

Press release

Fabienne Assmann
Marketing & Communications
Tel: +352 451 452 422
Email: lupress@deloitte.lu

Consumer giants overtaking banks in talent battle

Banks looking to snap up the best and brightest students need to revamp their employer brand if they are to win the war for talent, according to Deloitte's 2014 *Talent in Banking Survey*. Over 174.000 business students across the globe were surveyed, including students from Germany, Belgium, the Netherlands and France important for Luxembourg's cross-border labour market.

The results reveal that banking has slipped to the second most popular career choice amongst the business students interviewed, with the fast-moving consumer goods (FMCG) sector taking the top spot and the software and computing services sector securing the third position.

Martin Flaunet, Partner and Banking Leader at Deloitte Luxembourg, states: *"The survey findings are particularly interesting for Luxembourg's banks targeting the cross-border labour market. Results show that students from our neighboring countries consider big FMCG companies or automotive firms, as is the case for Germany, as the most attractive employers. The fact that in France the banking sector was even pushed into third place by the software and computing sector indicates that banks need to change their recruitment strategy. Luxembourg banks need to be aware of this trend and try to be more attractive for potential recruits as they will rely on students with information technology skills in order to effectively respond to consumer preferences for online and mobile banking and regulatory requirements."*

Banks will also need to overhaul their brand amongst graduates because negative industry perceptions prevail amongst some future bankers. Nearly three-quarters (74%) do not associate banks with providing flexible working, while over half think banks do not offer secure employment or a friendly place to work. Less than one-third of banking students associate the sector with acceptance towards minorities and only 38% think banks support gender equality.

Filip Gilbert, Partner and Human Capital Leader at Deloitte Luxembourg, summarises: *"Banks can react and stop the downward trend by listening to their potential employees. One priority for banking students according to the survey results is having a work-life balance. It is the highest career goal among the students surveyed, directly followed by job security. Further goals that were more frequently mentioned were to be competitively and intellectually challenged or the outlook to have an international career. By taking these findings into account, banks could create new incentives and improve again their image as a potential and attractive employer."*

The global survey results are available on the Deloitte Luxembourg website at: www2.deloitte.com/lu/graduate-recruitment-in-banking.

About the survey

The *Talent in Banking Survey 2014* was made by Deloitte LLP, the United Kingdom member firm of Deloitte Touche Tohmatsu Limited (“DTTL”) based on a survey conducted by Universum, interviewing around 700,000 students and professionals from 2,000 universities and institutions of higher education in 36 markets. Deloitte examined the survey results from 174,000 students in 31 markets, including the USA, Australia, China, Japan, Austria, Belgium, France, Germany and Italy among others.

Note to editors

In this press release, references to Deloitte are references to Deloitte LLP, the United Kingdom member firm of Deloitte Touche Tohmatsu Limited (“DTTL”).

Les géants des biens de grande consommation dépassent les banques dans la guerre des talents

Les banques désireuses d'attirer les meilleurs étudiants doivent revaloriser leur image de marque en tant qu'employeur si elles souhaitent remporter la guerre des talents, selon l'étude « Talent in Banking 2014 » de Deloitte. Dans le cadre de celle-ci, plus de 174 000 étudiants d'écoles de commerce ont été interrogés, notamment en Allemagne, en Belgique, aux Pays-Bas et en France, autant de viviers de talents importants pour le marché de l'emploi transfrontalier du Luxembourg.

Les résultats révèlent que les banques sont passées en seconde position des choix de carrière les plus populaires parmi les étudiants en école de commerce interrogés ; les entreprises de biens de grande consommation se hissant en tête du classement et le secteur des services logiciels et informatiques prenant la troisième place.

Martin Flaunet, Partner et Banking Leader chez Deloitte Luxembourg, commente : « *Les résultats de l'étude sont particulièrement intéressants pour les banques du Luxembourg qui ciblent le marché de l'emploi transfrontalier. Ils révèlent en effet que les étudiants de nos pays voisins considèrent les principales entreprises de biens de grande consommation ou du secteur automobile, à l'instar de l'Allemagne, comme les employeurs les plus intéressants. Le fait qu'en France, le secteur bancaire ait été relégué à la troisième place par celui des logiciels et de l'informatique démontre que les banques sont tenues de revoir leur stratégie de recrutement. Les banques du Luxembourg doivent prendre conscience de cette tendance et s'efforcer de se rendre plus attractives aux yeux de leurs recrues potentielles. Elles auront en effet besoin d'étudiants maîtrisant les nouvelles technologies afin de satisfaire activement les préférences des consommateurs pour des services bancaires en ligne et sur mobile, mais aussi afin de répondre aux exigences réglementaires.* »

