

Perikom-Faktencheck 2019

Stand: 23. Mai 2019

HWZ-Studie «Interne CEO-Kommunikation»

Befragung der 120 mitarbeiterstärksten Unternehmen in der Schweiz

Copyright: Alle Rechte liegen bei Perikom und der HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich. Weitergabe und Verwendung der Resultate sind mit Quellenangabe erlaubt. Hier handelt es sich um eine gekürzte Version des Perikom-Faktenchecks. Die vollständige Version mit genauer Angabe der Mitarbeiterzahlen aller 120 befragten Unternehmen ist gegen eine Schutzgebühr erhältlich bei: info@perikom.ch

Ein HWZ-Working-Paper wird die Studie im Detail auswerten und erscheint im Herbst 2019.

PERIKOM

HWZ

Die Hochschule für Wirtschaft
in Zürich

Partnerorganisationen



Brandsoul

FARNER

heads

HOCHSCHULE
LUZERN



isolutions

linkgroup

TRANS4M®

smart.heads

ZGP

Zürcher Gesellschaft für
Personal-Management

Hintergrund und Ziel der Untersuchung

- Interne CEO-Kommunikation war bisher und wird auch künftig ein wichtiger Teil der internen Kommunikation sein (entsprechend erwarten 88% der Umfrageteilnehmenden eher oder gänzlich, dass die CEO-Komm künftig noch wichtiger wird).
- Die Digitalisierung und New Work haben Veränderungen mit sich gebracht, wie dies heute gemacht werden kann und getan wird.
- Ziel der Untersuchung: *Zu identifizieren, wie sich die interne CEO-Kommunikation heute in den 120 mitarbeiterstärksten Unternehmen darstellt. Zudem wollen wir wissen, wie die Einschätzung der künftigen Entwicklung ist.*

Kurzhinweis Methode: Umfrage, von 120 angefragten Experten füllten 67 den Fragebogen vollständig aus. Darauf basierend fand eine Auswertung mittels deskriptiver Statistik statt.

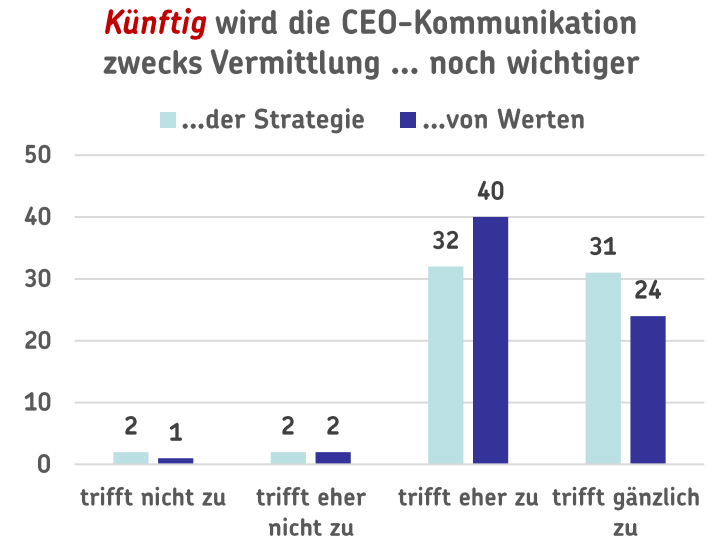
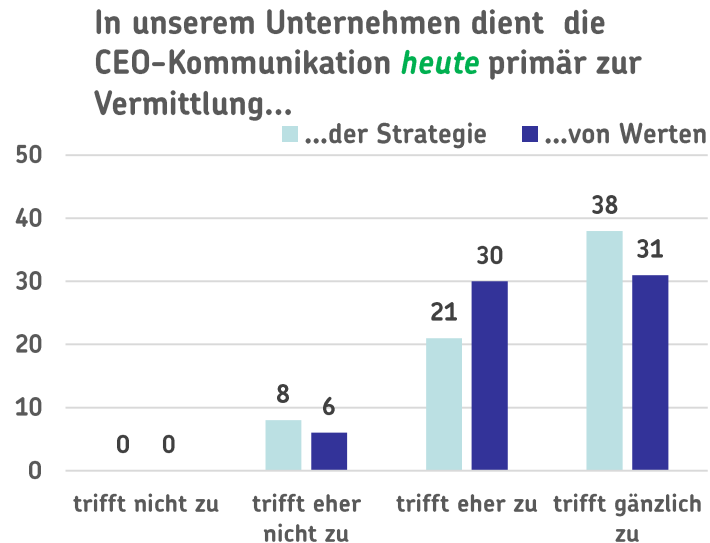
Thesen und Instrumente

Vor der Untersuchung wurden zwei Thesen gebildet:

1. Eine Hauptfunktion der CEO-Kommunikation ist und wird auch künftig die Kommunikation der Strategie sein, wobei die Kommunikation von Werten *künftig* an Wichtigkeit gewinnen wird.
2. Eine Hauptfunktion der CEO-Kommunikation ist es, Vertrauen zu schaffen. Im Zusammenhang mit dem Vertrauensgewinn spielt Transparenz eine wichtige Rolle.

