns</b>

★ Nya företag på listan 2018

## ANSEENDE FÖRE KÄNNEDOM

I studien mäter vi arbetsgivarnas kännedom men också deras anseende. Genom att skilja på kännedom och anseende kan vi tydligt se att de företag som anses mest attraktiva som arbetsgivare inte nödvändigtvis är de mest kända hos målgruppen.

När vi rangordnar de 100 arbetsgivare som ingår i studien gör vi det baserat på deras anseende bland målgruppen young professionals.

Hur mäter vi då anseende? Tillsammans med Kantar Sifo har vi på Academic Work arbetat fram vårt attraktivitetsindex som består av tre olika parametrar: arbetsgivarens rykte på marknaden, arbetsgivarens upplevda framgång och slutligen om respondenten vill arbeta hos arbetsgivaren eller inte.

Anseendefrågorna ställs på tre slumpmässiga företag som respondenten svarat att de känner till som arbetsgivare.

Summan från respektive fråga slås ihop och totalen delas med tre, och så får varje företag sitt unika YPAI-resultat.

»Konkurrensen om de bästa kandidaterna är hård och som arbetsgivare måste du visa varför kandidaterna ska välja dig framför andra arbetsgivare. Våga prata om det ni gör bra, spännande projekt som ni driver, framgångssagor och så vidare. Det är så ni skapar ett gott anseende.«



MARKUS ÅBERG  
People Plan Specialist,  
Academic Work

### MODELLEN - FRÅN KÄNNEDOM TILL ANSEENDE

**KÄNNEDOM**  
Känner ej till  
Känner till namnet

Känner något till  
Känner ganska bra till  
Känner mycket bra till

ÖVERGRIPANDE  
RYKTE  
SOM ARBETS-  
GIVARE

+

UPPLEVD  
FRAMGÅNG

+

VILL  
ARBETA HOS

YPAI



## TOPPLISTA FÖRETAG

För fjärde året i rad ligger teknikjätten Google kvar på en stabil förstaplats. Google har sedan starten arbetat med att bygga upp sitt arbetsgivarvarumärke och med innovativa produkter i en populär bransch är det kanske inte så konstigt att de anses vara Sveriges mest attraktiva arbetsgivare.

En annan trend vi ser på årets topplista är en tydligare favorisering av våra svenska företag. På topp 10-listan är majoriteten av företagen grundade i Sverige och de amerikanska företagen McKinsey och The Boston Consulting Group får i år lämna plats för ICA och Tetra Pak.

Vi ser också att många av förändringarna på årets lista kan ha med mediala effekter att göra. Ett exempel på detta är IKEA som klättrar fyra placeringar och som under våren 2018 uppmärksammats mycket i media. I samband med grundaren Ingvar Kamprads bortgång skrevs det i media om historien

bakom IKEA men också deras värderingar, vision och utveckling i samhället. Dessa är faktorer hos en arbetsgivare som young professionals värderar högt, och som IKEA under året haft möjlighet att belysa i sin kommunikation, vilket också syns på deras placering i årets mätning. Att IKEA dessutom är en global aktör med en stark företagskultur och ett varumärke de flesta känner igen bidrar också till deras fina placering. Gemensamt för samtliga företag på topp tio listan är att de har en tydlig identitet och att de är duktiga på att prata om vad de gör bra inom sin bransch.

»Det är givetvis kul att se att det rörs om lite på årets lista och att nya företag tar sig in och utmanar giganterna. Ett arbetsgivarvarumärke är någonting som måste hållas levande och som man måste arbeta aktivt med för att fortsätta vara konkurrenskraftiga på arbetsmarknaden. Att man en gång varit en ansedd arbetsgivare innebär inte automatiskt att man alltid kommer vara det.«



ISABELLE AHLMAN  
Insights Manager,  
Academic Work

FÖRETAG	YPAI	RYKTE	FRAMGÅNG	VILL JOBBA DÅR
1. GOOGLE (1)	72	70	80	67
2. IKEA (7)	67	64	78	60
3. SPOTIFY (3)	66	61	74	63
4. TESLA (2)	63	57	70	63
5. MICROSOFT (6)	62,8	58	70	60
6. APPLE (4)	62,5	56	76	57
7. DICE (5)	60	58	66	57
8. VOLVO (10)	59,6	56	65	58
9. ICA (18)	57,2	54	67	51
10. TETRA PAK (24)	57	54	64	52

## TOPPLISTA UTIFRÅN BRANSCH

Nedan kan du se hur olika arbetsgivare inom samma bransch står sig mot varandra. Rangordningen bygger återigen på arbetsgivarnas anseende som är summan av den upplevda framgången, ryktet och om respondenten vill arbeta där eller inte.



### IT/TECH

1. Google
2. Spotify
3. Microsoft



### INDUSTRI

1. Tesla
2. Volvo
3. Tetra Pak



### BANK/FINANS

1. Handelsbanken
2. SEB
3. Swedbank



### TEKNIKKONSULTER

1. ÅF
2. Tyréns
3. WSP



### MYNDIGHET

1. Naturvårdsverket
2. Utrikesdepartementet
3. Swedavia



### REVISION

1. PwC
2. EY
3. KPMG



### BYGG

1. Skanska
2. NCC
3. JM



### IT-KONSULTER

1. CGI
2. Sogeti
3. Tieto



»Det är ett modernt företag i framkant som verkar ha en spännande företagskultur. Dessutom erbjuder de utmaningar och chans till utveckling internt, vilket jag gillar!«

Så beskrivs ett av företagen på topp tio listan i ett fritextsvar från undersökningen.



## ATT BLI EN ANSEDD ARBETSGIVARE

Det räcker alltså inte längre att bara ha ett känt varumärke. Du måste som arbetsgivare lyckas kommunicera både er framgång och ert rykte på arbetsmarknaden, men också få kandidaterna att faktiskt vilja komma och arbeta för er.

