

## Kurzfassung der Masterarbeit

<b>Name</b>	Ruth Blättler-Egli
<b>Firma</b>	Lupin Atlantis Holdings SA
<b>Studiengang (MAS HRM Nr.)</b>	MAS HRM 55
<b>Abschlussjahr</b>	2023
<b>Titel der Masterarbeit</b>	Sind kleine und mittlere Pharmafirmen attraktiv? Eine Analyse kleiner und mittlerer Pharmafirmen in ihrer Arbeitgebendenattraktivität
<b>BetreuerIn</b>	Dr. Feriha Özdemir
<b>Vertraulich (ja/nein)</b>	nein

### Ausgangslage / Problemstellung

Fachkräftemangel und *War for Talents* sind in der heutigen Zeit häufig genannte Schlagworte. Die Frage nach der Arbeitgebendenattraktivität wird folglich immer aktueller. Grossunternehmen setzen seit geraumer Zeit verschiedene Massnahmen und Instrumente zur Steigerung der Arbeitgebendenattraktivität ein, damit passende Talente gefunden und gebunden werden können. KMU sind aus verschiedenen Gründen mit der Thematik oft nicht ausreichend vertraut oder verfügen nicht über die Mittel, um sich auf dem Arbeitsmarkt entsprechend zu positionieren. Letztendlich treten diese auf dem begrenzten Arbeitsmarkt jedoch in Konkurrenz mit den Grossunternehmen und es herrscht ein harter Wettbewerb.

Die Arbeit befasst sich mit der Arbeitgebendenattraktivität von KMU der Schweizer Pharmabranche.

### Ziele

Das Ziel dieser Masterarbeit ist, durch die Befragung von Expertinnen und Experten explorativ Erkenntnisse zur Arbeitgebendenattraktivität der KMU in der Schweizer Pharmabranche zu gewinnen und zu erfahren, wie diese mit den Herausforderungen des Fachkräftemangels bzw. des damit unweigerlich zusammenhängenden *War for Talents* umgehen.

### Nutzen

Die Untersuchung der Fragestellungen sowie die damit verbundene Analyse von kleinen und mittleren Pharmafirmen in ihrer Arbeitgebendenattraktivität liefert in ähnlichen Firmen arbeitenden HR-Verantwortlichen und Führungspersonen Erkenntnisse über ihre Stärken und Schwächen als Arbeitgebende. Auf Basis dieser Erkenntnisse lassen sich passende und wirksame Massnahmen zur Erhöhung der Arbeitgebendenattraktivität eruieren und umsetzen. Weitere Inputs, wie man Fachkräfte findet und langfristig an das Unternehmen bindet, erhalten Arbeitgebende aus den Befragungen mit den Expertinnen und Experten. Diese gewähren Einblicke in bewährte Geschäftspraktiken in den Bereichen Personalmarketing, Employer Branding und Mitarbeitendenbindung. Schliesslich können die Handlungsempfehlungen weitere Impulse liefern, wie man geeignete Kandidatinnen und Kandidaten von sich überzeugt.

### Vorgehen und methodische Schritte (wissenschaftliche Methoden)

In einem ersten Schritt werden Trends und Entwicklungen auf dem Schweizer Arbeitsmarkt, die Pharmaindustrie Schweiz sowie die Herausforderungen von kleinen und mittleren Pharmafirmen auf dem Arbeitsmarkt behandelt. Anschliessend erfolgt durch Sichtung und Recherche wissenschaftlicher Literatur und Studien die Erläuterung der Themen Arbeitgebendenattraktivität, Personalmarketing, Employer Branding und Mitarbeitendenbindung sowie die Erörterung der

Herausforderungen und Chancen, die sich daraus für KMU ergeben. Für die Beantwortung der Fragestellungen eignet sich der qualitative Forschungsansatz. Es werden offene, halbstrukturierte und leitfadengestützte Interviews mit 13 Expertinnen und Experten durchgeführt. Für die abschliessende Ableitung von Handlungsempfehlungen dienen die aus der Literaturrecherche gewonnenen Erkenntnisse sowie die Erfahrungen bzw. die Aussagen der Befragten.

### **Ergebnisse / Interpretation**

Laut Ergebnissen sind kleine und mittlere Pharmafirmen weder attraktiver noch weniger attraktiv als grosse Pharmafirmen. Diese sind anders und ziehen Arbeitnehmende an, die einen Beitrag leisten und sichtbar werden möchten. Menschen, die Freiraum, Flexibilität sowie ein breitgefächertes Aufgabengebiet suchen und ein stabiles Umfeld mit vielleicht jahrelang demselben Team oder denselben Vorgesetzten bevorzugen. Denen Innovation, ein gesunder Entrepreneurgeist sowie Agilität wichtig sind und die eine familiäre Atmosphäre sowie Menschlichkeit schätzen. Im Bereich attraktives Auftreten auf dem Arbeitsmarkt gibt es Bereiche, die noch nicht voll ausgeschöpft sind. Vielerorts fehlt das Budget oder die Ressourcen für Personalmarketing- oder Employer-Branding-Aktivitäten oder es mangelt an Überzeugung, dass der Aufwand sich lohnt. Aktuelle Entwicklungen und Trends wurden in kleinen und mittleren Pharmafirmen erkannt oder haben bereits Einzug gehalten, wie etwa die Digitalisierung. Der Rekrutierungsprozess gilt als eine der Stärken von kleinen und mittleren Pharmafirmen. Im Bereich Mitarbeitendenbindung können sich kleine und mittlere Pharmafirmen ebenfalls gut positionieren, indem diese auf das Persönliche setzen und mit den Mitarbeitenden im Dialog bleiben. Das Talentmanagement liegt etwas brach. Folglich ist dies einer der Hauptgründe, wieso Mitarbeitende kleine und mittlere Pharmafirmen verlassen.

### **Umsetzungsvorschläge / Schlussfolgerungen**

Arbeitgebendenattraktivität gewinnt in Zeiten des Fachkräftemangels zunehmend an Bedeutung. Obwohl der Fachkräftemangel in der Schweizer Pharmabranche noch nicht allzu stark spürbar ist, sind es die MINT-Fachkräfte, die seit vielen Jahren fehlen. Diese Situation könnte sich in den nächsten Jahren verschärfen und als attraktive Arbeitgebende geltende Unternehmen sind im Vorteil. Somit ist eine kontinuierliche Auseinandersetzung mit der eigenen Arbeitgebendenattraktivität unabdingbar, um den langfristigen Erfolg des Unternehmens sicherzustellen. Unternehmen sollten zudem die aktuellen Trends auf dem Arbeitsmarkt kennen und diese in ihre aktuellen oder zukünftig geplanten Personalmarketing- oder Employer-Branding Aktivitäten einbinden, um die Mitarbeitendenbindung zu unterstützen.