

svgroup

EMPLOYER BRAND CHECK



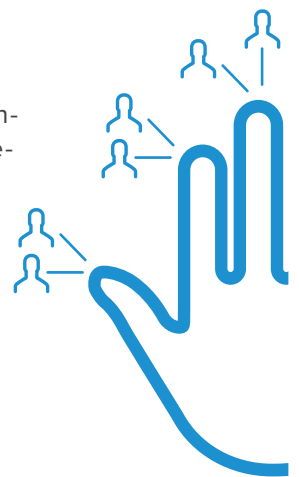
Wo steht Ihr Business?

Die SV Group ist seit 1914 in der Gastronomie tätig. Sie beschäftigt über 8500 Mitarbeitende in Catering, Hotels und eigenen Restaurants. Insgesamt bewegt sie sich in sieben verschiedenen gastronomischen Geschäftsbereichen. Eine klare Definition, was die SV Group macht, findet sich aber nicht so leicht. Noch besser versteckt sind Vision und Mission. Besonders bei so einem vielfältigen Portfolio finden wir es wichtig, diese Elemente zentral zu präsentieren. Die SV Group hat eine erfolgreiche Vergangenheit. In den letzten 100 Jahren hat sie viel erreicht und sich weiterentwickelt. Das wird ausführlich aufgezeigt. Doch zur aktuellen Lage gibt es kaum Informationen. Das macht das Unternehmen für Bewerbende schwer einschätzbar.



Was sind Ihre Kontaktpunkte?

Hauptkontaktpunkt ist die Webseite der SV Group. Auf Sozialen Medien ist sie auf Xing und LinkedIn vertreten. Der direkte Kontakt zum HR ist in den jeweiligen Inseraten angegeben. Für die Weiterbildungsprogramme findet man auch direkt Ansprechpersonen. Dies unterstreicht den hohen Stellenwert der Weiterbildungen. Eine kleine Auswahl an Mitarbeitenden wird in Videos vorgestellt. Man findet sie auf der Webseite, YouTube und in manchen Ausschreibungen. Die Videos finden wir langweilig. Ausserdem repräsentieren sie nicht die Vielfaltigkeit des Unternehmens. Wir vermissen Vertreter aus anderen Geschäftsfeldern und Frauen. Versteckt, aber ein super Kontaktpunkt wäre der Wertefilm der SV Group.



Was bieten Sie?

Die SV Group stellt sich auf der Webseite ausführlich als Arbeitgeberin vor. Man merkt auf den ersten Blick, dass sie sich für ihre Mitarbeitenden einsetzt. Das ist uns sehr sympathisch. Mit Weiterbildungen, Förderprogrammen und Kursen können sich die Mitarbeitenden weiterbilden. Benefits werden klar kommuniziert. Gesundheit und Wohlbefinden stehen an erster Stelle. Meist wird mehr geboten, als der L-GAV des Gastgewerbes vorschreibt. In den Leitsätzen steht, dass die Mitarbeitenden das Herz des Unternehmens sind. Cool! Das Arbeitgeberversprechen ist spürbar. Es fehlt nur noch, dieses in einem prägnanten Satz auf den Punkt zu bringen.



Wie suchen Sie?

Den Karrierebereich finden wir prominent im Hauptmenü, nicht wie so oft, unten versteckt. Super! Die Webseite ist ästhetisch, aber informativ verschachtelt aufgebaut. Viele Informationen sind vorhanden. Viele muss man leider lange suchen. So zum Beispiel den Wertefilm und das Leitbild mit Vision und Mission. Das ist schade, Bewerbende finden das sicher nicht. Die Stellenausschreibungen hingegen fallen positiv auf. Praktisch ist der Filter. Inhaltlich erhalten wir einen guten Eindruck, was einen erwartet. Einige Stellenausschreibungen werden mit Videos ausgeschmückt. Davon hätten wir gerne mehr. Die freien Stellen gibt's auch auf externen Plattformen. Auf LinkedIn und Xing sind sie allerdings nicht unter „Jobs“, sondern „News“. Reine Sparmassnahme?



Wer soll bei Ihnen arbeiten?

Künftige Mitarbeitende sollen herzlich, verantwortungsbewusst, teamfähig, zuverlässig und initiativ sein. Das suchen aber fast alle Unternehmen. Eine bestimmte Zielgruppe wird mit dieser breiten Beschreibung nicht erreicht. Fachlich sucht die SV Group nur die Besten. Das ist beim betont hohen Qualitätsstandard fast selbstverständlich. Funktioniert das auch? Die Fachkompetenzen und schulischen Voraussetzungen sind bei jeder Stellenausschreibung gut eingegrenzt.



Wie ist Ihre Reputation?

Auf Kununu wird die SV Group als Arbeitgeberin mit 3.59 bewertet. Bei 102 Bewertungen ein guter Schnitt. Weniger gut: Das Unternehmen hat keine Informationen hinterlegt. Auf die 102 Bewertungen kommen nur 24 Stellungnahmen. Dort sehen wir noch viel Potential. Zudem fallen die Stellungnahmen eher standardmässig aus. Öfters reagieren, den Kontakt anbieten und authentischere Antworten sind gefragt. So kann die SV Group zeigen, dass Feedback ernstgenommen wird.



Sind Sie in den Medien?

Die SV Group geniesst ein positives Medienecho. Als Schweizer Traditionsunternehmen hat sie einen guten Ruf. In den Sozialen Medien hält sich die SV Group im Hintergrund. Einzig auf Xing werden regelmässig Inserate gepostet. Auf LinkedIn sind Unternehmenszahlen von vor sechs Jahren zu finden. Der letzte Post ist über ein halbes Jahr her. Wenig Likes, keine Shares. Facebook und Twitter sind gänzlich inexistent. Dementsprechend entsteht kein Dialog. Bewerber suchen nicht nur Informationen online, sondern auch den Austausch. Das Jobabo ist ein erster kleiner Schritt. Folgen weitere, kann die SV Group viel erreichen.



FAZIT

Die SV Group schätzt und fördert ihre Mitarbeitenden. Sie stehen im Zentrum, sind das Herz des Unternehmens. Das sehen auch Bewerber schnell. Es gibt ein breites Angebot an verschiedenen Benefits und Bildungsmöglichkeiten. Das überzeugt. Was die SV Group bietet, ist klar kommuniziert. Leider ist nicht alles so klar. Viele wichtige Informationen finden wir nicht auf den ersten Klick. Vision, Mission und Werte sind in den Tiefen der Webseite nur als Download verfügbar. Das ist schade. Genau damit könnte sich die SV Group abheben. Zeigen, wofür sie steht und woran sie glaubt. Unternehmen profitieren mehr von Mitarbeitenden, die an das glauben, was das Unternehmen selbst glaubt. Und die nicht nur wegen den Vergünstigungen und der guten Vorsorge kommen. Hier und in der digitalen Kommunikation liegen die grossen Chancen für die SV Group.