



Young Professional Attraction Index

Sverige 2019

Vi på Academic Work är stolta över att för 5:e året i rad presentera resultatet av undersökningen Young Professional Attraction Index – YPAI. Undersökningen YPAI genomförs i samarbete med Kantar Sifo och syftar till att hjälpa arbetsgivare förstå vad morgondagens arbetskraft, young professionals, värderar vid valet av arbetsplats. Insikterna från YPAI ger arbetsgivare djupare förståelse för hur de rekryterar och utvecklar målgruppen young professionals och får dem att trivas på arbetsplatsen.

Sammanfattning	2	YPAI på 5 år	14
Young Professional Attraction Index	3	Vad målgruppen letar efter	16
YPAI 2019 i korthet	4	Faktorernas innebörd	19
Om undersökningen	5	Vinn målgruppens förtroende	23
Medverkande i undersökningen	6	Ekonomi	24
De 100 mest attraktiva arbetsgivarna	7	IT	26
Anseende före kännedom	8	Teknik	28
Arbetsgivare i topp – reflektioner och samband	9	5 tips till arbetsgivare	30
Receptet på framgång	12	Om samarbetet med Kantar Sifo	33
		Om Academic Work	34

Young Professional Attraction Index

Dagens arbetsmarknad är full av utmaningar, men också möjligheter. Den goda nyheten är att den svenska arbetsmarknaden är fortsatt stark och sysselsättningsgraden hög.¹ Samtidigt har högkonjunkturen och ökade pensionsavgångar gett upphov till den stora kompetensbrist som råder inom många yrkesområden idag. Digitaliseringens framfart ställer därtill högre krav på utbildad arbetskraft och ger upphov till nya kompetensbehov.

1/3

av alla företag har tvingats lägga sina expansionsplaner på hyllan på grund av svårigheterna att rekrytera.

Källa: Svenskt Näringsliv



Kompetensbristen har under de senaste åren resulterat i allt sämre matchningar på arbetsmarknaden och att det tar längre tid för arbetsgivare att hitta rätt kompetens.

Källa: Arbetsförmedlingen

Förändringarna på arbetsmarknaden de senaste åren har resulterat i ett maktskifte. Vi talar om »*kandidatens marknad*«. En marknad där arbetsgivare har ett allt större personalbehov och konkurrensen om kompetensen hårdnar. Inte nog med att det är svårare att rekrytera rätt kompetens, det är också en utmaning att behålla och utveckla medarbetare. Samtidigt har kandidaterna fler valmöjligheter än någonsin och uppvakts kontinuerligt med andra jobberbjudanden.

Young Professional Attraction Index (YPAI) ger inte lösningen på alla problem, men många bra verktyg för att förstå en förändrad arbetsmarknad och en mycket eftertraktad målgrupp – young professionals.

500.000

nya medarbetare behöver rekryteras inom välfärdssektorn fram till 2026. Samtidigt går var tredje medarbetare i pension fram till 2028.

Källa: Sveriges Kommuner och Landsting

YPAI 2019 i korthet

För att tillgodose nuvarande och kommande kompetensbehov krävs nya strategier och tillvägagångssätt. Arbetsgivare behöver därför hitta sätt att hantera de utmaningar som marknadsläget innebär. Arbetsgivare som vill skapa ett konkurrenskraftigt och attraktivt jobberbjudande måste börja med att *förstå* målgruppen de vill attrahera. Vad tilltalar young professionals vid valet av arbetsplats? Nedan är ett smakprov på några viktiga insikter i YPAI 2019.

70%

uppger att de inte är oroliga för att digitala verktyg eller robotisering kommer påverka deras karriär negativt i framtiden



41% tycker att bekräftelse och feedback är viktigast för att motiveras till att göra det lilla extra på jobbet.



1/3 tycker det är mycket viktigt att arbetsgivaren har en tydlig intern klimatpolicy och/eller arbetar aktivt för ett bättre klimat.



29% uppger att möjligheterna till utbildning och personlig utveckling är avgörande för att vilja anta en chefsroll.



Trevliga kollegor och bra arbetsmiljö är viktigast för young professionals vid val av arbetsgivare

48%

uppger att mångfald är viktigt på arbetsplatsen

Om undersökningen

De arbetsgivare och faktorer som förekommer i denna undersökning har målgruppen själva definierat genom fritextsvar i en förstudie som genomfördes våren 2019. Vilka faktorer och arbetsgivare som förekommer i studien ser därmed olika ut från år till år.

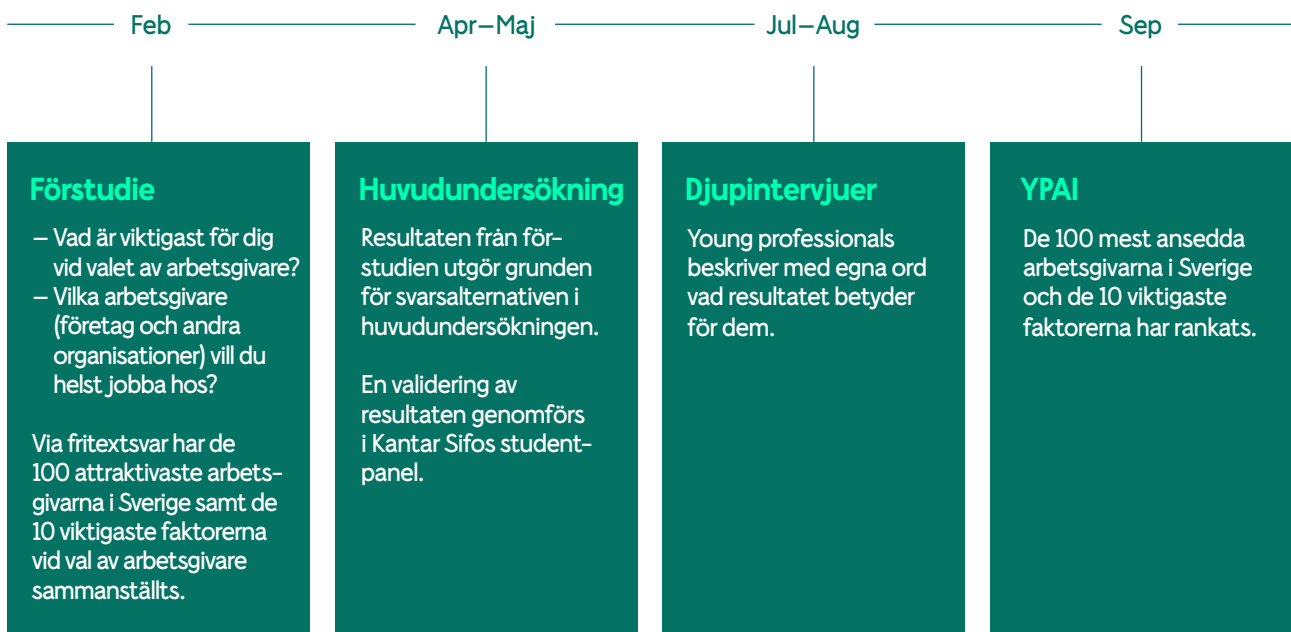
I den separata förstudien har två fritextfrågor ställts till målgruppen:

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

Utifrån fritextsvaren från förundersökningen sammanställdes:

- De 100 mest attraktiva arbetsgivarna i Sverige.
- De viktigaste faktorerna vid valet av arbetsgivare.

Resultaten från förstudien utgör grunden för svarsalternativen i huvudundersökningen. Som komplement till undersökningen genomförs också djupintervjuer med slumpmässigt utvalda respondenter för att få ytterligare förståelse för young professionals preferenser.