In der Umfrage wurden Fragen zum Einsatz von Kommunikations-Instrumenten gestellt. Auswertungen dazu finden sich in diesem Dokument.

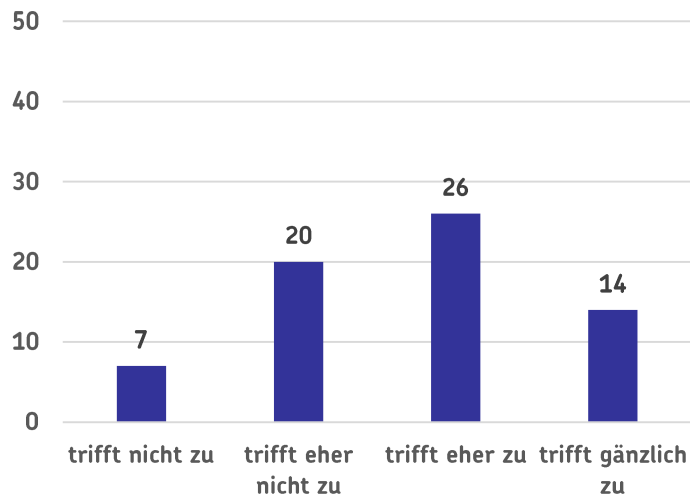
These 1: Die Strategie ist nach wie vor wichtig, aber Werte gewinnen künftig an Wichtigkeit



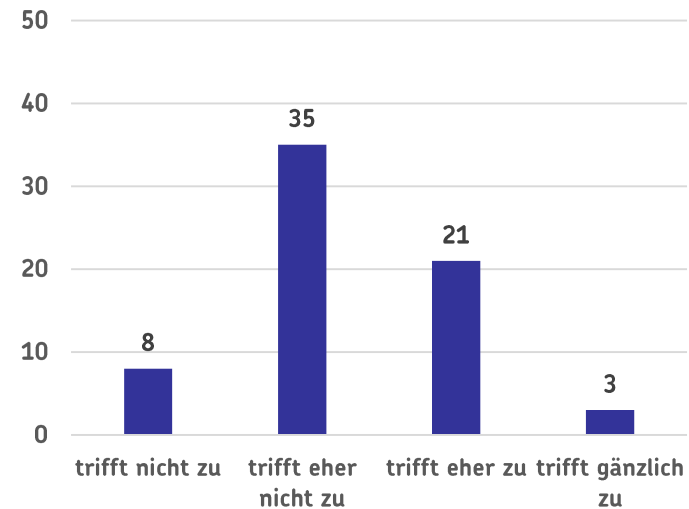
Die Kommunikation der Strategie ist gemäss Antworten die wichtigste Funktion, gefolgt von den Werten. Es wurde klar wahrgenommen, dass dem auch künftig so sein wird.

Zum Vergleich zu These 1: Einschätzung der Wichtigkeit der Vermittlung von Fakten zu einzelnen Projekten

In unserem Unternehmen dient die CEO-Kommunikation **heute** primär zur Vermittlung von Fakten zu einzelnen Projekten und Kennzahlen



Künftig wird die CEO-Kommunikation zwecks Vermittlung von Fakten zu einzelnen Projekten und Kennzahlen wichtiger werden

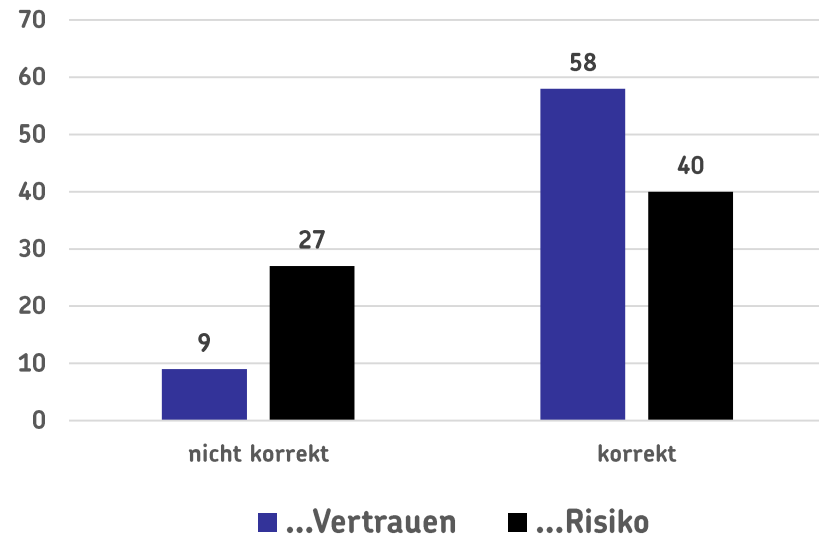


Fakten zu einzelnen Projekten und Kennzahlen zu kommunizieren ist heute weniger wichtig und wird auch künftig weniger wichtig sein.

