

Employer Brand Check @



Besi

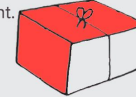
Positionierung



Das Geschäft in der Halbleiterindustrie ist klar. Vision ist, die Nummer 1 zu werden. Warum und mit welchem Mantra? Beweispunkte gibt es keine. Eine Kultur ist nicht erkennbar. Die Website gibt es aber nur auf Englisch. Wo bleibt die interkulturelle Kommunikation bei den vielen Standorten? Positiv: Die Besi wächst, die Zahlen sprechen für sich.



Die Besi stellt sich als Arbeitgeberin vor. Inhaltlich gut, aber nicht authentisch. Das Bild bei der Vorstellung auf der Website fällt auf. Nach kurzer Recherche ist klar, das Bild stammt aus einer beliebigen Bilddatenbank im Internet und wird von 100 anderen Unternehmen auch benutzt. Es gibt Teilzeitarbeitangebote. Es sind von „wide range of training programs“ die Rede. Die Lernenden haben eine eigene Schweizer Website – sehr gut! Vergünstigungen und andere Benefits werden nicht erwähnt.



Technisch sind die Voraussetzungen aufgelistet. Persönlich stehen Aussagen wie „teamfähig“ oder „selbständig“. Profile werden nur angerissen, im Detail muss ich mir den Job erahnen. Für Quer oder Wiedereinsteiger gibt es keine Angebote.



Inszenierung



Für Lernende gibt es eine Einführungswoche und Events. Für Mitarbeitende findet sich nichts. Die Kandidaten bekommen Gesichter und Namen, die E-Mail-Adressen sind unpersönlich (hr@besi). Besi hat zwar eine CR, aber wie stark die Mitarbeitenden involviert sind, ist unklar. Auf Xing bekennen sich 24 bei Besi Switzerland AG, aber die Besi hat als Arbeitgeberin kein eigenes Profil.



Das Stellenportal lässt sich einfach finden, solange man Englisch spricht. Die einzelnen Stellen sind dann wieder in der jeweiligen Landessprache. Spontan bewerben kann man sich nicht. Sonst ist der Ablauf einfach und klar. Auf Jobportalen ist die BES! vertreten, jedoch nicht auf SOM.



D! Fazit

Die Besi bewegt sich in einer spannenden Branche mit viel Innovationskraft. Leider wird das auf dem Arbeitsmarkt wenig bis gar nicht kommuniziert. Ein grosses Plus der Besi sind die Lernenden in der Schweiz. Wieso sind die nicht direkt mit der Website besi.com gekoppelt? Stimmt da die Kooperation mit der Gruppe? SOM wird nicht benutzt. Hier werden unnötig Chancen vergeben. Die Besi könnte ihre Arbeitermarke stärken. Mit der Innovationskraft und den attraktiven Standorten bei den Top Herstellern auf der ganzen Welt vermuten wir in der Besi einen „Hidden Champion“.

Resonanz



3,05 auf Kununu. Spannend dort ist, dass die Arbeit gelobt wird und das Management/die Kommunikation nicht. Letzte Bewertung: 2012. Die Geschäftszahlen sprechen dafür, dass die Kunden zufrieden sind. CR und Nachhaltigkeit wird eigens erwähnt und schliesst auf einen guten Ruf. Die Besi scheint bei den Behörden nicht aufzufallen.



Es finden sich keine News zu Besi bis auf die hauseigenen Medienmitteilungen. Es gibt Infoveranstaltungen für Lernende. Ansonsten ist die Besi sehr zurückhaltend in der Öffentlichkeit – gibt es genügend Bewerber? Gebt ihr euch attraktiv genug?



DoD!fferent

+41 44 450 50 50
www.dodifferent.com