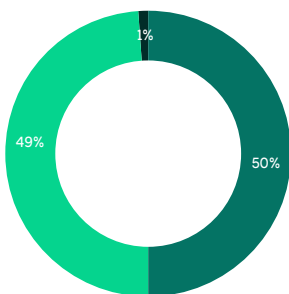
Medverkande i undersökningen

Undersökningen skickas ut till samtliga kandidater i AW's nätverk och distribueras av Kantar Sifo. 7.214 svarade på undersökningen i Sverige 2019. Utöver dessa samlades över 8.202 svar från young professionals i Norden samt Tyskland och Schweiz in. Tack vare spridningen sett till geografi, utbildningsinriktning, sysselsättning och könstillhörighet har resultatet kunnat brytas ner på flera nivåer. Därmed kan resultatet för exempelvis studenter kontra yrkesverksamma jämföras och analyseras.

7.214

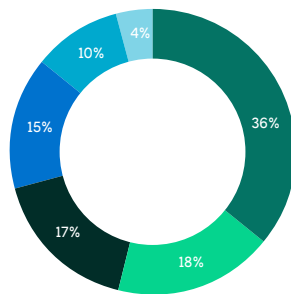
young professionals svarade på undersökningen i Sverige 2019

Könsfördelning



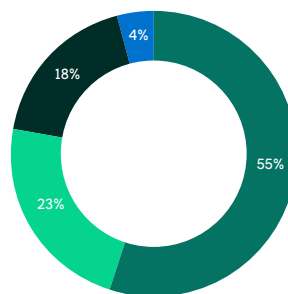
- Kvinnor
- Män
- Annat

Geografisk fördelning



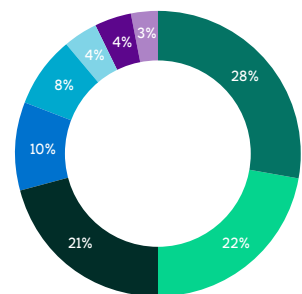
- Stockholm
- Östra
- Västra
- Södra
- Norr
- Mitt

Sysselsättning



- Arbetande
- Arbetsökande
- Studerande
- Övrigt

Studieinriktning*



- Övrigt
- Teknik
- Ekonomi
- IT
- Personal/HR/Beteende
- Kommunikation/Information
- Pedagogik/Utbildning
- Sociologi/Psykologi

* Fördelning av studieinriktning bland högskole- och universitetsutbildade

De 100 mest attraktiva arbetsgivarna

De 100 mest attraktiva arbetsgivarna i Sverige är företag som målgruppen själv listat via fritextfrågan: Vilka arbetsgivare vill du helst jobba hos? Dessa arbetsgivare är med andra ord top of mind hos young professionals 2019. Företagen benämns såsom de angetts i förstudien.

ABB	Försvarmakten	Oatly New	Stockholms Stad
Accenture New	Google	Peab	Stockholms Universitet New
Alfa Laval	Göteborgs Stad	Polisen	Sweco
Amazon	H&M	PwC	Swedbank
Apple	Handelsbanken	Ramböll	Svenska kyrkan New
Astra Zeneca	HiQ	Regeringskansliet	SVT
Atea New	HSB New	Region Skåne New	Systembolaget New
Atlas Copco	IBM	Riksbyggen New	Telenor New
Axfood New	ICA	RISE New	Telia
Axis Communications	IKEA	SAAB	Tesla
Banker New	King New	Sandvik	Tetra Pak
BCG	Klarna	SAS	Toyota New
Billerud Korsnäs	Kommuner (generellt)	Scania	Trafikverket
Bombardier New	Landsting	SEB	Transportstyrelsen New
Bonnier	Lunds Universitet New	SIDA	TV4 New
CGI	Länsförsäkringar	Siemens	Tyréns
Coop	Länsstyrelsen	Sigma New	Utrikesdepartementet
Deloitte	Löwengrip New	Skandia	Vattenfall
DHL New	Malmö Stad	Skanska	Visma New
DICE	McKinsey & Co	SKF	Volvo Cars New
E.ON	Microsoft	Skolor New	Volvo Group New
Ericsson	Myndighet	Sony	WSP
EVRY New	NASA New	Spotify	WWF New
EY	NCC	Stadium New	ÅF
FN	Nordea	Staten	Åhléns

Anseende före kännedom

I denna undersökning mäter vi de 100 mest attraktiva arbetsgivarnas *anseende*. Det är ett måttetal som tar hänsyn till fler aspekter än bara upplevd attraktivitet.

Hur mäter Academic Work anseende?

I undersökningen får young professionals besvara nedan om tre slumpmässigt* utvalda företag:

1. Arbetsgivarens rykte på marknaden.
2. Arbetsgivarens upplevda framgång.
3. Huruvida respondenten vill arbeta hos arbetsgivaren eller inte.

»Det råder hård konkurrens om kandidaterna idag. Eftersom young professionals ser arbetsgivare som en förlängning av deras egen identitet gör ni bäst i att vara personliga och kommunicera er identitet. Det är så ni attraherar målgruppen.«



Julia Granström
Additional Services Specialist
Academic Work

Så rankas de 10 mest ansedda arbetsgivarna



* Baserat på de 100 mest attraktiva arbetsgivarna i förundersökningen



IKEA om hur de arbetar för att vara en ansedd arbetsgivare:

»Allt tar avstamp i våra värderingar vi lever varje dag runt om i världen. Vi ser till varje medarbetares olika styrkor och bygger vidare på dem. Det är oerhört viktigt för oss att alla våra medarbetare har möjligheten att växa, oavsett bakgrund. Att dessutom kunna erbjuda många olika möjligheter, från ledarskapsroller i varuhus till specialistroller inom det digitala, är naturligtvis fantastiskt.«

Cornelia Kaufmann
HR-chef på IKEA Retail Sverige

Arbetsgivare i topp – reflektioner och samband

Google, IKEA och Spotify är inte helt förvånande de arbetsgivare young professionals helst vill arbeta hos 2019. Precis som föregående år. Gemensamt för dessa företagsjättar är att de är måna om sitt anseende som arbetsgivare. Dessutom är det tre bolag omgivningen ställer höga krav på från omvärlden när det gäller aktualitet och innovation, både till produkt och organisation. Att många känner till deras produkter bidrar naturligtvis till ökad varumärkeskänedom, men det: känedom är

inte avgörande vid valet av arbetsplats. Det handlar snarare om det arbetsgivaren erbjuder och huruvida de arbetar med det målgruppen tycker är viktigt på en arbetsplats.

Arbetsgivarna med högst anseende uppfyller nämligen i de flesta fall även faktorerna som presenteras på [sida 10](#) i denna rapport.

Svenska arbetsgivare i topp

Något som uppmärksammades redan förra året (YPAI 2018) var young professionals ökade intresse för svenska och svenskgrundade företag. Liksom förra året består årets topplista till stor del av svenska arbetsgivare, en trend som fortsätter hålla i sig. Det framstår som att young professionals upplever svenska och svenskgrundade företag mer innovativa och framgångsrika än tidigare.

»Ett stort och seriöst företag som är måna om sina anställda, erbjuder grymma chanser för att utvecklas långsiktigt och man får vara med och utveckla morgondagens bilar.«


Young professionals om Volvo Cars

»Goda utvecklingsmöjligheter, bra kultur och bra lön. Ett företag som är byggt av människor för människor.«

Young professionals om Volvo Group

Framgångsrika exempel på varumärkesbyggande

I fritextsvaren från YPAI 2019 gjordes en del intressanta upptäckter. Exempelvis beskrev young professionals Volvo Cars och Volvo Group som två separata arbetsgivare. Det är en skillnad mot tidigare år, då målgruppen tidigare talat om "Volvo" generellt. De young professionals som lyft Volvo Cars i fritextsvaren attraheras exempelvis av att bidra till utvecklingen av morgondagens bilar, medan de som skrivit Volvo Group i större utsträckning vill bidra till utvecklingen av fordonsindustrin i stort. Detta tyder på att de två arbetsgivarna i fråga varit framgångsrika i deras varumärkesbyggande och lyckats kommunicera deras unika identiteter.