These 2: CEO-Kommunikation ist dazu da, Vertrauen zu schaffen. Im Zusammenhang mit dem Vertrauensgewinn spielt Transparenz eine wichtige Rolle

91% der Teilnehmenden sind entweder eher oder gänzlich einverstanden, dass **digitale Medien** und ihre Möglichkeiten die **Exponiertheit des CEO** erhöhen.

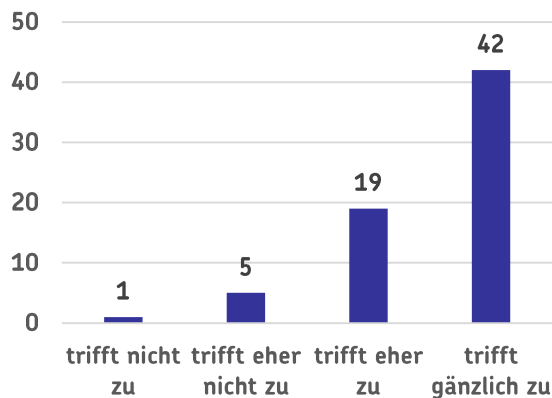
Und: Eine höhere Exponiertheit trägt zu mehr ... bei



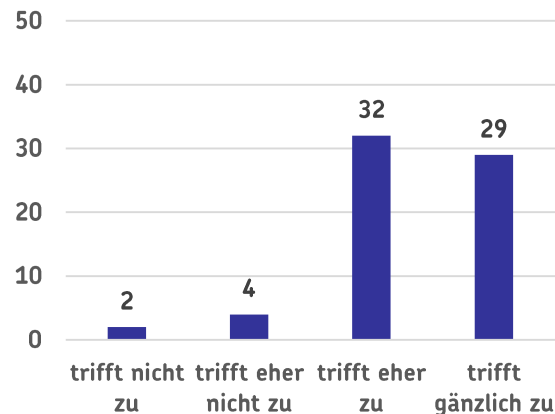
Kommunikationsexperten sind insgesamt damit einverstanden, dass Digitale Medien zu einer höheren Exponiertheit des CEO führen. Und es wird wahrgenommen, dass eine höhere Exponiertheit eher zu mehr Vertrauen als Risiko führt.

These 2: CEO-Kommunikation ist dazu da, Vertrauen zu schaffen. Im Zusammenhang mit dem Vertrauensgewinn spielt Transparenz eine wichtige Rolle

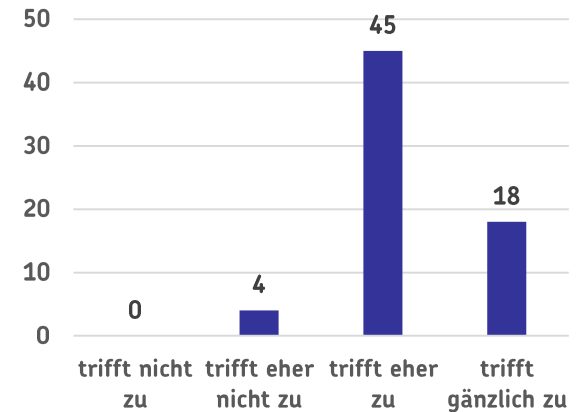
Transparenz als ein Zeichen des Vertrauens wird **künftig** (noch) wichtiger werden da sie das Vertrauen in die Top Leader fördert



Künftig wird Transparenz in der internen Kommunikation eine (noch) wichtigere Rolle spielen



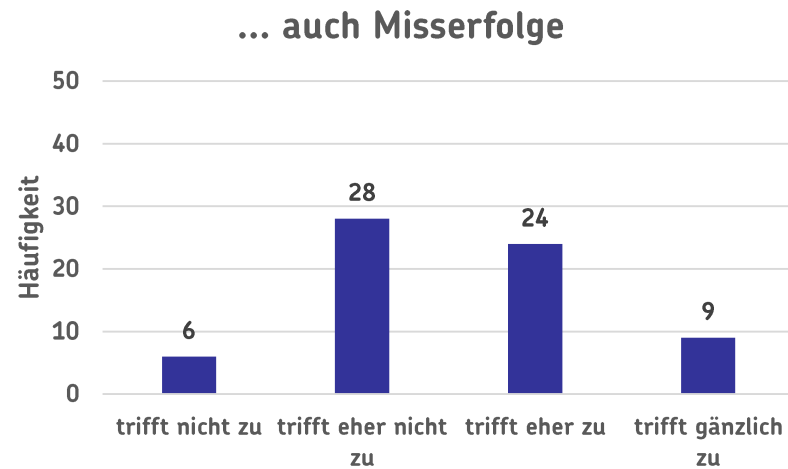
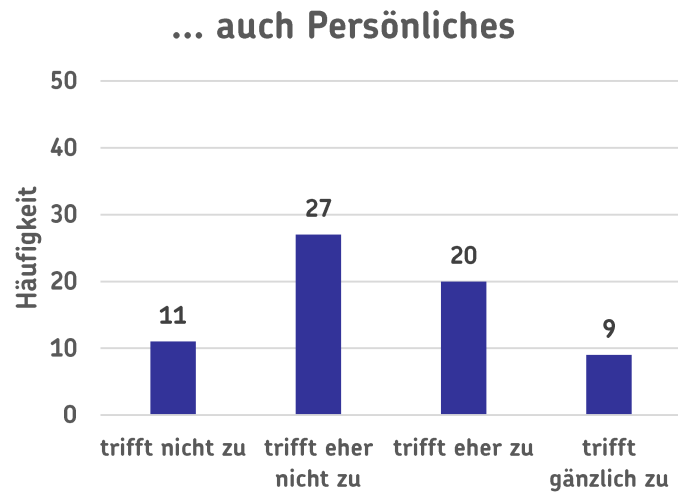
Künftig wird der CEO digitale Medien (noch) mehr nutzen