Årets raket är spelföretaget Massive, en del av Ubisoft familjen, som kommer in helt nya på listan och tar sig rakt upp till en elfte plats. Massive Entertainment är ett bra exempel på ett företag som inte tillhör de mest kända i skaran, men som har väldigt högt anseende bland kandidaterna. Liknande exempel ser vi även på spelföretaget Dice och managementföretaget McKinsey som även de placeras lågt på kännedom-



### ÅRETS RAKET!

Massive Entertainment,  
Ubisoft family

mätningen, men högt på anseende med en sjunde- respektive trettondeplats. Men hur går man då tillväga för att bli en attraktiv arbetsgivare? En bra början är att gå igenom vad man som arbetsgivare

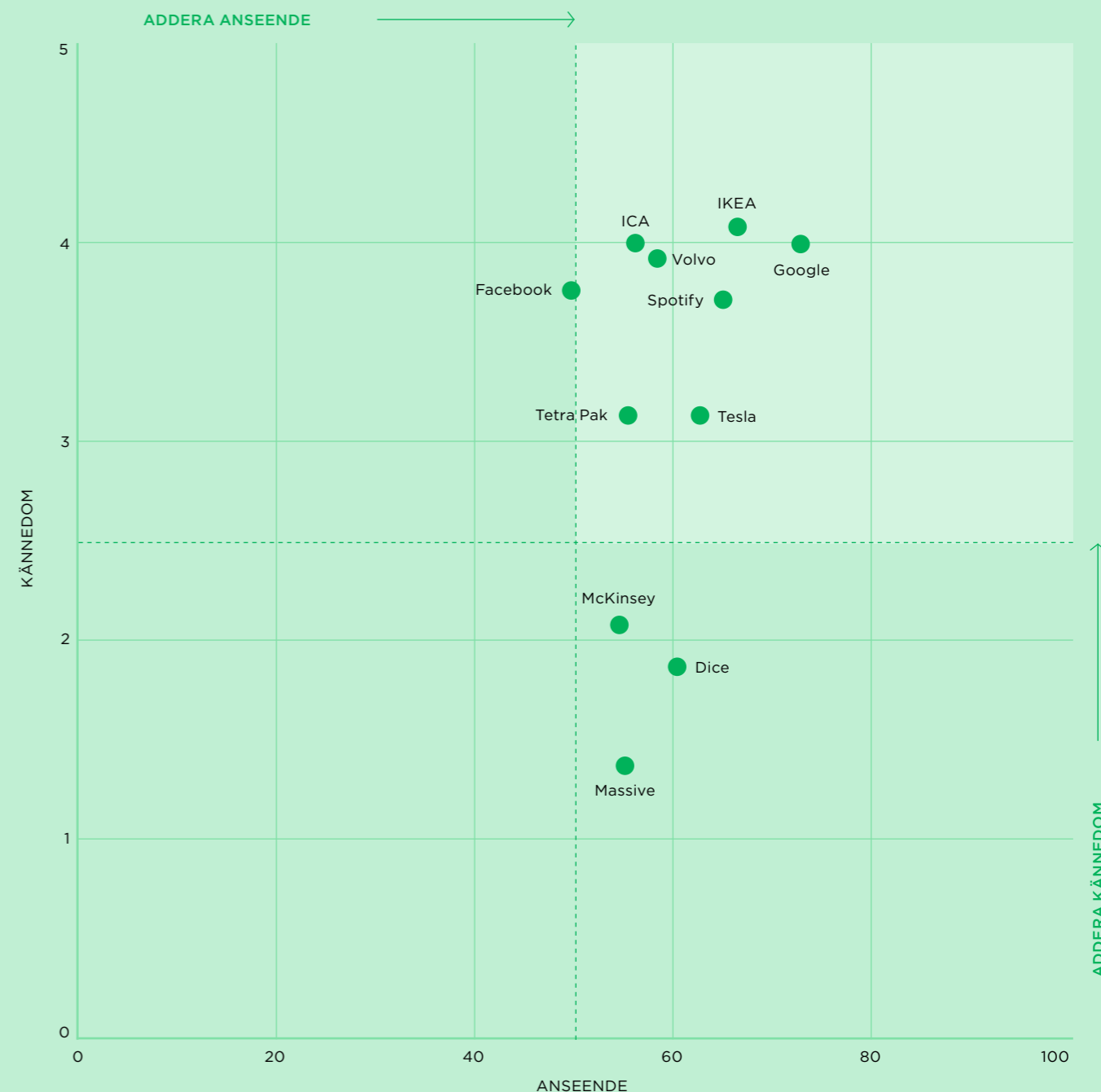
står för och vad som är unikt med just er. Är du osäker? Fråga dina medarbetare vad det är som gör att de trivs. När du har kartlagt detta försök då se igenom hur ni kommunicerar de delarna utåt. Är det tydligt för potentiella kandidater hur just de kan vara med på er resa framåt, och på vilket sätt de kan utvecklas hos er?

Vägar ni skryta om det ni faktiskt gör bra? På vilket sätt är ni en spännande arbetsgivare värd att ta en extra titt på?



# Ansedd eller välkänd?

I grafen nedan syns några av de företag som är med i årets YPAI- undersökning och deras poäng på kännedom och på anseende. Beroende på vart i modellen man som arbetsgivare placerar sig bör man arbeta med att förflytta sig upp i den övre högra kvadranten, antingen genom att öka sitt anseende eller genom att öka sin kännedom bland målgruppen young professionals.





## DET LETAR MÅLGRUPPEN EFTER

Vill du bli bättre på att attrahera, rekrytera och utveckla medarbetare är det första steget att förstå vad målgruppen letar efter i arbetslivet. Precis som för 2017 års mätning ser vi att det i slutändan handlar om relationerna på arbetsplatsen och att kollegorna, stämningen och närmaste chefen är faktorer som målgruppen värderar högst.