Företag	YPAI	Rykte	Framgång	Vill jobba där
1. Google	72,4	66,5	79,3	71,5
2. IKEA	66,8	62,9	75,6	62
3. Spotify	65,9	62,3	73,5	61,8
4. Microsoft	65,6	61,6	71,6	63,5
5. Apple	64,9	60,3	77,3	57
6. Tesla	63,3	57,5	68,6	63,7
7. NASA	63,1	63,7	64,6	61
8. Volvo Group	62,3	62,4	65,8	58,5
9. Volvo Cars	60	57,8	63,7	58,4
10. Scania	58,8	57,9	60,2	58,5
11. Oatly 	57,9	54,6	66,5	52,6

Raket med stort miljöfokus

2019 års raket är utan tvekan Oatly som kvalar in på en 11:e placering. Oatly har arbetat aktivt för att öka sin kännedom och anses idag ha ett starkt varumärke och populära produkter. Deras verksamhet har även en tydlig koppling till miljön, vilket inte bara är högaktuellt i media utan även en avgörande fråga för young professionals vid valet av arbetsgivare.

Klimatpolicy viktigt för young professionals

Årets undersökning visar att 1/3 av young professionals anser att det är mycket viktigt att arbetsgivaren har en tydlig intern klimatpolicy eller arbetar aktivt för ett bättre klimat. De flesta arbetsgivarna på topplistan arbetar aktivt med sin miljö- och klimatpåverkan och är också duktiga på att berätta vad de gör för miljön.

Miljöfrågan blir viktigare för varje år. Dagens young professionals vill att arbetsgivare tar större ansvar i klimatfrågan. Att enbart skänka pengar eller kompensera monetärt för sina utsläpp räcker inte längre. Målgruppen vill istället att arbetsgivare aktivt arbetar för att bidra istället för att betala

Oatly om deras miljöarbete:

»Vårt uppdrag är att bidra till en positiv och hållbar utveckling av samhället. Oatly befinner sig just nu i en spännande global tillväxtfas, som går i takt med människors ökade insikt om att vi måste ställa om till en mer växtbaserad kost för vår hälsas och för vår planets skull.«

Maria Lindén
HR-chef på Oatly

sig ur ett dåligt samvete. Hur arbetsgivare arbetar med miljö- och klimatfrågor kan alltså göra hela skillnaden för young professionals när de väljer arbetsgivare. Det är därför viktigt att arbetsgivare kommunicerar hur de arbetar med miljö och hållbarhetsfrågor.

»Jag skulle vara stolt över att arbeta på ett företag som vill påverka och som arbetar aktivt för att förbättra vårt klimat.«

Young professionals om klimatfrågan

Receptet på framgång

Hur kommer det sig att Google, Ikea och Spotify är högt ansedda? Och varför har Oatly klättrat så många placeringar? Så ser young professionals och arbetsgivarna på resultatet.

Young professionals om Google

»Kreativ, utmanande och modern miljö. Deras medarbetare är drivna. Stora utvecklingsmöjligheter.«

Young professionals om IKEA

»Modernt tänk i företaget, både inom miljö och utveckling. Sunda värderingar. Stor organisation med många möjligheter.«



Google om placeringen

»De främsta anledningarna till att vi har lyckats bygga en sån stark kultur är att vi från första början insett att rekrytering är bland det viktigaste vi gör och investerar mycket tid och resurser i detta. Vi är oerhört transparenta och ger våra anställda en röst och en trygghet att våga prova, utmana och misslyckas.«



IKEA om placeringen

»Att väna om människor och planeten är oerhört viktigt för oss på IKEA, något som i princip är ett krav hos dagens unga arbetssökande. Det tillsammans med ett meningsfullt arbete där man kan göra skillnad för de många människorna runt om i världen. Men absolut viktigast av allt är att vi har en stark kultur som grundas i våra värderingar, där alla kan vara sig själva.«

Young professionals om Spotify

»*Verkar nytänkande, framgångsrika och innovativt med utmanande och flexibel arbetsmiljö.*«



Spotify om placeringen

»Vi lägger stort fokus på att skapa en attraktiv och autentisk företagskultur där alla kan känna tillhörighet. En kultur som lockar rätt talanger att söka sig hit, men också att stanna kvar och fortsätta utvecklas. Vi uppmuntrar och gör det möjligt för anställda att lära sig nya färdigheter som en naturlig del av jobbet och det är en viktig faktor. Sen har vi konkurrenskraftig kompensation och förmåner som betald föräldraledighet eller möjlighet att välja vilka högtider man vill vara ledig på. Men det handlar också mycket om hur man bemöter sina anställda.«

Young professionals om Oatly

»*Deras produkter, sociala ansvar och tydlighet i sin vision attraherar.*«



Oatly om placeringen som årets raket

»Vi brinner för hållbarhet, hälsa och transparens. På Oatly har vi jobbat enligt dessa värderingar sedan starten 1994. De delas av våra medarbetare och är väldigt levande i vår vardag och i varje beslut vi fattar. Vi tror att young professionals ser vad Oatly står för, och att det bidragit till vår fina placering i denna undersökning.«

YPAI på 5 år

Mycket har hänt på arbetsmarknaden sedan vi på Academic Work genomförde undersökningen första gången år 2015. Hur skiljer sig resultaten år för år?

IT och Tech fortsatt i topp

Fem bolag ligger kvar på Topp 10 listan efter alla dessa år, varav Google och IKEA fortsatt ligger kvar i toppen. Högst anseende har fortsatt IT- och techbolagen: Google, Spotify, Microsoft och Apple. Möbeljätten IKEA ligger också stabilt kvar.

Intresset för industri växer

Sedan 2015 har allt fler industriföretag tagit sig in på topplistan. 2019 är hela 5 av 10 bolag på listan ifrån industribranschen – 2015 var motsvarande siffra endast 1 av 10. Ännu mer anmärkningsvärt är att fyra av dessa arbetsgivare befinner sig inom fordonsindustrin: Tesla, Volvo Group, Volvo Cars och Scania. 2015 fanns inte ett enda företag inom fordonsindustrin med på listan.

Att intresset för fordonsindustrin växer är samtidigt inte förvånande då det är en spännande bransch under snabb utveckling. För young professionals som gärna vill vara med och påverka omställningen till ett mer hållbart samhälle och samtidigt få möjlighet att arbeta med den senaste tekniken finns det mycket att hämta inom fordonsindustrin.

Topp 10 2019

- | | |
|--------------|----------------|
| 1. Google | 6. Tesla |
| 2. IKEA | 7. NASA |
| 3. Spotify | 8. Volvo Group |
| 4. Microsoft | 9. Volvo Cars |
| 5. Apple | 10. Scania |

Topp 10 2015

- | | |
|------------|--------------|
| 1. Google | 6. Microsoft |
| 2. IKEA | 7. Samsung |
| 3. Apple | 8. Tetra Pak |
| 4. Dice | 9. FN |
| 5. Spotify | 10. McKinsey |

25%

av arbetsgivarna på listan över de 100 mest attraktiva arbetsgivarna ersätts varje år.