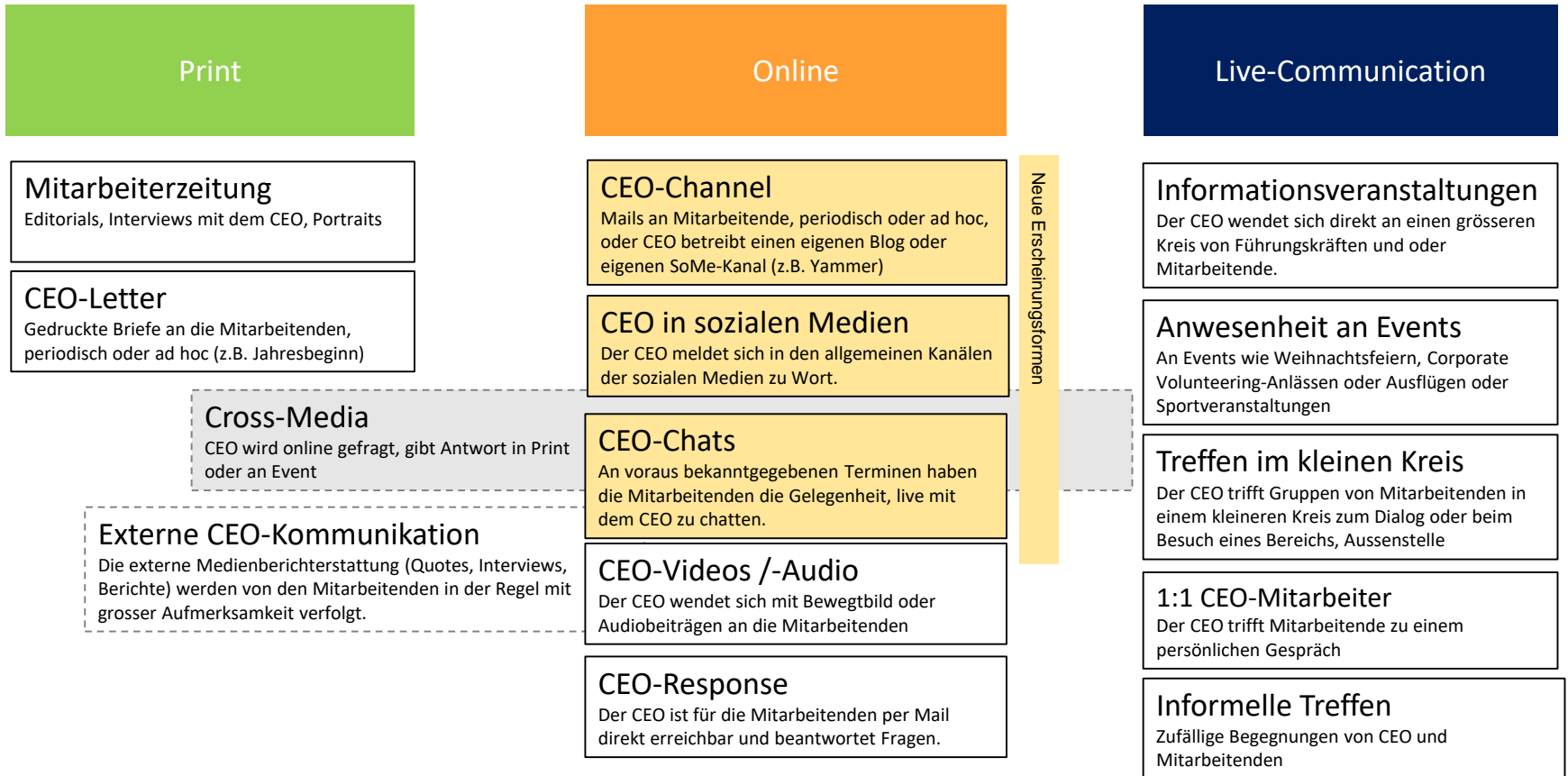
Die Teilnehmenden sind überzeugt, dass Transparenz als Zeichen des Vertrauens künftig wichtiger wird. Immer noch überzeugt, aber etwas weniger ausgeprägt sind sie, dass Transparenz tatsächlich eine gewichtigere Rolle spielen wird. Dies, obwohl die gesamthafte Zustimmung dazu, dass der CEO künftig die digitalen Medien (noch) mehr nutzen wird, sehr hoch ist.