Kategorierna på årets lista har nominerats i vår separata förstudie där respondenterna med helt egna ord fick beskriva vad det anser är viktigast. Svaren har sedan kategoriserats och de kategorier med flest svar är de som använts i huvudundersökningen och samtliga kategorier bör därför ses som viktiga i målet att bättre attrahera kandidater.

Förutom fokuset på relationerna ser vi i år också ett tydligare steg mot mer autonomi i arbetet och kategorin *Eget ansvar och egna beslut* kommer tillbaka till listan efter att ha blivit bortbytt i 2017

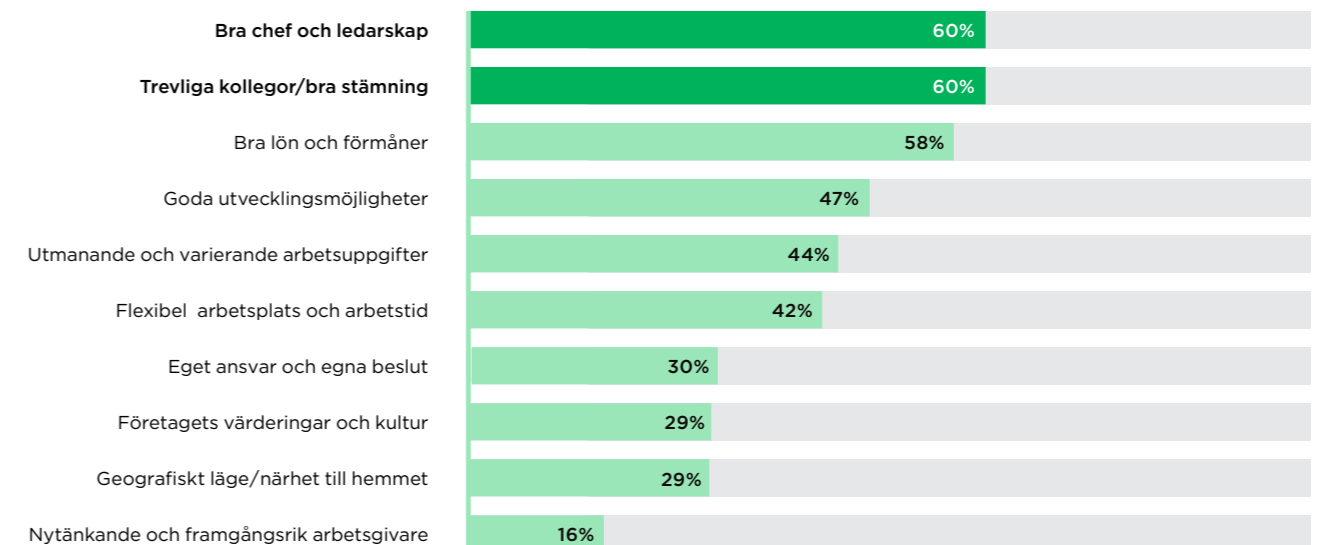
års mätning. Andra ändringar för året är nykomlingen *Framgångsrik och nytänkande arbetsgivare* samt kategorin *Utmanande arbetsuppgifter* som i år heter *Utmanande och varierande arbetsuppgifter*.

De fyra kategorierna som ligger i topp i årets mätning har legat stabilt sedan vi startade mätningen 2015 och bör ses som grundläggande byggstenar hos varje arbetsgivare som vill vara konkurrenskraftig på marknaden. Med andra ord är det här faktorer som måste finnas på plats och som man som arbetsgivare bör fokusera på att lyfta i sin kommunikation

mot potentiella medarbetare. Övriga kategorier kan ses som möjligheter och verktyg för att skapa sig konkurrensfördelar gentemot andra arbetsgivare.

I juni 2018 genomförde vi djupintervjuer med young professionals för att gräva djupare i vad de olika kriterierna betyder för målgruppen själva och för att tydligare kunna kartlägga vad man som arbetsgivare ska arbeta utifrån för att bli en mer attraktiv arbetsgivare. På följande sidor beskrivs de olika kategorierna närmare.

### VILKA AV FÖLJANDE PARAMETRAR ANSER DU ÄR VIKTIGAST NÄR DU VÄLJER ARBETSGIVARE? MARKERA MINST TRE ALTERNATIV.



## VAD INNEBÄR KRITERIERNA?

### Bra chef och ledarskap

Chefen och ledarskapet har en central roll både i organisationen i stort men också för den individuella utvecklingen och välmående hos medarbetarna. Ett bra ledarskap skapar utvecklingsmöjligheter för de anställda och förespråkar frihet under ansvar. Chefen anses också ha en viktig roll i att skapa en god stämning på arbetsplatsen genom transparent och tydlig kommunikation, närvaro och flexibilitet i form av anpassning utifrån individens behov.

*»Skillnaden på bra och dåligt ledarskap är om man tar tillvara på möjligheter eller hindrar dem.«*

Citat från intervjuer med young professionals.

### Trevliga kollegor och bra stämning

Att young professionals värdesätter relationerna på arbetsplatsen är tydligt. Förutom att det ska vara roligt att gå till jobbet anses också kollegorna vara med och bidra till en stark företagskultur, ökad motivation hos medarbetarna och skapa en atmosfär där kunskapsutväxling mellan kollegor främjas, vilket i sin tur leder till utveckling bland medarbetarna.



*»Jag vill bli sedd när jag tar initiativ och visar framfötterna, och sen få hjälp att växa.«*

Citat från intervjuer med young professionals.