50% av arbetsgivarna på Topp 10 har ersatts sedan 2015.

Svenska arbetsgivare och offentlig sektor tar plats

En trend som vuxit sig starkare under åren är intresset för svenska och svenskgrundade företag. Antalet företag som är grundade eller har huvudkontor i Sverige har blivit fler sedan 2015. Även offentliga aktörer tar mer plats på listan över de mest attraktiva arbetsgivarna. Denna utveckling går hand i hand med intresset för samhällsnytta och vikten av arbetsgivarens värderingar, ett växande intresse med åren. De offentliga arbetsgivarna har dock inte tagit sig in på Topp 10 listan ännu, men klättrar högre och högre för varje år. Vem vet vad som händer nästa år?

Arbetsgivarvarumärket – en ständig process

Med dagens snabba informationsflöde, digitala landskap och nya trender kan en arbetsgivares

anseende förändras snabbt – både till det bättre och till det sämre. Att bygga ett starkt arbetsgivarvarumärke bör därför ses som ständig process, inte ett projekt med ett bestämt slut.

Arbetsgivare som tagit sig till topplistan har med andra ord kommit långt, men kan inte luta sig tillbaka och tro att jobbet är gjort. Det kan inte nog betonas att hälften av alla arbetsgivare på Topp 10 bytts ut sedan 2015. Detta innebär också att arbetsgivare som ännu inte tagit sig till topplistan har en god chans, så länge de fokuserar på rätt saker och lägger tid på att förbättra sitt anseende. Att ta del av målgruppens tankar och synsätt är ett första steg.



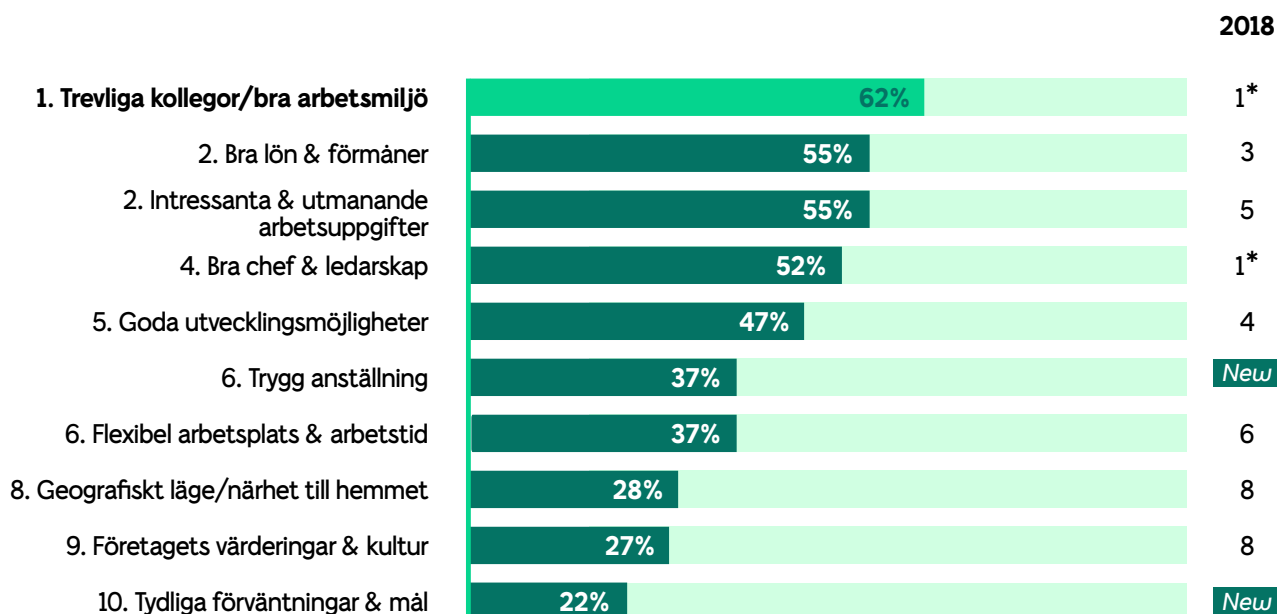
De bolag som ligger i topp har genom åren haft höga poäng på frågan: Hur skulle du bedöma organisationens framgångar på marknaden? Att prata om sina framgångar är med andra ord viktigt för att bygga anseende hos young professionals.

Vad målgruppen letar efter

Som tidigare konstaterat är det inte längre arbetsgivarnas marknad, utan kandidatens. Exempelvis beräknas tillskottet av nyexaminerade högskoleingenjörer vara hälften så många som antalet pensionsavgångar fram till 2030. Men misströsta inte! Det går att lyckas attrahera de medarbetare och den kompetens ni behöver. Det förutsätter dock att ni förstår vad målgruppen letar efter när de väljer arbetsgivare.

Nedan är de 10 viktigaste faktorerna för young professionals när de väljer arbetsgivare. Faktorerna på årets lista kommer från den separata förstudien där respondenterna med egna ord beskrivit vad de anser viktigast vid val av arbetsgivare. Svaren har sedan kategoriserats och utgjort underlag för huvudundersökningen.

Viktigast för målgruppen



* Delad förstaplats 2018



Trevliga kollegor och bra social arbetsmiljö i topp

Precis som i fjol är »Trevliga kollegor« viktigast när young professionals väljer arbetsgivare, en faktor som i år fått sällskap av »Bra arbetsmiljö«. Med »Bra arbetsmiljö« syftar inte målgruppen primärt på den fysiska arbetsmiljön utan på den sociala. Med andra ord är relationerna på arbetsplatsen fortsatt i fokus när young professionals väljer arbetsgivare.

I djupintervjuer framgår att avsaknad av trevliga kollegor eller bra social arbetsmiljö skulle få många young professionals sluta på arbetsplatsen. För att inte förlora kompetens är det därför viktigt att ha en dialog om hur medarbetarna upplever stämningen bland kollegorna, samt den sociala arbetsmiljön.

»Att kandidaten får en positiv känsla för sin framtida arbetsplats och kollegor är något vi vet är avgörande för att tacka ja till ett erbjudande. Därför försöker vi alltid visa runt i lokalen och hälsa på kollegor i samband med en arbetsintervju.«



Lina von Post
Head of Marketing Communication
Academic Work

»Att det finns möjlighet till ett socialt utbyte och att man känner sig som en del av gruppen är A och O för att jag ska trivas på jobbet.«

Young professionals om vikten av trevliga kollegor och bra arbetsmiljö

Bra chef och ledarskap tappar placeringar

I intervjuer med young professionals lyfter målgruppen att anledningen till att trevliga kollegor rankas högre än chefen är att de förmodligen kommer spendera betydligt mer tid med kollegorna än med chefen.

»Bra chef och ledarskap« låg på en delad förstaplats 2018 och ligger i år på en fjärde placering. Att döma av resultatet är chefen och ledarskapet fortfarande viktigt för målgruppen och i djupintervjuerna framgår tydligt att chefens roll är avgörande.



Chefen är enligt young professionals det viktigaste hos en arbetsgivare för att kunna utvecklas.

Det är i stor utsträckning chefen som påverkar faktorer som huruvida den anställda upplever en god social arbetsmiljö, bra stämning mellan kollegorna, bra lön och förmåner eller intressanta och utmanande arbetsuppgifter. På frågan över vad som är viktigast för att fortsätta utvecklas på en arbetsplats svarar målgruppen en bra chef.

Trygghet före nytänkande

En nykomling på listan är »Trygg anställning«. Denna faktor har varit på topplistan tidigare, men formulerades då av målgruppen som »Trygga anställningsvillkor«.

