



Junge Fachkräfte stellen neue Anforderungen

Die baldige Pensionierungswelle verschärft den Mangel an Talenten und zwingt Arbeitgeber zum Umdenken

NATALIE GRATWOHL

Die Babyboomer werden in den nächsten Jahren in Pension gehen, und ihr Nachwuchs wird im Berufsleben Fuss fassen. Ab 2020, wenn die geburtenstarken Jahrgänge altersbedingt aus dem Arbeitsmarkt ausscheiden, ist mit Engpässen zu rechnen. Laut Marc Lutz, Geschäftsführer des Personaldienstleisters Hays Schweiz, wird dann nämlich für zwei in Rente gehende Fachkräfte nur noch eine Person nachrücken. Die UBS erwartet, dass in den nächsten zehn Jahren im Szenario eines Wirtschaftsbooms und unter Ausklammerung der Zuwanderung hierzulande rund 1,3 Millionen Arbeitskräfte fehlen. Wie stark sich der Fachkräftemangel künftig verschärfen wird, hängt neben der Demografie, der Zuwanderung und der Wirtschaftskraft aber auch von den Auswirkungen des digitalen Wandels auf die Arbeitswelt ab.

Status hat tieferen Stellenwert

Schon heute klagen Unternehmen in unterschiedlichen Branchen über Schwierigkeiten, geeignete Spezialisten zu finden. Der Fachkräftemangel besteht allerdings nicht auf breiter Front, sondern die Knappheiten konzentrieren sich auf bestimmte Berufe. Gesucht sind derzeit vor allem Pflegefachleute, Verkaufsberater, Elektromonteure, Sanitärinstallateure, Treuhandmitarbeiter, Projektleiter, Ingenieure und Softwareentwickler.

Besonders Spezialisten in der IT-Branche sind es gewohnt, umworben zu werden. Um auch künftig für Fachkräfte attraktiv zu sein, müssen Unternehmen vermehrt auf die Vorstellungen der jüngeren Generation eingehen. Laut der Studie «Junge Schweizer 2018», welche die Marketing-Agentur Jim & Jim in Kooperation mit dem Jugendforscher Simon Schnetzer bei 2691 Jugend-

lichen und jungen Erwachsenen in der Deutschschweiz durchgeführt hat, lehnen junge Schweizer Leistung und Karriere als prägende Werte deutlich ab. Wichtig sind ihnen vor allem Gesundheit, Freundschaft, der Zusammenhalt in der Familie und Freiheit. Bei der Jobwahl legen sie Wert auf eine ausgewogene Work-Life-Balance und einen guten Zusammenhalt im Team. Weniger bedeutend sind Status, Einkommen und Bekanntheit der Firma. Der jüngeren Generation wird im Allgemeinen aber auch zugeschrieben, dass sie Flexibilität und einfache Prozesse favorisiert.

Die «Generation Z», zu der häufig die zwischen 1995 und 2010 Geborenen gezählt werden, wird über die nächsten Jahre ins Berufsleben eintreten. Befragungen deuten darauf hin, dass die «Generation Z» im Vergleich mit der Vorgängergeneration, den «Millennials», Sicherheit und Einkommen mehr Bedeutung beimisst. Auch wird die Kategorie gerne als kompetitiver beschrieben als die «Millennials» (Generation Y).

Bezahlter Kurztrip

Doch niemand lässt sich gerne in eine Schublade stecken. Zudem wird sich erst noch zeigen, wie die «Generation Z» in der Arbeitswelt agiert. Sie kennt keine Welt ohne Internet. Entsprechend werden ihre digitalen Fähigkeiten und Denkansätze bei den Firmen, die den digitalen Wandel meistern müssen, gefragt sein.

Die Jungen haben andere Erwartungen an die Arbeitswelt als ihre Eltern, darüber hinaus findet aber auch ein altersunabhängiger Wertewandel statt. Die Anforderungen an die Arbeitgeber steigen zusehends. Mit einem guten Namen, Aufstiegschancen und einem hohen Verdienst allein lassen sich vor allem jüngere Spezialisten nicht mehr

ködern. Home-Office, flexible Arbeitsmodelle oder Auslandseinsätze bieten viele Firmen an. Um sich im Kampf um begehrte Fachkräfte von der Konkurrenz abzuheben, lassen sich Arbeitgeber deshalb immer mehr einfallen. Sei es, dass sie dem neuen Mitarbeiter nach bestandener Probezeit einen Kurztrip bezahlen oder dass sie sich bei einem Auslandseinsatz auch um eine neue Stelle für den Partner kümmern. Unternehmen wie die Axa-Gruppe oder die Credit Suisse bieten bereits Lernenden Auslandseinsätze an. Bei der Grossbank gibt es spezielle Netzwerke für junge Mitarbeiter, welche deren Interessen vertreten und sie in Kontakt mit dem Senior-Management bringen.

Roche geht neue Wege, weil die Digitalisierung die Art und Weise verändert hat, wie Medikamente erforscht werden. Der Pharmakonzern zeigt digitalen Fachkräften spezielle Karrieremöglichkeiten auf und bietet etwa ein Online-Programmierspiel an, um seine Bekanntheit bei den gesuchten Spezialisten auf spielerische Art zu steigern. Firmen veranstalten vermehrt sogenannte Hackathons oder virtuelle Messen, um Fachkräfte auf sich aufmerksam zu machen. Die SBB etwa hat ein Pop-up-Recruiting-Café lanciert.