### Bra lön och förmåner

En bra lön ska vara marknadsmässig samtidigt som det ska finnas möjlighet för löneutveckling. Young professionals vill känna att de får betalt för den tid och engagemang de lägger ner på sitt arbete och vill gärna belönas i form av bonus när de gjort någonting extra bra. Vad en bra förmån är varierar stort mellan målgruppen och täcker in allt från tjänstepension, friskvård och försäkringar till flexibel arbetstid och frukost på jobbet. En viktig förmån anses vara att företaget investerar i medarbetarnas välmående och förespråkar en hälsosam livsstil i form av träning på jobbet och en bra balans mellan arbete och fritid.

### Utmanande och varierande arbetsuppgifter

Denna kategori hänger starkt ihop med möjligheten att utvecklas i arbetet och handlar i stort om att få chansen att testa på olika arbetsområden, få ta eget ansvar över sitt arbete och att främja lärande på arbetsplatsen. Variationen i arbetsuppgifterna anses bidra till ökad motivation och minska risken att medarbetaren tröttnar på sin roll. En baksida med utmanande och varierande arbetsuppgifter anses vara att det kan leda till ökad stress bland medarbetarna om förväntningarna från närmaste ledarna inte är tydligt uttalade.

### Goda utvecklingsmöjligheter

Chansen till utveckling värderas högt av målgruppen och många av företagen på topp-tio listan i årets mätning förknippas med just utvecklingsmöjligheter. Bra utvecklingsmöjligheter är att få växa som individ, både privat och i rollen. Som arbetsgivare vill målgruppen att man erbjuder utbildningar, möjligheten att utforska arbetsuppgifter på andra avdelningar och chansen att få mer ansvar och nya arbetsuppgifter inom den befintliga rollen.

## Flexibel arbetsplats och arbetstid

En flexibel arbetsgivare skapar frihet för sina medarbetare att kunna kombinera arbetet med privatlivet. En flexibel arbetsplats kan vara att som arbetsgivare erbjuda möjligheten att arbeta på distans eller hemifrån vid behov eller att exempelvis låta sina medarbetare som pendlar långa sträckor arbeta ikapp delar av tiden på tåget. Flexibilitet knyter också samman till eget ansvar och egna beslut, och syftar i att skapa autonomi i arbetet. Baksidan av myntet anses vara att för mycket flexibilitet kan leda till ett arbetsklimat där individen ständigt måste finnas tillgänglig vilket kan leda till ökad stress.

## Företagets värderingar och kultur

Företagets kultur och värderingar återspeglas i hur arbetsgivaren tar ställning mot exempelvis jämlikhet, miljö och välgörenhet. En bra kultur är transparent och efterlevs i praktiken, inte bara på pappret. Kulturen anses också viktig för att skapa en gemenskap internt och få medarbetarna att sträva mot samma mål. En viktig del i att bygga en stark företagskultur anses vara att skapa riktlinjer och normer för hur medarbetarna talar till varandra internt, hur kommunikationen mellan exempelvis högre chefer och medarbetare ser ut samt att man arbetar aktivt med att uppnå en jämställd kultur.

*» Om det är två som intervjuar mig uppmärksammar jag vilken ton de har till varandra. Det säger mycket om hur stämningen internt är. «*

Citat från intervjuer med young professionals.

## Eget ansvar och egna beslut

Autonomi i arbetet värderas högt av målgruppen och i stort innebär det om att få arbeta självständigt utan att bli bevakad av chef och kollegor. Att få ta eget ansvar och egna beslut anses leda till snabbare personlig utveckling hos individen. Eget ansvar och egna beslut handlar också om att främja kreativitet och att uppmuntra medarbetarna till att komma med egna idéer och utvecklingsförslag, vilket anses öka motivationen och engagemanget hos de anställda. För att det autonoma arbetet ska fungera i verkligheten krävs dock ett bra och tydligt ledarskap som stöttar och agerar bollplank längs vägen, annars riskerar man att medarbetarna utsätts för onödigt stress och att beslut tas på fel grund.



## Geografiskt läge och närhet till hemmet

Det exakta avståndet till arbetet är inte det som är avgörande i valet av arbetsgivare och young professionals kan tänka sig att söka sig till arbetsplatser längre bort så länge kommunikationen dit är smidig. Med smidig kommunikation menas att det inte ska krävas flera byten och flera olika transportsätt för att ta sig till arbetet. Många young professionals kan också tänka sig en längre resväg så länge de har möjlighet att arbeta på vägen dit och hem och på så sätt effektivisera pendlingen.

## Nytänkande och framgångsrik arbetsgivare

En nytänkande och framgångsrik arbetsgivare är med och utmanar marknaden med sina produkter eller tjänster och ligger i framkanten i utveckling och innovation. En nytänkande arbetsgivare använder sina resurser på ett effektivt sätt och använder digitala lösningar internt. Samtidigt som man håller koll på hur marknaden förändras och utmanar sina medarbetare till att tänka utanför boxen och hitta nya lösningar och idéer som bidrar till utveckling både för medarbetarna själva och för organisationen.



## OLIKA GRUPPER VÄRDESÄTTER OLIKA SAKER

En utmaning i att förstå sig på målgruppen young professionals är att de värderar olika saker i valet av arbetsgivare beroende på vart de befinner sig i arbetslivet eller vilka områden de verkar inom. Ett exempel på detta är att vi ser en tydlig skillnad mellan de som studerar och de som redan befinner sig i arbetslivet. De studenter som deltagit i undersökningen tenderar att i större utsträckning än de som arbetar värdera företagets kultur och värderingar, kollegorna och stämningen samt utvecklingsmöjligheterna. Tittar vi istället på de som lämnat studentlivet bakom sig och redan gett sig ut i arbetslivet värderar de istället lönen och förmånerna, chefen

och ledarskapet, flexibiliteten på arbetsplatsen och möjligheten till eget ansvar och egna beslut, saker man som student kanske inte kommit i kontakt med på samma sätt och därför inte reflekterat över tidigare.