I djupintervjuerna med young professionals visade det sig att det skiljer något mellan olika studieinriktningar när det kommer till vikten av en trygg anställning.

Bland studerande inom kommunikation och journalistik är en trygg anställning viktigare än för de som studerat IT och teknik. Slutsatsen är att young professionals som studerat inriktningar där det finns ett relativt stort utbud av jobb värderar en trygg anställning lägre än de som statistiskt sätt har färre jobb att välja mellan efter avlagd examen.

I djupintervjuer framkommer att en »Trygg anställning« inte behöver syfta till villkoren. Det har snarare att göra med organisationens storlek. Större företag upplevs tryggare eftersom sannolikheten att som medarbetare få stanna och utvecklas på arbetsplatsen ökar.

»Att »Trygg anställning« är tillbaka kom som en överraskning då vi tidigare bedömt detta som en självklarhet i Sverige. När vi intervjuat young professionals om vad trygg anställning innebär för målgruppen blev vi varse om att young professionals snarare syftade till lika behandling. Trygg anställning innebär inte längre endast trygga anställningsvillkor utan också sådant som lika behandling, mångfald och jämställdhet.«



Julia Granström
Additional Services Specialist
Academic Work



Faktorernas innebörd

För att få en ännu större förståelse för innebörden av de olika faktorerna som förekommer i undersökningen genomfördes under våren 2019 kompletterande djupintervjuer med målgruppen.

Goda utvecklingsmöjligheter

Goda utvecklingsmöjligheter beskrivs av young professionals som möjligheten att ständigt bli bättre, att prova nya saker och utmanas i såväl befintliga som nya roller. Att se utvecklingsmöjligheter är grundläggande för att känna motivation, ha roligt på jobbet och göra ett bra jobb. Det får young professionals att vilja stanna på en arbetsplats.

Trevliga kollegor/bra arbetsmiljö

Goda relationer på arbetsplatsen ökar både motivationen och prestationen. Att ha roligt på jobbet får young professionals att känna sig mer effektiva, plus att det blir roligare att gå till jobbet. Att tvärtemot inte trivas eller känna bristande samhörighet till kollegor kan framkalla magont, stress och andra negativa känslor som påverkar arbetslusten.

»Innebär att jag kan komma framåt, det driver mig och gör det värt att jobba om jag kan växa både som person och i arbetet.«

Young professionals om vikten av goda utvecklingsmöjligheter



Tydliga förväntningar och mål

»*Tydliga förväntningar och mål*« går enligt young professionals hand i hand med bra ledarskap då det oftast är chefen som sätter målen och formulerar förväntningarna. Utan tydligt ställda förväntningar anser young professionals att det är svårt att veta om de gör ett bra jobb. Tydlig kommunikation, kontinuerlig feedback, utvecklingssamtal och vägledning är viktigt för att nå dit.

Bra lön och förmåner

En bra lön ska vara marknadsmässig och erbjuda utrymme för löneutveckling. Young professionals vill ha betalt för tiden och engagemanget de lägger ner på jobbet och vill belönas med bonus när de gjort något extra bra. Men vad är en bra förmån? Enligt young professionals kan det exempelvis handla om:

- Många semesterdagar – den viktigaste förmånen enligt young professionals.
- Att kunna ta ut semesterdagar vid övertid.
- Affärsresor – att arbetsgivare bjuder medarbetare på resor eller nyrekryterade på upplärning på annan ort.
- Bra tjänstepension.
- Gymkort.

Företagets värderingar och kultur

En arbetsgivare vars mission, vision eller affärsidé målgruppen inte sympatiserar med är därmed oftast utesluten. Young professionals ser helst att arbetsgivarens värderingar överensstämmer med deras personliga. Enligt young professionals speglar företagets värderingar och kultur även ledarskapet.

»*Jag hade haft svårt att jobba på ett företag med värderingar jag inte kan stå för.*«

Young professionals om vikten av företagets värderingar och kultur

Flexibel arbetsplats och arbetstid

Att i viss mån kunna styra och anpassa sin arbetstid för att underlätta vardagen är viktigt för young professionals. Vissa ser det som en bonus eller förmån, andra som en självklarhet. Däremot kan bristande flexibilitet ge upphov till känslan av att vara kontrollerad. Önskan om flexibilitet behöver dock inte vara mer komplicerad än möjligheten att arbeta hemifrån.

Intressanta och utmanande arbetsuppgifter

»Intressanta och utmanande arbetsuppgifter« är det viktigaste för young professionals. Det behöver däremot inte innebära att varenda arbetsuppgift ska vara intressant, snarare sammanhanget och arbetet i stort. Att kunna påverka sina arbetsuppgifter och utvecklas med dem anses som en utmaning i sig. Intressanta och utmanande arbetsuppgifter tycker young professionals visar att de har förtroende, både hos chefen och av organisationen.

»Att känna sig trygg på sin arbetsplats är A och O för att behålla motivationen och fortsätta utvecklas.«

Young professionals om vikten av en trygg anställning

Trygg anställning

Begreppet "trygg" har fått en bredare innebörd för målgruppen. Det kan både innebära anställningsvillkor men även sådant som mångfald på arbetsplatsen och möjlighet till långsiktig utveckling. Young professionals vill känna sig trygga på arbetsplatsen oavsett kön, ålder, sexuell läggning eller religiös tillhörighet. Vissa upplever exempelvis oro för att i framtiden berätta att de är gravida om de inte har en fast anställning.



Bra chef och ledarskap

Young professionals vill jobba med ledare som arbetar för företaget och medarbetarnas bästa. En bra chef ska vara närvarande, tydlig, ärlig och se till medarbetarnas personliga utveckling. Chefen eller ledaren ska vara personlig (utan att vara för privat) driven, inspirerande och brinna för det hen gör.



Ett bra ledarskap med öppen kommunikation och hög tillgänglighet har positiv effekt på prestationen, företagskulturen och stämningen på arbetsplatsen.



Ett dåligt ledarskap minskar motivationen och kan leda till stress.

»Det är inte bra när det är för hierarkiskt, men samtidigt viktigt att man har respekt hos anställda och kollegor. Man måste våga prata och lyssna på samma gång. Det är en svår balans.«

Young professionals om vad som utmärker en bra chef

Geografiskt läge och närhet till hemmet

Att ha nära till arbetsplatsen är ett plus, men långt ifrån ett måste. Till följd av digitaliseringen ökar även möjligheterna att arbeta på annan ort. En nära belägen arbetsplats underlättar för fritidsaktiviteter och ett socialt liv utanför arbetet. Närhetens betydelse förmodas variera beroende på skede i livet och få en större betydelse om/när familj blir aktuellt.

»Någon som bossar istället för att leda. Någon som säger ›Du gör fel‹ istället för ›Gör såhär‹.«

Young professionals om vad som utmärker en dålig chef

Vinn målgruppens förtroende

Young professionals preferenser kring arbetsplatsen skiljer sig beroende på var i arbetslivet de befinner sig och vilket område de verkar inom. Resultaten skiljer sig till exempel mellan studenter och yrkesverksamma. Skillnader återfinns också mellan de olika yrkesområdena IT, teknik och ekonomi. Att bryta ner resultaten hjälper arbetsgivare att förstå och arbeta mer strategiskt mot den specifika målgruppen när det gäller till exempel budskap och kommunikation.

