

DEM FACHKRÄFTE- MANGEL ENTGEGENWIRKEN

Am Branchenevent des Qualitätslabels Holzbau Plus im November letzten Jahres stand das Thema Fachkräftemangel im Fokus. Auch Holzbauunternehmen müssen sich vermehrt den Fragen annehmen, wie sie attraktive Arbeitsbedingungen für die nächste Generation schaffen, wie sie Mitarbeitende ans Unternehmen binden oder wie sie mittels Employer Branding neue Mitarbeitende gewinnen können. TEXT STEFAN STRAUSAK BILD SPBH



Der Fachkräftemangel ist eines der drängendsten Probleme für Unternehmen in zahlreichen Branchen. Auch der Holzbau kann sich diesem nicht länger entziehen. Für Oliver Strohm vom Institut für Arbeitsforschung und Organisationsberatung (iafob) ist klar, dass Holzbaubetriebe bereits heute Massnahmen ergreifen sollten. «Der demografische Wandel ist eine Tatsache und mittelfristig wird auch der Holzbau davon betroffen sein.» Strohm war einer von vier Referenten am Branchenevent von Holzbau Plus. Drei Inputreferate von Expertinnen und Experten der FHNW halfen den 65 Teilnehmenden aus den Betrieben zunächst, mögliche Handlungsfelder zu identifizieren. Diese wurden anschliessend in Gruppen diskutiert. Christine Kuhn sprach über den Generationenwechsel und den entsprechenden Wertewandel, Martina Zölch stellte die relevanten Aspekte der Personal- und Laufbahnentwicklung vor und Christoph Vogel erörterte die Thematik Employer Branding.

Die Generation Z weiss, was sie will

Die demografische Entwicklung ist nicht aufzuhalten: Auf drei Babyboomer kommt eine Person der Generation Z (Jahrgänge 1997 bis 2012) – und diese Generation tickt anders. Entsprechend gilt es, sie dort abzuholen, wo sie unterwegs sind. Den jungen Menschen steht eine grosse Anzahl an Arbeitgebenden zur Verfügung und die richtige Auswahl nimmt einen grossen Stellenwert ein. Zugleich ist der Einfluss der Eltern und Lehrpersonen in

Bezug auf die Wahl des Beruf und des Arbeitgebers nicht zu unterschätzen.

Der Generation Z sind andere Werte wichtig als den früheren Generationen. Wurde zum Beispiel früher die «Work-Life-Balance» als eine Art «Work-Life-Blending» verstanden, also eine Überlapung beider Bereiche, wird heute wieder stärker eine «Work-Life-Separation», also eine klare Trennung, gefordert. Der Arbeit wird ein anderer Stellenwert im Lebenskonzept beigemessen als noch vor zehn Jahren. Die Generation Z weiss, was sie will. Aufgrund der Arbeitsmarktsituation weiss sie auch, dass sie es bekommen kann. «Doch lasst uns weniger über Generationen sprechen», empfiehlt Referentin Christine Kuhn. Die Durchmischung der Generationen im aktuellen Arbeitsmarkt könne dank unterschiedlicher Stärken auch ein Vorteil sein. «Gemeinsam können wir Neues erfinden, uns weiterentwickeln und dadurch wettbewerbsfähig bleiben.»

Die Stärken des Betriebs hervorheben

Eine konkrete Massnahme, die jeder Betrieb umsetzen kann, ist, den Fokus auf das Employer Branding zu legen. Dabei müssen sich kleine Betriebe nicht vor den grösseren verstecken, auch wenn diese höhere Löhne oder weiterführende Karriereöglichkeiten bieten können. «Das Gras ist auf der anderen Seite immer grüner», so Experte Christoph Vogel. Er sieht das Potenzial darin, jene Stärken hervorzuheben, die einen Betrieb unter

anderem auch im lokalen Kontext einzigartig machen. Gerade hier können Holzbaubetriebe mit Vorteilen punkten. Dabei ist das Hegen und Pflegen der eigenen Mitarbeitenden, also des bereits vorhandenen Netzwerks, eine der effektivsten Massnahmen. Die Reichweite der früher genutzten Mundpropaganda wird heute durch die sozialen Medien erweitert. Wenn aktive oder ehemalige Mitarbeitende über den Betrieb positive Erfahrungen teilen, ergibt dies wichtige Multiplikatoren.

Lebensphase bestimmt die Bedürfnisse

Die Gewinnung neuer Mitarbeitenden ist aber nur ein Teil im Kampf gegen den Fachkräftemangel. Sind diese erst mal gewonnen, geht es auch darum, sie zu halten. Dabei spielt die Personal- und Laufbahnentwicklung eine zentrale Rolle. «Der Holzbau ist in Bezug auf Aus- und Weiterbildung auf einer soliden Basis», ordnete Martina Zölch in ihrem Vortrag ein. Dennoch gebe es weiteres Potenzial, vor allem hinsichtlich betriebsübergreifender Weiterbildungsmaßnahmen.

Eine vielversprechende Idee sei zum Beispiel die Aufteilung eines Lehrjahrs auf verschiedene Betriebe. Gerade kleine Holzbauunternehmen könnten davon profitieren. Entscheidend ist auch, die Laufbahn von Mitarbeitenden aktiv mitzugestalten und auf die Bedürfnisse der Fachkräfte in ihren unterschiedlichen Lebensphasen einzugehen.

holzbau-plus.ch ■