Genom att förstå de här skillnaderna kan man som arbetsgivare arbeta mer strategiskt mot den målgruppen man är intresserad av och på så sätt anpassa budskapen efter de man faktiskt vill kommunicera med. På kommande sidor kan du läsa mer om hur resultatet skiljer sig mellan inriktningarna ekonomi, teknik och IT och vad varje målgrupp värderar och varför.

# 65%

av studerande young professionals anser att trevliga kollegor och bra stämning är viktigast



**61% AV ARBETANDE YOUNG PROFESSIONALS ANSER ATT BRA LÖN OCH FÖRMÅNER ÄR VIKTIGAST**



**64% AV KVINNORNA ANSER ATT TREVLIGA KOLLEGOR OCH BRA STÄMNING ÄR VIKTIGAST**



**61% AV MÄNNEN ANSER ATT LÖN OCH FÖRMÅNER ÄR VIKTIGAST VID VALET AV ARBETSGIVAREN**



Ekonomi är en bred inriktning som inhyser allt från de traditionella ekonomiprofilerna inom redovisning, verksamhetsstyrning (controlling) och finans till marknadsföring, management och inköp. Efterfrågan på kompetenser varierar mellan de olika inriktningarna, men inom framförallt redovisning, revision och controlling råder brist på kvalificerade kandidater.<sup>2</sup>

Liksom i förra årets mätning ser vi att det ekonomer värderar högst på arbetsplatsen är chefen och ledarskapet. Tittar vi djupare på redovisning och revision är det även här chefen och ledarskapet, men även kollegorna och stämningen som värderas högst. För ekonomer med inriktning controlling rankas även lönen och förmånerna högt i årets mätning.

Som för målgruppen i stort kan vi även här se en skillnad mellan studenter och arbetande, där studenter med inriktning ekonomi värderar utvecklingsmöjligheterna högt, medan arbetande ekonomer värdesätter lönen och förmånerna.

Vill du attrahera ekonomer är det alltså framförallt relationerna på arbetsplatsen du ska lyfta i din kommunikation. Hur ser stämningen på arbetsplatsen ut?

Vilka arbetar i teamet och varför trivs de på arbetsplatsen? Vem är rekryterande chefen? Dessa är frågor som man som arbetsgivare kan ställa sig själv och sedan försöka lyfta fram i exempelvis en jobbanons för att ge en tydligare bild över hur relationerna ser ut på just er arbetsplats.

STUDERANDE EKONOMER  
VÄRDESÄTTER **GODA**  
UTVECKLINGSMÖJLIGHETER  
HÖGST

*»Jag måste trivas på en arbetsplats för att kunna prestera och må bra, därför spelar arbetsklimat och kollegor en jätteviktig del. Men det gör även en bra ledare. För mig är en bra ledare någon som skapar och upprätthåller en bra stämning och som skapar framgångsrika team. Om man inte trivs med sin chef kommer det skapas klyftor någonstans i organisationen och det mår ingen bra av, varken företag eller anställda. Därför anser jag att en bra ledare är det viktigaste på en arbetsplats!«*



HANNA LUNDIN  
Arbetar som Professional Services Consultant

# Viktigast för Ekonomer

## TOPP 3 ARBETSGIVARE

1. Google
2. IKEA
3. Spotify

# 61%

TYCKER DET ÄR ALLRA VIKTIGAST  
MED EN **BRA CHEF/LEDARSKAP**



### VIKTIGAST FÖR STUDENTER

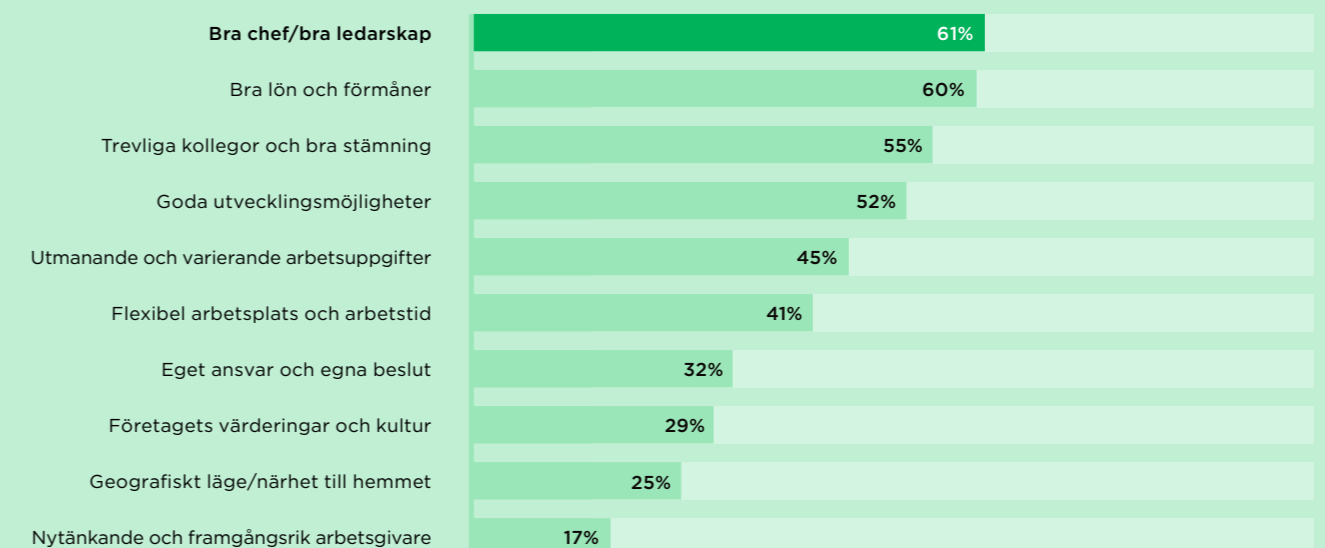
1. Goda utvecklingsmöjligheter
2. Bra lön och förmåner
3. Trevliga kollegor och bra stämning