CEOs sind zurückhaltend bei Persönlichem und Misserfolgen

In unserem Unternehmen kommuniziert der CEO *heute*

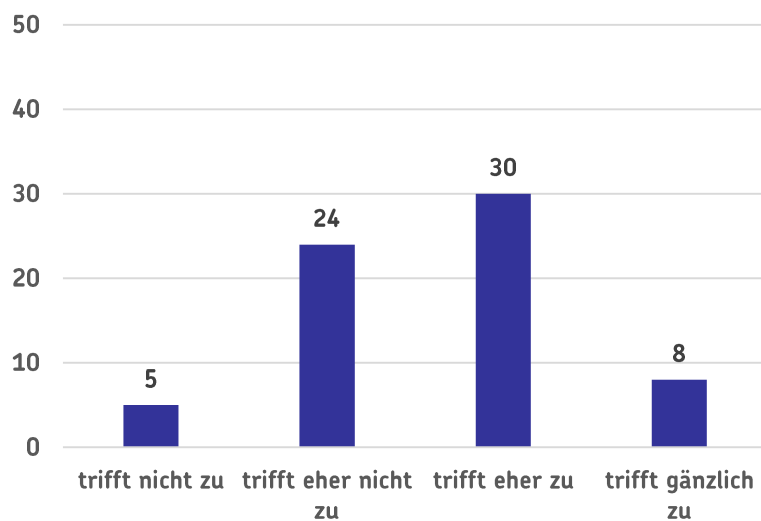


Übersicht der Instrumente der internen CEO-Kommunikation

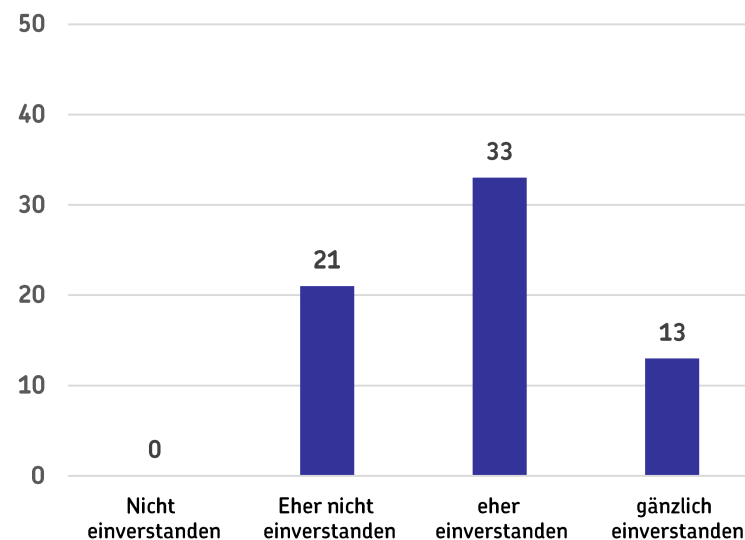


Instrumente: Eigenständige Rolle des CEO als interner Kommunikator

In unserem Unternehmen verfolgt der CEO **heute** eine eigenständige Rolle als Kommunikator