Transparenz wird wichtiger

Darüber hinaus gilt es für die Unternehmen, in den sozialen Netzwerken präsent zu sein. Manche Unternehmen setzen auch auf ihre Belegschaft, die online Stellenangebote in ihrem Bekanntenkreis teilt. Die jüngere Generation erwartet zudem mehr Transparenz von den Unternehmen. Sie informiert sich auch vermehrt auf Online-Bewertungsplattformen wie Kununu oder Glassdoor über potenzielle Arbeitgeber.

Auf der anderen Seite scheinen sich

Neue Zürcher Zeitung

Neue Zürcher Zeitung
8021 Zürich
044/ 258 11 11
<https://www.nzz.ch/>

Medienart: Print
Medientyp: Tages- und Wochenpresse
Auflage: 104'397
Erscheinungsweise: 6x wöchentlich



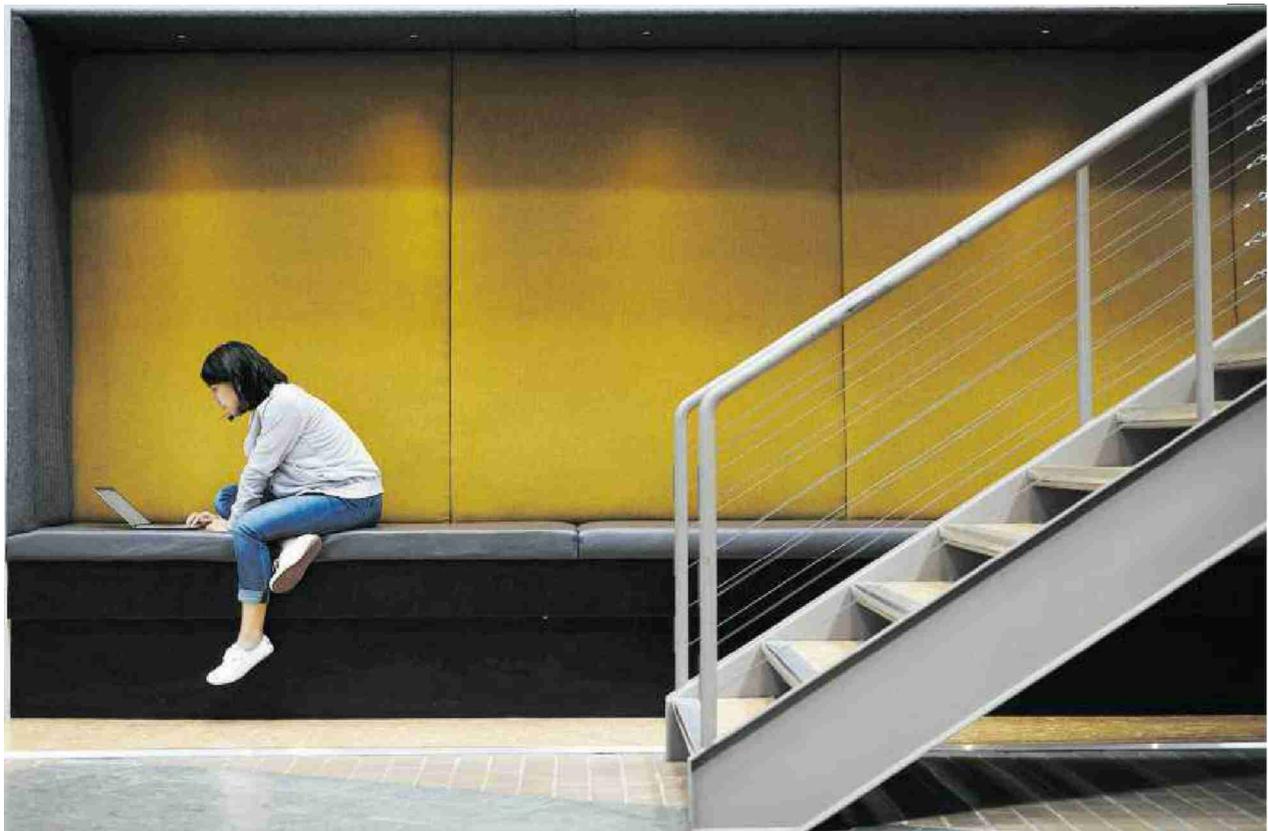
Seite: 19
Fläche: 65'179 mm²



Auftrag: 660008
Themen-Nr.: 660.008

Referenz: 71233587
Ausschnitt Seite: 2/2

Werte wie Vertrauen und Wertschätzung über die Jahre nicht verändert zu haben. Auch junge Arbeitskräfte sind ernüchtert, wenn sie nach Eintritt im Unternehmen feststellen, dass die bei der Rekrutierung gemachten Versprechen nicht eingehalten werden sowie die wohlklingenden Werte der Firmenkultur, die Visionen und die ausführlich beschriebenen Massnahmen zur Mitarbeiterförderung im Unternehmen nicht gelebt werden.



Junge Mitarbeiter bevorzugen flexiblere Arbeitsmodelle.

COLE BURSTON / BLOOMBERG