Par ailleurs, les banques devront travailler leur image de marque auprès des diplômés, car les perceptions négatives du secteur prévalent chez certains futurs banquiers. En effet, près des trois quarts (74 %) d'entre eux n'associent pas les banques à des conditions de travail flexibles et plus de la moitié pensent qu'elles n'offrent pas la sécurité de l'emploi ou un environnement de travail convivial. En outre, seulement moins d'un tiers des étudiants se destinant aux métiers de la banque associent ce secteur à la tolérance envers les minorités et seuls 38 % d'entre eux estiment que les banques soutiennent la parité hommes-femmes.

Selon Filip Gilbert, Partner et Human Capital Leader chez Deloitte Luxembourg, « *les banques peuvent réagir et mettre fin à cette tendance à la baisse en écoutant leurs employés potentiels. Il ressort des résultats de l'étude qu'une des priorités de ces étudiants est de parvenir à un équilibre entre vie professionnelle et vie privée. C'est d'ailleurs le premier objectif de carrière des étudiants interrogés, directement suivi par la sécurité de l'emploi. Les autres objectifs fréquemment cités sont le développement professionnel et intellectuel ainsi que la perspective de faire une carrière internationale. Tenir compte de ces éléments permettrait aux banques de créer de nouvelles incitations et de perfectionner leur image d'employeur potentiel et attractif.* »

Les résultats de l'étude mondiale sont disponibles sur le site web de Deloitte Luxembourg, à l'adresse www2.deloitte.com/lu/graduate-recruitment-in-banking.

À propos de l'étude

L'étude « Talent in Banking 2014 » a été réalisée par Deloitte LLP la société britannique membre de Deloitte Touche Tohmatsu Limited (« DTTL »). L'Étude se fonde sur un sondage mené par Universum, qui a interrogé environ 700 000 étudiants et professionnels de près de 2 000 universités et établissements d'enseignement supérieur au sein de 36 marchés. Deloitte a analysé les réponses de 174 000 étudiants de 31 marchés, notamment les États-Unis, l'Australie, la Chine, le Japon, l'Autriche, la Belgique, la France, l'Allemagne et l'Italie.

Note aux éditeurs

Dans le présent communiqué de presse, la mention de Deloitte se rapporte à Deloitte LLP, la société britannique membre de Deloitte Touche Tohmatsu Limited (« DTTL »).

Verbrauchsgüterbranche läuft Banken im Kampf um Talente den Rang ab

Banken, die die besten und begabtesten Hochschulabsolventen für sich gewinnen möchten, müssen laut der von Deloitte im Jahr 2014 durchgeführten Umfrage *Talent in Banking Survey* ihre Arbeitgebermarke aufbessern, wenn sie im Kampf um die Talente bestehen möchten. Weltweit wurden über 174.000 Studenten aus dem Wirtschaftsbereich befragt, darunter auch Hochschulabsolventen aus Deutschland, Belgien, den Niederlanden und Frankreich, die für den grenzüberschreitenden Arbeitsmarkt in Luxemburg wichtig sind.

Die Ergebnisse zeigen, dass Geldinstitute unter den befragten Wirtschaftsstudenten nicht mehr zu den gefragtesten Arbeitgebern zählen, sondern auf den zweiten Rang abgerutscht sind. Die Liste der Top-3-Arbeitgeber führen Anbieter von Konsumgütern mit hoher Umschlagshäufigkeit (engl.: fast-moving consumer goods, FMCG) an, während sich der Software- und Informatikdienstleistungssektor den dritten Rang sicherte.

Martin Flaunet, Partner und Banking Leader bei Deloitte Luxemburg, stellt in diesem Zusammenhang fest: *„Die Resultate der Umfrage sind besonders für die luxemburgischen Geldinstitute interessant, die auf den grenzüberschreitenden Arbeitsmarkt ausgerichtet sind. Die Ergebnisse zeigen, dass die Hochschulabsolventen aus den Nachbarländern große FMCG-Konzerne oder auch Automobilhersteller, wie im Fall von Deutschland, als attraktivste Arbeitgeber einstufen. Die Tatsache, dass der Bankensektor in Frankreich sogar von der Software- und Informatikdienstleistungsbranche auf den dritten Platz verdrängt wurde, belegt, dass Banken ihre Rekrutierungsstrategie ändern müssen. Luxemburgische Banken müssen sich dieses Trends bewusst sein und versuchen, für potenzielle Bewerber attraktiver zu werden, da sie auf Studenten mit Fähigkeiten im Bereich der Informationstechnologie angewiesen sein werden, um den Kundenwünschen nach Online- und Mobile-Banking sowie regulatorischen Anforderungen besser entsprechen zu können.“*