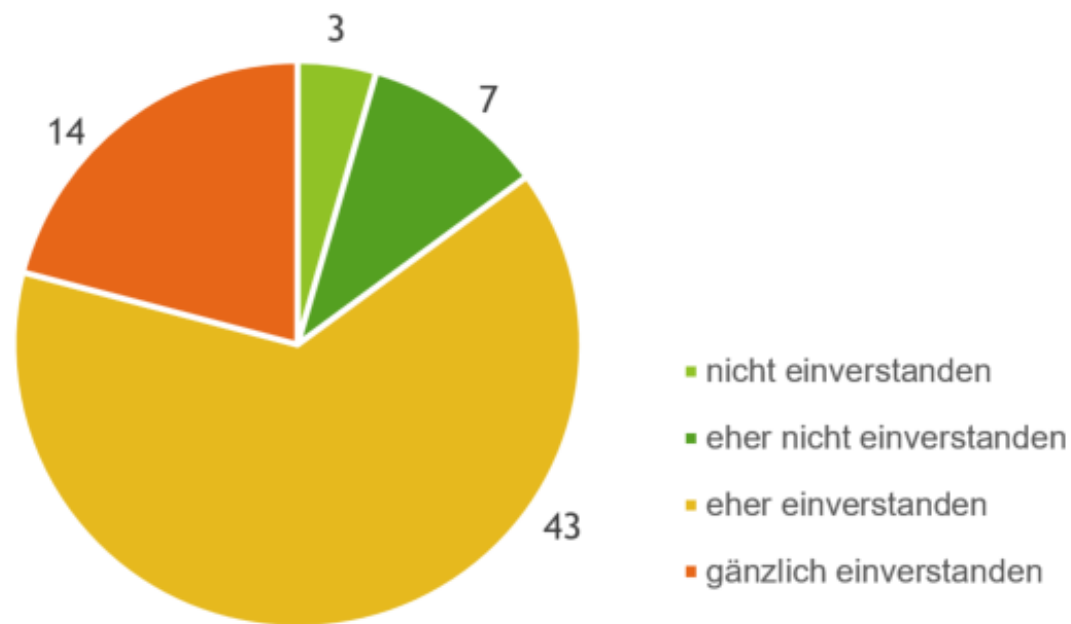


Künftig wird der CEO eine (noch) eigenständigere Rolle als Kommunikator haben

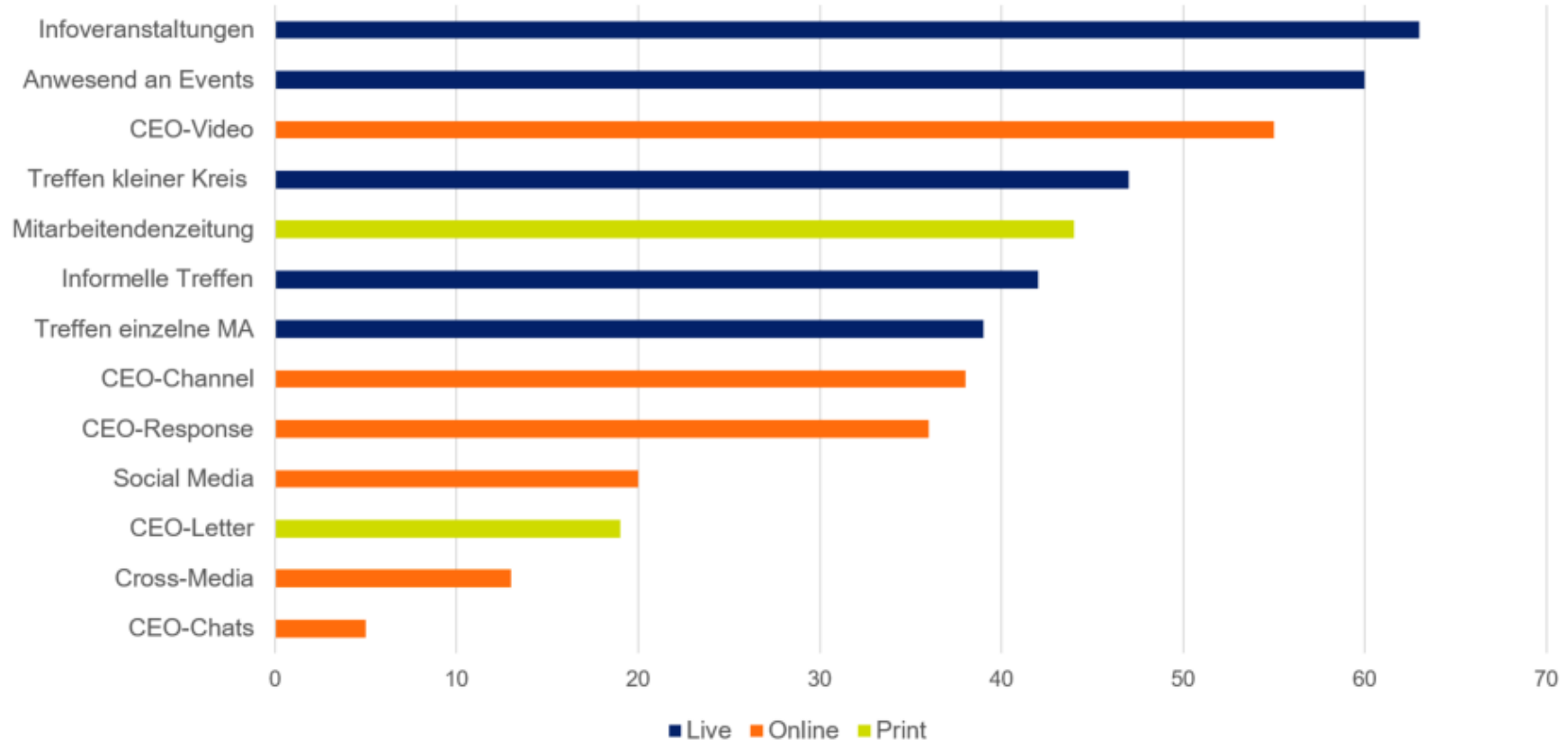


- 57% der Teilnehmenden sagen, dass der CEO in ihrem Unternehmen heute eher oder gänzlich eine Rolle als eigenständiger Kommunikator hat. 69% denken, dass sie/er diese Rolle künftig noch stärker wahrnehmen wird. Trotz dieser Tendenz für die Zukunft sind doch immerhin 31% damit eher nicht einverstanden.