### VIKTIGAST FÖR ARBETANDE

1. Bra lön och förmåner
2. Bra chef och ledarskap
3. Trevliga kollegor och bra stämning

## VIKTIGAST FÖR EKONOMER





Den digitalisering vi genomgår just nu har gjort att många företag idag är på jakt efter kompetenser inom just IT och data. Även om fler idag väljer att utbilda sig inom dessa områden ökar efterfrågan snabbare än marknaden, vilket har lett till en extremt hård konkurrens om kandidater med utbildning inom just dessa områden. Störst brist på kompetens ser vi bland systemanalytiker och mjukvaru- och systemutvecklare.<sup>3</sup>

Inom området IT hittar vi bland annat utvecklare, personer inom BI och AI, projektledare och IT-support. I jämförelse med branschkollegorna inom teknik och ekonomi värderar IT-profilerna lönen och förmånerna högt som kan förklaras med att den stora bristen på kompetens gör att den här målgruppen är medvetna om deras värde på marknaden.

Yrkesverksamma inom IT är den målgrupp som i störst utsträckning värderar flexibilitet på arbetsplatsen.

Är du på jakt efter profiler inom IT är det alltså bra att gå igenom vilka förmåner ni erbjuder era anställda och hur ni arbetar internt med flexibilitet. Erbjuder ni flexitid? Kan man som anställd arbeta hemifrån vid behov? När du kartlagt detta blir nästa steg att gå igenom hur ni kommunicerar detta mot målgruppen.

YOUNG PROFESSIONALS  
INOM IT VÄRDERAR **TREVLIGA  
KOLLEGOR** HÖGST AV SAMTLIGA  
STUDIEINRIKTNINGAR

*»En bra chef är A och O för mig personligen. Att veta vilka mål man arbetar efter, samt ha öppna konversationer som gör att man kan nå dit. Jag tycker även det är väldigt viktigt att utveckla sina kunskaper, man är aldrig lärd till fullo. Med en bra chef som ger mig möjlighet till utveckling i form av förtroende, feedback och närvaro, gör mig ytterst motiverad och får mig att sträva efter resultat. Då är det alltid kul att gå till jobbet!«*



WILLIAM TENGFELDT  
Studerar systemvetenskap och spelutveckling  
vid Stockholms Universitet

# Viktigast för IT

## TOPP 3 ARBETSGIVARE

1. Google
2. Microsoft
3. IKEA

# 63%

TYCKER DET ÄR ALLRA VIKTIGAST MED  
**TREVLIGA KOLLEGOR OCH BRA STÄMNING**



### VIKTIGAST FÖR STUDENTER

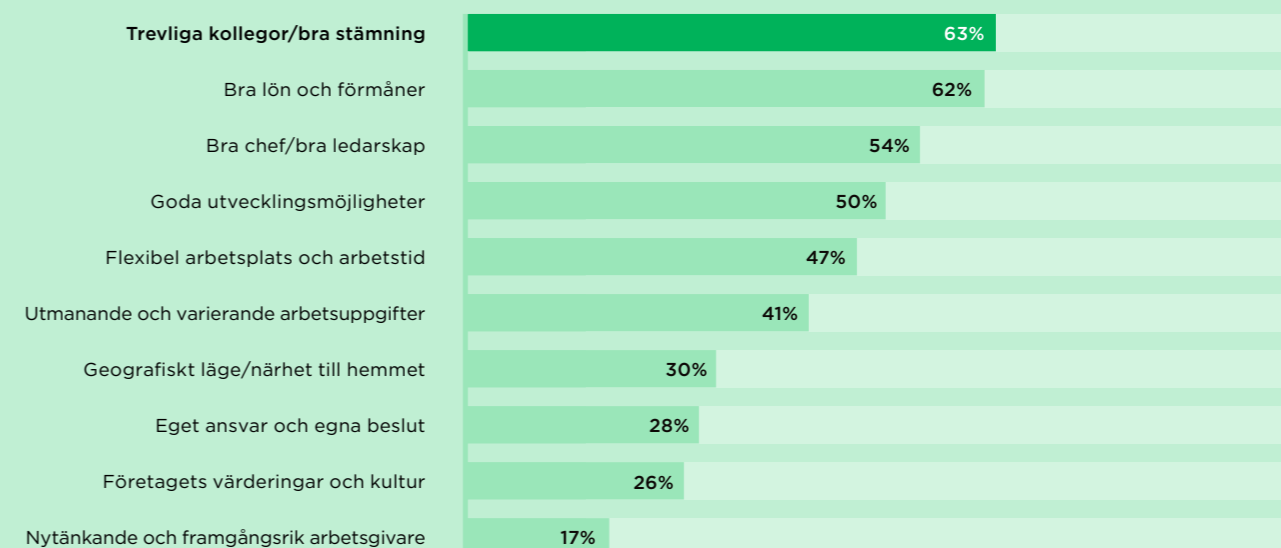
1. Trevliga kollegor och bra stämning
2. Bra lön och förmåner
3. Bra chef och ledarskap



### VIKTIGAST FÖR ARBETANDE

1. Bra lön och förmåner
2. Trevliga kollegor och bra stämning
3. Bra chef och ledarskap

## VIKTIGAST FÖR IT



Inom området teknik hittar vi bland annat civilingenjörer, ingenjörer och teknologer inom diverse olika inriktningar. Här råder stor brist på kompetens och de yrkesverksamma har stora valmöjligheter, vilket gör att kraven på arbetsgivare som vill rekrytera inom teknikområdet ökar.<sup>4</sup>

Tittar vi på vad personer inom Teknik letar efter hos en arbetsgivare rankas chefen och ledarskapet och även kollegorna och stämningen högt. Tittar vi närmare på olika studieinriktningar, exempelvis ingenjörer inom elektroteknik, maskinteknik och materialdesign för att nämna några så är resultatet samstämmigt med resultatet för teknologer i stort. Vill du attrahera en ingenjör är det alltså, precis som för kollegorna inom ekonomi, framförallt relationerna på arbetsplatsen du ska lyfta i din kommunikation.