Trevliga kollegor/bra arbetsmiljö är viktigast för både män och kvinnor



Studenter anser att **Goda utvecklingsmöjligheter** är viktigare än arbetande

59%

av arbetande young professionals vill kontakta den potentiella arbetsgivaren direkt



Viktigast bland studerande young professionals

1. Trevliga kollegor/bra arbetsmiljö
2. Bra lön & förmåner
3. Intressanta & utmanande arbetsuppgifter och Goda utvecklingsmöjligheter



Viktigast bland arbetande young professionals

1. Trevliga kollegor/bra arbetsmiljö
2. Bra lön & förmåner och Intressanta & utmanande arbetsuppgifter
3. Bra chef & ledarskap

Ekonomi

Området ekonomi rymmer såväl redovisning, verksamhetsstyrning och finans, som marknadsföring, management och inköp. Idag råder stor brist på kvalificerad kompetens i de traditionella ekonomirollerna, där till exempel redovisning, revision och controlling ingår.² Läs vidare om vad young professionals inom ekonomi värderar och varför.

Vill ni attrahera ekonomikompetens?

Goda utvecklingsmöjligheter ligger högre upp för ekonomer än för alla andra yrkesverksamma. Använd därför jobbbannonser och intervjusammanhang till att berätta om vilka möjligheter till kompetensutveckling rollen erbjuder.

Intressanta och utmanande arbetsuppgifter viktigast för ekonomer

»*Chefen och ledarskap*« är fortsatt viktigt, men har i år värderats något lägre än exempelvis »*Intressanta & utmanande arbetsuppgifter*«. Istället ligger nu »*Utmanande arbetsuppgifter*« i topp och värderas högst av young professionals inom ekonomi.

Skillnaden mellan arbetande och studerande ekonomer

Young professionals som studerar ekonomi värderar utvecklingsmöjligheterna högst, medan yrkesverksamma ekonomer värdesätter intressanta och utmanande arbetsuppgifterna högre. Behöver ni attrahera studerande ekonomer är det med andra ord utvecklingsmöjligheterna ni ska prata extra om. Är det snarare ekonomer med ett par års arbetslivserfarenhet ni är i behov av bör ni prata mer om på vilket sätt ni erbjuder intressanta och utmanande arbetsuppgifter.

»*Klarna är en arbetsgivare som enligt YPAI 2019 har högt anseende hos ekonomer. Vi tror att detta beror på att Klarna upplevs ligga i framkant när det kommer till finansieringslösningar och att de dessutom har lyckats skapa ambassadörer som pratar gott om dem som arbetsgivare. Klarna upplevs av målgruppen även vara ett mycket framgångsrikt bolag, vilket vi vet är attraktivt.*«



Ville Bylin
Business Area Manager Finance
Academic Work

Viktigast inom ekonomi

Topp 10 arbetsgivare

- | | |
|------------|----------------|
| 1. Google | 6. Volvo Group |
| 2. Spotify | 7. NASA |
| 3. IKEA | 8. Amazon |
| 4. Apple | 9. Microsoft |
| 5. Klarna | 10. Tesla |

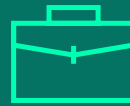
50%

anser att mångfald bland medarbetare på arbetsplatsen är ett måste



Viktigast för studerande ekonomer

1. Goda utvecklingsmöjligheter
2. Trevliga kollegor/bra arbetsmiljö
3. Bra lön och förmåner & Intressanta och utmanande arbetsuppgifter

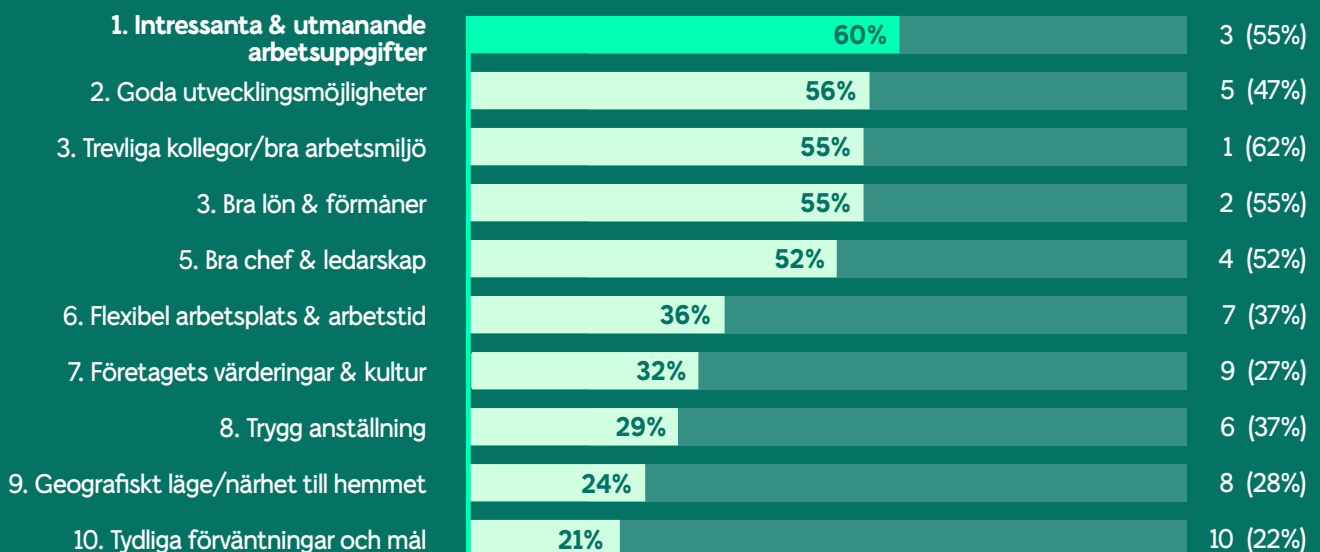


Viktigast för arbetande ekonomer

1. Intressanta & utmanande arbetsuppgifter
2. Bra lön och förmåner
3. Bra chef & ledarskap

Ekonomi

Alla studieinriktningar



IT

Till följd av digitaliseringen är många arbetsgivare på jakt efter kompetens inom IT och data. Det är områden som bland annat inrymmer utvecklare, BI- och AI-kompetens, projektledare och IT-support. Även om fler väljer att utbilda sig inom dessa områden än tidigare, ökar efterfrågan snabbare än utbudet. Störst brist råder på systemanalytiker samt mjukvaru- och systemutvecklare.³ Läs vidare om vad young professionals inom IT värderar och varför.

Vill ni attrahera IT-kompetens?

Yrkesverksamma inom IT är den målgrupp som värderar flexibilitet på arbetsplatsen högst. Är ni på jakt efter kompetens inom IT? Fundera och se över vilken flexibilitet ni erbjuder:

- Erbjuder ni flextid?
- Kan anställda arbeta hemifrån vid behov?

Efter att ha kartlagt detta är nästa steg att gå igenom hur ni kommunicerar detta mot målgruppen.

Lön och förmåner är extra viktigt inom IT

Young professionals med IT-bakgrund värderar löner och förmåner högre än genomsnittet. Den stora bristen på kompetens har gjort målgruppen medveten om sitt värde på arbetsmarknaden. De kan därmed ha relativt höga löneanspråk.

Trevliga kollegor och bra stämning viktigast för målgruppen

Utöver flexibilitet är trivsel, bra ersättning och utvecklande arbetsuppgifter viktiga faktorer för young professionals inom IT. »*Trevliga kollegor och bra stämning*« anses dock vara allra viktigast för målgruppen, precis som föregående år.

Innovativa arbetsgivare lockar inom IT

Arbetsgivare som upplevs innovativa har extra högst anseende hos young professionals som studerar eller arbetar inom IT. Ett sådant exempel är Microsoft, ett företag som upplevs vara både framgångsrikt och innovativt. Microsoft har enligt YPAI 2019 högre anseende hos young professionals inom IT än inom något annat område. Målgruppen beskriver dem som innovativa och nytänkande med bra kultur, flexibilitet och förmåner.