Geldinstitute müssen ihr Markenimage auch bei Hochschulabsolventen aufpolieren, da unter den zukünftigen Bankern eine negative Wahrnehmung der Branche vorherrscht. Nahezu drei Viertel (74%) der Befragten verbinden Banken nicht mit flexiblen Beschäftigungsformen, während mehr als die Hälfte der Ansicht ist, dass Banken keine sichere Beschäftigung oder einen guten Arbeitsplatz bieten. Weniger als ein Drittel der Wirtschaftsstudenten verbinden den Sektor mit der Akzeptanz von Minderheiten, und nur 38% glauben, dass Banken die Gleichstellung der Geschlechter fördern.

Filip Gilbert, Partner und Human Capital Leader bei Deloitte Luxemburg, fasst die Ergebnisse wie folgt zusammen: *„Banken können reagieren und den Abwärtstrend stoppen, indem sie ihren potenziellen Angestellten Gehör schenken. Laut der Umfrage ist für die Wirtschaftsstudenten ein ausgewogenes Verhältnis zwischen Berufs- und Privatleben sehr wichtig. Dieser Punkt genießt unter den befragten Hochschulabsolventen höchste Priorität im Hinblick auf ihre Karriereziele, direkt gefolgt von Jobsicherheit. Zu weiteren Zielen, die häufiger erwähnt wurden, zählten eine intellektuelle und berufliche Herausforderung sowie die Aussicht auf eine internationale Karriere. Unter Berücksichtigung dieser Aspekte könnten Geldinstitute neue Anreize schaffen und ihr Image als potenzieller und attraktiver Arbeitgeber wieder verbessern.“*

Die Ergebnisse der weltweiten Umfrage sind auf der Webseite von Deloitte Luxembourg verfügbar: www2.deloitte.com/lu/graduate-recruitment-in-banking.

Über die Umfrage

Der Bericht *Talent in Banking Survey 2014* wurde von Deloitte LLP, der britischen Mitgliedsfirma von Deloitte Touche Tohmatsu Limited (“DTTL”) erstellt. Die Analysen basieren auf einer Umfrage unter rund 700.000 Studierenden und Fachkräften von 2.000 Universitäten und Hochschuleinrichtungen in 36 Märkten, die von Universum durchgeführt wurde. Deloitte hat die Umfrageergebnisse von 174.000 Studenten in 31 Märkten einschließlich der USA, Australien, China, Japan, Österreich, Belgien, Frankreich, Deutschland und Italien untersucht.

Hinweis für Redakteure

In dieser Pressemitteilung bezieht sich die Bezeichnung Deloitte auf Deloitte LLP, britisches Mitgliedsunternehmen von Deloitte Touche Tohmatsu Limited („DTTL“).

About Deloitte

“Deloitte” is the brand under which tens of thousands of dedicated professionals in independent firms throughout the world collaborate to provide audit, consulting, financial advisory, risk management, and tax services to selected clients. These firms are members of Deloitte Touche Tohmatsu Limited (DTTL), a UK private company limited by guarantee. Each member firm provides services in a particular geographic area and is subject to the laws and professional regulations of the particular country or countries in which it operates. DTTL does not itself provide services to clients. DTTL and each DTTL member firm are separate and distinct legal entities, which cannot obligate each other. DTTL and each DTTL member firm are liable only for their own acts or omissions and not those of each other. Each DTTL member firm is structured differently in accordance with national laws, regulations, customary practice, and other factors, and may secure the provision of professional services in its territory through subsidiaries, affiliates, and/or other entities.

About Deloitte in Luxembourg

In Luxembourg, Deloitte consists of 83 partners and over 1,600 employees and is amongst the leading professional service providers on the market. For over 60 years, Deloitte has delivered high added-value services to national and international clients. Our multidisciplinary teams consist of specialists from different sectors and guarantee harmonised quality services to our clients in their field. Deloitte General Services, société à responsabilité limitée, is an affiliate of the Luxembourg member firm of Deloitte Touche Tohmatsu Limited, one of the world’s leading networks of professional services firms.