Har ni exempelvis teamaktiviteter, mentorskapsprogram eller liknande som ni erbjuder era anställda? Glöm inte att lyfta det i er kommunikation med målgruppen i såna fall för att visa hur ni som arbetsgivare arbetar med just relationerna på arbetsplatsen.

ARBETANDE TEKNOLOGER  
VÄRDERAR **BRA CHEF**  
/LEDARSKAP HÖGST

*»För mig är inte bra lön viktigast, men bra förmåner är det. En bra förmån som jag då uppskattar som mest med mitt jobb är att jag får vara flexibel med mitt jobbschema och arbeta de dagarna jag inte behöver vara på universitetet. Denna frihet minskar stress och påfrestningar från att arbeta och studera samtidigt och gör det möjligt att klara och hantera både utbildningen och jobbet parallellt och på ett bra sätt.«*



**BENAR EKMAT**  
Studerar till civilingenjör inom samhällsbyggnad på Kungliga Tekniska Högskolan i Stockholm

# Viktigast för Teknologer

## TOPP 3 ARBETSGIVARE

1. Google
2. Tesla
3. Volvo

# 59%

TYCKER DET ÄR ALLRA VIKTIGAST MED EN **BRA CHEF/LEDARSKAP**



### VIKTIGAST FÖR STUDENTER

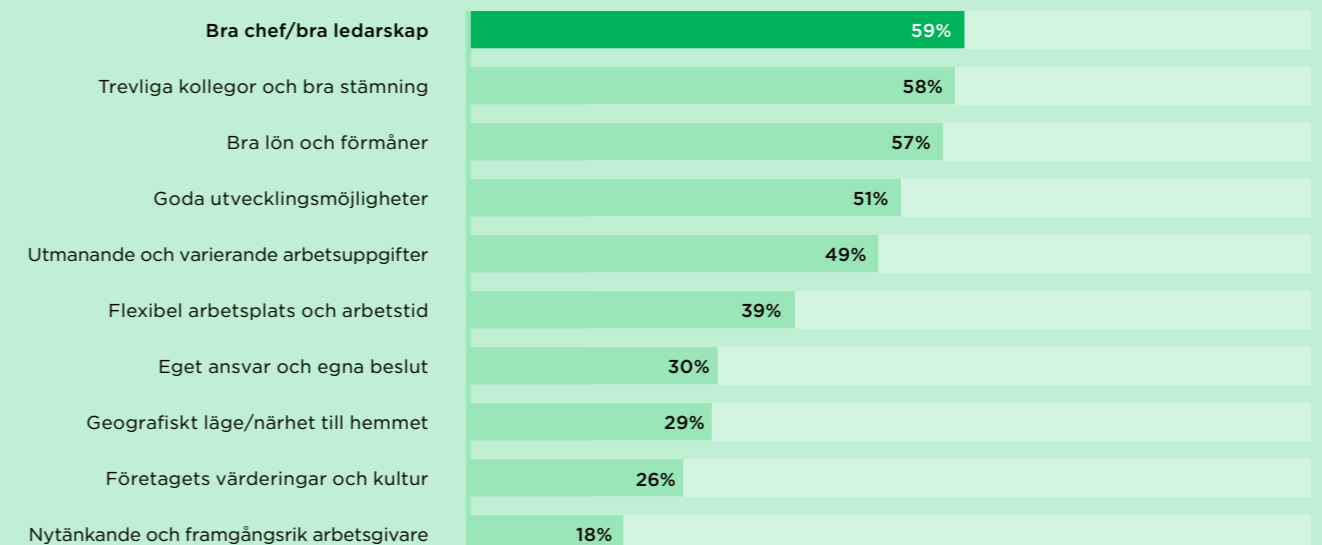
1. Trevliga kollegor och bra stämning
2. Bra lön och förmåner
3. Bra chef och ledarskap



### VIKTIGAST FÖR ARBETANDE

1. Bra chef och ledarskap
2. Bra lön och förmåner
3. Trevliga kollegor och bra stämning

## VIKTIGAST FÖR TEKNOLOGER







# Våra tips till er

Efter att ha läst denna rapport är vår förhoppning att du ska känna dig inspirerad att fortsätta arbetet med att bli en mer ansedd arbetsgivare.

På kommande sidor har vi därför sammanfattat fem tips som vi vill skicka med dig som läsare att jobba vidare med....

## 1. Förstå målgruppen

För att lättare attrahera, rekrytera och utveckla young professionals måste du som arbetsgivare först förstå vad målgruppen letar efter på arbetsmarknaden. Efter att ha läst den här rapporten har du förhoppningsvis fått en bättre förståelse kring detta och identifierat att bland annat kollegorna, ledarskapet och utvecklingsmöjligheterna är viktiga faktorer att lyfta fram i er kommunikation med målgruppen.



## 2. Identifiera era styrkor

Nästa steg är att identifiera vilka av de faktorerna young professionals letar efter som ni lever upp till som arbetsgivare, och på vilket sätt. Av de faktorerna målgruppen värdesätter högst, vilka är era starka sidor? Exempelvis hur arbetar ni med ledarskap i organisationen, på vilket sätt kan en medarbetare utvecklas inom organisationen och vilka konkreta utvecklingsmöjligheter erbjuder ni? Fråga era medarbetare varför de trivs bra hos er som arbetsgivare och varför de skulle rekommendera andra att söka jobb hos er.