»*Ett resultat av IT-kompetensbristen är att kandidaterna har många jobb att välja mellan. Då är det rätt naturligt att ersättning i form av lön och förmåner avgör vilken arbetsgivare det blir. Lön är dock inte allt. Passion för yrket är en drivkraft för många young professionals inom IT. Med andra ord är även intressanta och utmanande arbetsuppgifter samt goda utvecklingsmöjligheter viktiga faktorer.*«



Radin Golrokh
Business Developer IT
Academic Work

Viktigast inom IT

Topp 10 arbetsgivare

- | | |
|----------------|------------|
| 1. Google | 6. Tesla |
| 2. Microsoft | 7. NASA |
| 3. Apple | 8. IBM |
| 4. Volvo Group | 9. Amazon |
| 5. IKEA | 10. Scania |

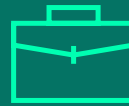
74%

är inte oroliga för att digitala verktyg/robotisering kommer påverka deras karriär negativt i framtiden



Viktigast för studerande inom IT

1. Bra lön & förmåner
2. Trevliga kollegor/bra arbetsmiljö
3. Goda utvecklingsmöjligheter

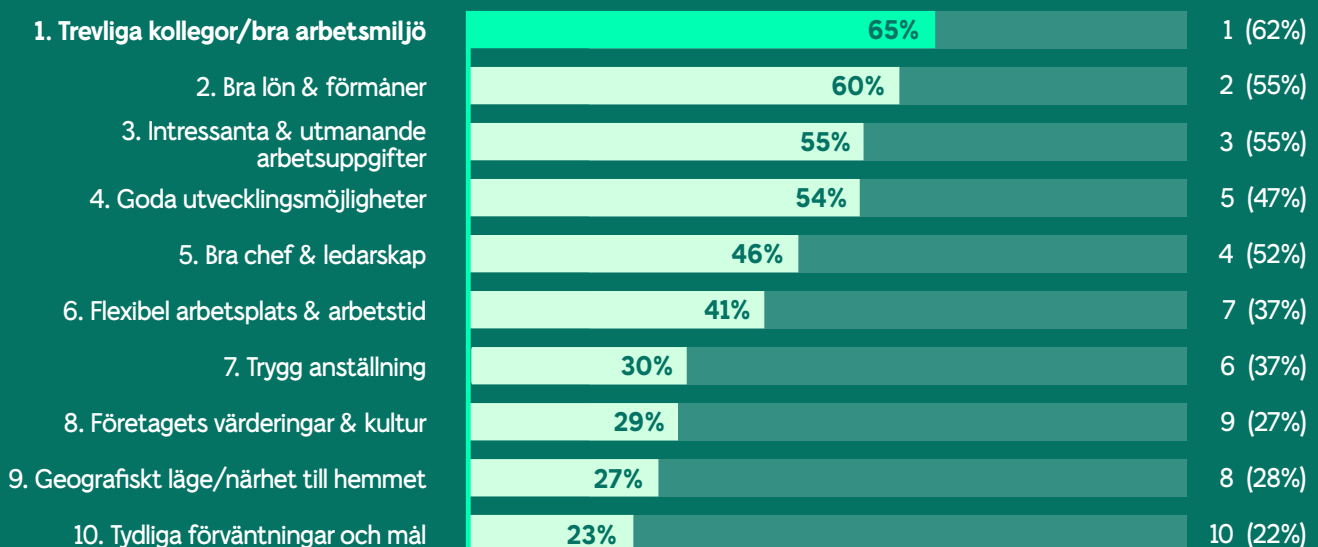


Viktigast för arbetande inom IT

1. Trevliga kollegor/bra arbetsmiljö
2. Bra lön och förmåner
3. Intressanta & utmanande arbetsuppgifter

IT

Alla studieinriktningar



Teknik

Inom området teknik ryms alla ingenjörsgrenar och teknikroller, från telekommunikation till energi och miljö. Inom området råder stor kompetensbrist och young professionals med teknikkompetens har stora valmöjligheter. Det gör också att kraven på arbetsgivare inom området ökar, kanske framförallt sett till lön och förmåner.⁴ Läs vidare om vad young professionals inom teknik värderar och varför.

Vill ni attrahera teknikkompetens?

Berätta mer om teamet och stämningen på er arbetsplats. Erbjuder ni era medarbetare frukost på jobbet, stående aktiviteter eller arbetar med mentorskap? Kommunicera det!

Yrkesverksamma och studerande inom teknik prioriterar olika

Young professionals inom teknik rankar »*Chefen och ledarskapet*«, »*Lön och förmåner*«, samt »*Kollegorna och arbetsmiljön*« högt. Samma faktorer gäller för alla studieinriktningar inom fältet, även om rangordningen ser lite annorlunda ut.

»Vi ser ett skifte i vad som är viktigast för målgruppen jämfört med 2018. I år toppas listan av intressanta och utmanande arbetsuppgifter (63% 2019 jämfört med 49% 2018). Det medför att vi får en ny Topp 3 inom teknik. Bra lön och förmåner är fortsatt viktigt för målgruppen som generellt har god kännedom om arbetsmarknaden och den kompetensbrist som råder.«



Henrik Björkling
Business Area Manager Technology
Academic Work

Det senaste attraherar inom teknik

NASA har aldrig tidigare nämnts i YPAI-sammanhang. I år går de rakt in på en första placering hos young professionals inom teknik. Detta är förstas häpnadsväckande, men samtidigt i linje med det globala synsättet young professionals har samt att »*Intressanta och utmanande arbetsuppgifter*« toppar listan inom teknik. När målgruppen drömmer fritt om vart de vill arbeta lockar amerikanska NASA med sin avancerade innovation och problemlösning

50.000

ingenjörer kommer att saknas i Sverige år 2030.

Källa: SCB

Viktigast inom teknik

Topp 10 arbetsgivare

- | | |
|----------------|----------------|
| 1. NASA | 6. ÅF |
| 2. Google | 7. ABB |
| 3. Volvo Group | 8. Spotify |
| 4. Scania | 9. Microsoft |
| 5. Tesla | 10. Volvo Cars |