Instrumente: Künftig wird für die interne CEO-Kommunikation “Digital First” gelten, die digitalen Kanäle also dominant sein/bleiben



Instrumente der internen CEO-Kommunikation



Online Instrumente werden eher wenig genutzt, während Formen der Live-Kommunikation (immer noch) häufig verwendet werden. Gedruckte Kommunikation existiert ebenfalls nach wie vor (z.B. Mitarbeitendenzeitung).

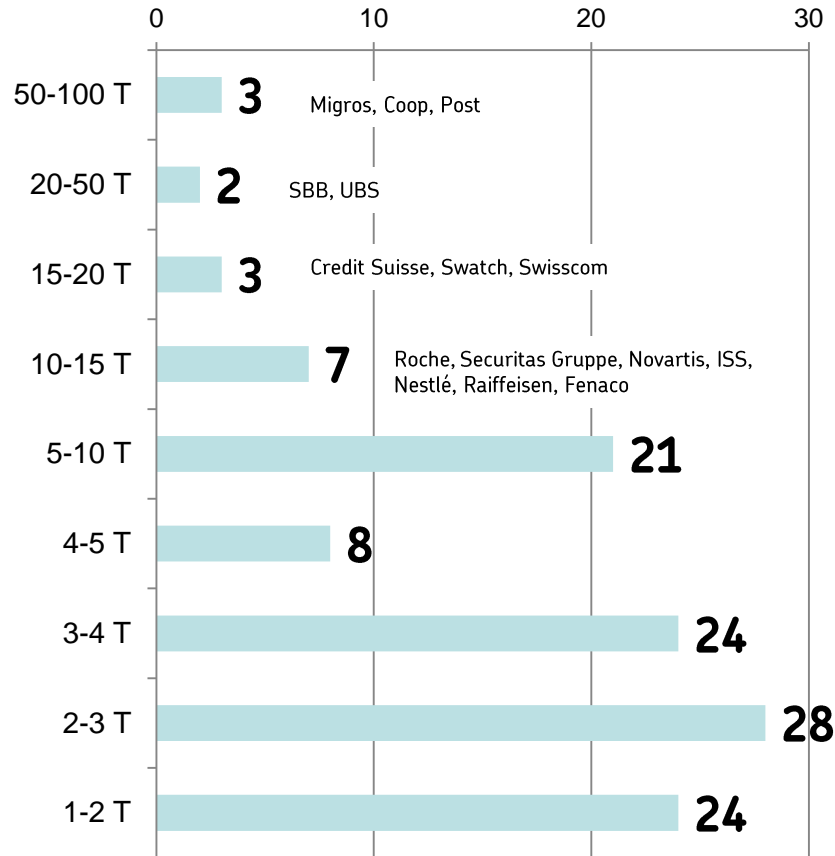
Instrumente der internen CEO-Kommunikation in ausgewählten Schweizer Unternehmen

Firma	Anfang 2018	Kanäle												
		online					Face-to-Face					Print		Cross
	Mitarbeitende	CEO-Channel	Interne SoMe	Chats	Video	Response	Infoveranstaltung	Präsenz Event	kl. Kreis	onetoone	inf. Treff.	MAZ	Letter	
Migros	89250													
Die Post	51902													
SBB	36020													
Swisscom	19457													
Roche	14964													
Nestlé	11146													
fenaco	10058													
Manor	9750													
Hirslanden-Gruppe	9635													
ABB Schweiz	6600													
Axa	6500													
Galenica	6314													
SRG SSR	6093													
Amag	6050													
BKW	6050													
Swiss Prime Site	5910													
Siemens Schweiz	5639													
SV Group	5520													
Mobiliar	5334													
Swissport	4649													
Implenla	4516													
Planzer	4370													
General Electric	4200													
Suva	4189													
SIX Management AG	4130													
Allianz Suisse	3960													
Bell Food Group	3945													
Helvetia	3849													
Julius Bär	3765													
Schindler	3679													
PWC	3386													
Lidl	3320													
Helsana	3212													
Burkhalter	3139													
Ikea	3118													
Emmi	3100													
Ringier	3006													
Swiss Life	3005													
ZFV-Unternehmungen	2806													
Spar	2200													
KPMG	2021													
Phister Arco Holding AG	2000													
Flughafen Zürich	1967													
NZZ-Mediengruppe	1926													
Deloitte	1926													
upc cablecom	1500													
Basler Kantonalbank	1368													

Anschliessende Telefoninterviews mit Befragten zeigten, dass viele bei der Beantwortung der Fragen keinen Unterschied zwischen externen und internen sozialen Medien gemacht haben. Das bedeutet, dass sich in der Praxis CEOs noch weniger oft in den internen sozialen Medien äussern, als es diese Übersicht zeigt.

120 grösste Unternehmen in der Schweiz

(nach Anzahl der in der Schweiz beschäftigten Mitarbeitenden Anfang 2018)



Nur 15 Unternehmen beschäftigen mehr als 10'000 Mitarbeitende

Die Liste der Top 120 Unternehmen weist *die Anzahl der in der Schweiz* beschäftigten Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer auf. Dabei zeigt sich, dass nur 15 Firmen mehr als 10'000 Personen in der Schweiz beschäftigen.