## 3. Rannsaka era annonser

När du har fått en övergripande bild över vad målgruppen letar efter och identifierat era styrkor är nästa steg att gå igenom hur ni kommunicerar detta till målgruppen ni vill attrahera. En bra början är att kolla i era platsannonser. Pratar ni om det som young professionals letar efter? Alla företag erbjuder utvecklingsmöjligheter av något slag så försök att vara konkret med vad det är ni erbjuder i form av kurser, mentorskapsprogram och liknande. Att beskriva kollegor, stämning och ledarskap kan vara svårt i en annons men ett enkelt knep är att ha med ett citat från rekryterande chefen eller några av kollegorna om varför de trivs och vad som gör deras jobb meningsfullt. Fundera även över fler plattformar där ni har möjlighet att kommunicera ert budskap till målgruppen ni vill attrahera.

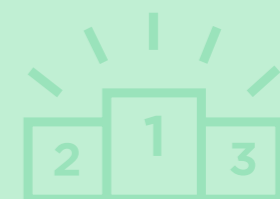


## 4. Identifiera på vilket sätt ni bidrar till utveckling

De mest attraktiva arbetsgivarna i vår studie har alla en sak gemensamt, nämligen att de upplevs som marknadsledande och innovativa samtidigt som de bidrar till utveckling inom sina branscher. Young professionals vill arbeta för företag där det finns möjlighet att utvecklas och där deras arbete är med och bidrar till någonting meningsfullt. Som arbetsgivare bör du därför ställa dig frågan – På vilket sätt är samhället annorlunda om fem år tack vare vår verksamhet? Våga vara annorlunda och framställ det som gör er unika som arbetsgivare och lyft detta i er kommunikation istället för att prata om det som gör er likadana, eller som målgruppen anser som självklart.

## 5. Våga skryta

Vårt sista tips blir att våga skryta. Young professionals har idag en uppsjö av arbetsgivare att välja mellan och för att sticka ut i mängden är det viktigt att tydlig kommunicera varför kandidaterna ska arbeta för just er. Våga lyfta fram de delarna som du har identifierat i steg två och fyra och var stolt över vilka ni är. Om du som arbetsgivare inte kan förklara varför er verksamhet är meningsfull och utvecklingsbenägen kommer inte heller kandidaterna att uppfatta er som det. Gå igenom hur er hemsida ser ut, framförallt de sidor som vänder sig till framtida medarbetare, hur lätt är det att hitta information och pratar ni om de sakerna som young professionals tycker är viktiga?



## OM SAMARBETET MED KANTAR SIFO

ANTAL RESPONDENTER

# 13.763

Undersökningen genomfördes februari-maj

Young Professional Attraction Index tas fram av Academic Work, Home of the young professionals, i samarbete med Kantar Sifo och Kantar Gallup som är världens ledande marknadsundersökningsbyrå.

Kantar Sifo har många års erfarenhet av anseendestudier i olika intressentgrupper, såväl bland allmänhet, som anställda och framtida talanger. Den metod vi har använt oss av för att skapa vårt index har tagits fram genom att testa ett antal olika faktorer från 35 000 globala jämförelseintervjuer om varumärkesimage. Faktorerna testades i en svensk förstudie bland ett urval av akademiker och studenter i Kantar Sifos slumpmässigt rekryterade webbpanel.

Genom en faktoranalys har vi kommit fram till de tre kategorier som slutligen bygger indexet. Viktningen dem emellan är lika stor, då vi inte ser tydliga generella iakttagelser som talar emot detta, samtidigt som vi ville skapa ett index som

är enkelt att förstå. Faktorer som bygger upp indexet är generella, kräver inte detaljkunskaper för att besvara och bidrar var och en på ett unikt sätt till indexets helhet.

Indexet är ett modernt mått på vad young professionals värderar hos en arbetsgivare, och utformas på målgruppens villkor. Vi är extra stolta över att målgruppen själv nominerat samtliga svarsalternativ som bygger vår studie och våra resultat. Vårt mål är att Young Professional Attraction Index ska vara det självklara valet för arbetsgivare som vill förstå hur de kan bli bättre på att attrahera, rekrytera och behålla young professionals.

## OM ACADEMIC WORK

1998 hade tre studenter en idé och en ambition om att sammanföra studenter som var på jakt efter ett extrajobb med företag som sökte deltidspersonal. Academic Work grundades i Sverige men idag är vi en internationell verksamhet med kontor i Sverige, Norge, Danmark, Finland, Schweiz och Tyskland. Vi rekryterar och hyr ut akademiker som fortfarande studerar, eller som är i början av karriären – young professionals. Sedan 1998 har vi hjälpt fler än 120 000 människor till jobb, och på samma gång försett våra kunder med lika många nya kollegor.

Academic Work skapar jobb och bygger karriärer. Våra insikter hjälper till att skapa bättre relationer mellan arbetsgivare och young professionals. Hos oss

möts arbetsgivare och akademiker i början av karriären varje dag och med vår årliga studie Young Professional Attraction Index (YPAD) kan vi öka kunskaper om young professionals hos arbetsgivare, och samtidigt ta våra insikter om arbetsgivare och dela med oss av dessa till young professionals.

Är du intresserad av att lära dig mer om young professionals eller att få djupare förståelse för vår undersökning Young Professional Attraction Index, YPAI? Kontakta oss så berättar vi mer.

### KÄLLOR

1-4. Arbetsförmedlingen, "Vart finns jobben?" 2018.

## KONTAKT

Academic Work

Isabelle Ahlman – Insights Manager & Projektledare

[ypai@academicwork.se](mailto:ypai@academicwork.se)

[www.academicwork.se/yp-attraction-index](http://www.academicwork.se/yp-attraction-index)

**ACADEMIC  
WORK.**  
HOME OF THE YOUNG PROFESSIONALS