45%

anser att det är ett måste att företag jobbar aktivt för ett bättre klimat



Viktigast för studerande inom teknik

1. Intressanta & utmanande arbetsuppgifter
2. Trevliga kollegor/bra arbetsmiljö
3. Bra lön och förmåner

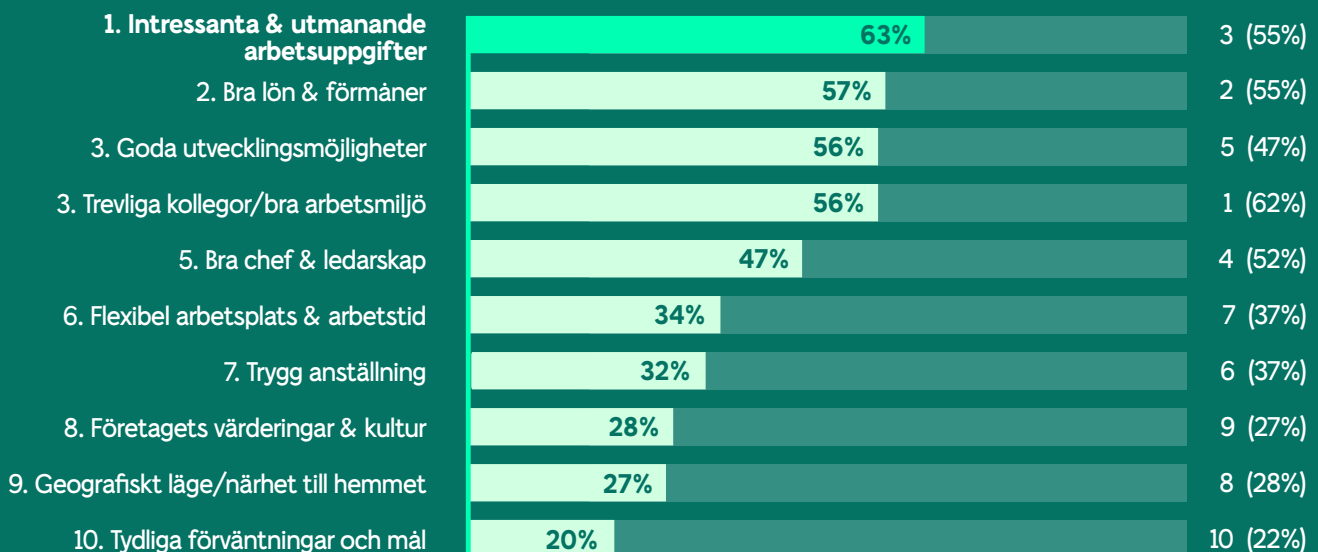


Viktigast för arbetande inom teknik

1. Intressanta & utmanande arbetsuppgifter
2. Bra lön och förmåner
3. Trevliga kollegor/bra arbetsmiljö

Teknik

Alla studieinriktningar





5 tips till arbetsgivare

Företag som vill hålla hög kvalitet, nå effektivitet och lönsamhet behöver säkerställa att de har engagerade medarbetare. Efter att ha tagit del av YPAI hoppas vi på Academic Work att ni fått både inspiration och insikter kring hur ni attraherar, engagerar och utvecklar målgruppen. Här är 5 tips på hur ni applicerar lärdomarna från YPAI på er verksamhet.

1. Identifiera vilken kompetens ni behöver

Arbetsmarknaden förändras snabbare än någonsin och därmed även arbetsgivares behov av kompetens. Vill ni lyckas attrahera medarbetare med den kompetens ni behöver imorgon har ni ingen tid att förlora. Samla ledningsgrupp och chefer från olika delar av organisationen. Vilken kompetens är ni i behov av och när behöver kompetensen vara på plats? Det är först när ni vet vilken kompetens ni behöver som ni kan identifiera vad målgruppen som besitter kompetensen attraheras av.

2. Förstå målgruppen och era styrkor

När ni vet vilken målgrupp ni söker är nästa steg att se till resultaten från YPAI. För att attrahera och utveckla medarbetare behöver ni förstå vad målgruppen letar efter när de söker jobb. Jämför er senaste jobbbannons med de viktigaste parametrarna vid valet av arbetsplats. Vilka faktorer är viktigast för målgruppen och hur lever ni upp till det målgruppen värderar?

Lyft fram det ni erbjuder målgruppen i rekryteringsprocessen, i såväl platsannonser som under intervjun. I år är »*Trevliga kollegor*« och »*Bra social arbetsmiljö*« absolut viktigast för young professionals. Om det är svårt att beskriva stämningen och den sociala arbetsmiljön i ord, ta ett varv med kandidaten på arbetsplatsen.

3. Arbeta med det målgruppen tycker är viktigt

Årets undersökning visar att ett aktivt arbete för både ett bättre klimat och ökad mångfald på arbetsplatsen är ett måste för många young professionals när de väljer arbetsgivare. Säkerställ att ni utvecklas med samhället och arbetar med frågor som morgondagens arbetskraft ställer allt högre krav på. Om ni inte lyckas uppnå åtminstone hygiennivå kring dessa frågor riskerar ert anseende påverkas negativt.

4. Agera nu – ert arbetsgivarvarumärke kan inte vänta!

Hälften av alla arbetsgivare på Topp 10 listan har ersatts sedan 2015 och 25% av de mest attraktiva arbetsgivarna byts ut varje år. Att bygga sitt arbetsgivarvarumärke är en ständig process som kräver aktivt arbete. Det gäller därför att löpande kommunicera med målgruppen ni behöver attrahera. På dagens arbetsmarknad går det varken att vänta till imorgon eller leva på gamla meriter.

5. Arbeta med feedback

Att feedback är viktigt för young professionals är tydligt i årets undersökning. För målgruppen är feedback inte ett årligt utvecklingssamtal. Feedback och återkoppling förväntas ske frekvent – varje månad, varje vecka eller kanske till och med varje dag.

Hur arbetsgivare arbetar med feedback blir ofta tydligt redan under rekryteringsprocessen. Med dagens snabba informationsflöde tappar ni de

bästa kandidaterna om återkoppling och feedback i processen dröjer för länge. Är ni förberedda inför intervjun? Återkopplar ni med konkret feedback till alla kandidater – även de som inte går vidare i processen? Kom ihåg att målgruppens upplevelser av er som arbetsgivare kan sprida sig snabbt!

Vi på Academic Work har experter som arbetar med dessa frågor varje dag! Vi hjälper er attrahera och rekrytera ny kompetens, stärka ert arbetsgivarvarumärke, utforma en strategisk plan för kompetensförsörjning, bygga talangprogram och utbilda specialistkompetens. Boka ett möte så berättar vi mer om hur vi kan hjälpa just er.

Om samarbetet med Kantar Sifo

Young Professional Attraction Index tas fram av Academic Work i samarbete med Kantar Sifo och Kantar Gallup – världens ledande marknadsundersökningsbyrå.

Kantar Sifo har många års erfarenhet av anseendestudier i olika intressentgrupper för såväl allmänhet som för företag. Den metod vi använt för att skapa vårt index har tagits fram genom att testa ett antal olika faktorer från 35.000 globala jämförelseintervjuer om varumärkesimage. Faktorerna testas årligen 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 bygger indexet. Viktningen dem emellan är lika stor. Vi ville även skapa ett index som är lättförståeligt. Faktorerna som



bygger upp indexet är därför generella, kräver inga detaljkunskaper för att besvara och bidrar alla på sitt unika sätt till indexets helhet. Indexet är ett modernt mått på vad young professionals värderar hos en arbetsgivare och utformas helt på målgruppens villkor. Vi är extra stolta över att målgruppen själva

nominerat samtliga svarsalternativ som bygger vår studie och våra resultat. Förhoppningen 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 utveckla young professionals.

Om Academic Work

Academic Work grundades 1998 i Sverige. Idag är vi en internationell verksamhet med kontor i Sverige, Norge, Danmark, Finland, Schweiz och Tyskland. Vi rekryterar och hyr ut akademiker som studerar eller är i början av sin karriär – young professionals. Sedan starten har vi hjälpt över 130.000 människor till jobb och på samma gång försett våra kunder med lika många nya kollegor.

Vi förmedlar jobb som bygger karriärer för young professionals. Vi strävar efter att vara en nära karriärpartner för våra konsulter och att bygga en arbetsplats där våra interna medarbetare trivs och vill stanna. Vi brinner verkligen för att få människor att växa – och ser det som vårt uppdrag att få dem att göra det. Den årliga studien Young Professional Attraction Index (YPAI) ökar arbetsgivares kunskaper om young professionals på målgruppens egna villkor. Insikterna syftar till att skapa fler och bättre relationer mellan arbetsgivare och young professionals.

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

Referenser

1. Arbetsförmedlingen, *Rekrytera andra personalkategorier – fortsatt stark arbetsmarknad försvårar nyanställningar, 2019*
- 2-4. Arbetsförmedlingen, *Vart finns jobben? 2019*

Kontakt

ypai@academicwork.se
academicwork.se/yp-attraction-index