Die Angaben beziehen sich auf die tatsächlich beschäftigten Menschen. Viele Unternehmen geben jedoch nur FTEs an, also Vollzeitstellen. Um die Vergleichbarkeit herzustellen, wurden in diesen Fällen 10% höhere Zahlen zur Rangierung verwendet.

120 mitarbeiterstärkste Schweizer Firmen Anfang 2018

	Inter: 90.000						
1	Migros	31	ZKB	61	Helsana	91	Sika
	50.000 - 60.000	32	Vebevo	62	BLS	92	Banque Cantonale Vaudoise
2	Coop	33	Siemens Schweiz	63	Burkhalter	93	KPMG
3	Die Post	34	SV Group	64	Ikea	94	Endress+Hauser AG
	30.000 - 40.000	35	Mobilier	65	Emmi	95	Procter & Gamble
4	SBB	36	Zurich	66	Aldi	96	Pfister Arco Holding AG
	20.000 - 25.000			67	Ringier		
5	UBS			68	Swiss Life		
	10.000 bis 20.000	37	Ruag			97	Flughafen Zürich
6	Swisscom	38	Swissport		3000 - 3000	98	NZZ-Mediengruppe
7	Credit Suisse	39	Implenia	69	Georg Fischer	99	Deloitte
8	Swatch Group	40	Bouygues	70	Frutiger	100	CSL Beering
9	Roche	41	Planzer	71	Unternehmungen AG	101	Generali (Schweiz)
10	Securitas Gruppe	42	General Electric	72	ZFV-Unternehmungen	102	Bobst
11	Novartis	43	Suva	73	Syngenta	103	Swica
12	ISS AG	44	SIX Management AG	74	Protectas	104	Sunrise
13	Nestlé			75	CSS Versicherung	105	Compass Group
14	Raiffeisen			76	CRH Swiss Distribution	106	Mettler-Toldeo
15	fenaco			77	Enzler Holding AG		Debrunner Koenig Holding AG
	8000 - 10x000	45	Allianz Suisse	78	EY	107	Cartier Horlogerie
16	Manor	46	Bell Food Group	79	IBM Schweiz	108	BASF Schweiz (Ciba Spezialitätenchemie)
17	Hirslanden-Gruppe	47	Axpo	80	Deutsche Post DHL	109	
18	Richemont	48	Helvetia	81	Bühler	110	SR Technics
19	Swiss	49	Julius Bär	82	Patek Philippe SA	111	upc cablecom
	5000 - 8000	50	Baloise	83	Walo Bertschinger	112	Dosenbach-Ochsner
20	Rolex	51	Schindler	84	Otto's AG	113	Rhätische Bahn
21	McDonald's Schweiz	52	Swiss Re		Pilatus Flugzeugwerke AG	114	Bank Vontobel AG
22	Johnson & Johnson	53	Tamedia	85	Valora	115	Givaudan
23	ABB Schweiz	54	Stadler Rail	86	Groupe Mutuel	116	Conzzeta
24	Axa	55	PWC	87	Eldora (früher DSR)	117	Basler Kantonalbank
25	Galenica	56	Emil Frey AG	88	Spar	118	Geberit
26	SRG SSR	57	Metall Zug AG	89	Google	119	Sonova
27	Amag	58	Lonza			120	Charles Vögele (Sempione Group)
28	BKW	59	Lidl				
29	Honegger Holding AG	60	Bosch				
30	Swiss Prime Site						

Gemäss Bundesamt für Statistik gab es 2016 283 Unternehmen mit mehr als 1000 Beschäftigten in der Schweiz.

Hinweise zur Verbesserung dieser Übersicht nehmen wir sehr gerne entgegen:
info@perikom.ch

Methodenhinweis

Die Umfrage will Erkenntnisse darüber gewinnen, wie sich die Kommunikation der Geschäftsführenden gegenüber den Mitarbeitenden im Zusammenhang mit der Digitalisierung in den 120 mitarbeiterstärksten Unternehmen der Schweiz darstellt und wie wahrgenommen wird, dass sie sich künftig entwickeln wird. Die Items der Umfrage wurden vor dem Hintergrund dieses Erkenntnisinteresses theoriebasiert sowie auf der Grundlage eines Gruppeninterviews mit fünf einschlägigen Kommunikationsexperten aus der Schweiz hergeleitet (orientiert an der Delphi Methode). Zum Expertengruppeninterview wurde eine qualitative Inhaltsanalyse durchgeführt. Der Fragebogen wurde einem Pretest unterzogen. Befragt wurden die Kommunikationsverantwortlichen der 120 mitarbeiterstärksten Unternehmen der Schweiz. Die Beendigungsquote des Fragebogens liegt bei 55.8%, von den 120 angefragten Experten haben somit 67 den Fragebogen vollständig ausgefüllt. Die deskriptiven statistischen Auswertungen beruhen auf den vollständig ausgefüllten Fragebögen.

Autoren:

claude.meier@fh-hwz.ch

andreas.jaeggi@fh-hwz.ch