

Rückblick Branchenevent: Fachkräftemangel im Holzbau – ernsthafte Bedrohung oder Mythos?

17. November 2022 – D4, Root



Beim letzten Event vom 17. November ging es um das Thema Fachkräftemangel. Wie schaffen Unternehmen attraktive Arbeitsbedingungen für die nächste Generation? Wie können langjährige Mitarbeitende ans Unternehmen gebunden werden? Und, welche Rolle spielt Employer Branding dabei? Erstmals stand der Branchenevent auch Betrieben offen, die das Label noch nicht erworben haben.

Zweimal jährlich organisiert das Qualitätslabel Holzbau Plus Branchenevents zu relevanten Themen, die das Label und die Unternehmenskultur auszeichnen. Im November gaben Expertinnen und Experten der FHNW spezifische Fachinputs, welche in rotierenden Gruppendiskussionen vertieft wurden.

Oliver Strohm (iafob) leitete den Event mit einen Einblick in die Thematik anhand einer KMU-Studie ein und erörterte seine Erfahrungen und Erkenntnisse spezifisch für den Holzbau. Es folgte ein Beitrag rund um den Generationenwechsel und den Wertewandel von Christine Kuhn (FHNW). Die relevanten Aspekte der Personal- und Laufbahnentwicklung stellte Martina Zölch (FHNW) vor und Christoph Vogel (FHNW) erörterte die Potenziale, die bewusstes Employer Branding für die Positionierung der Arbeitgebermarke auch im KMU-Bereich hegt.

Im Wandel der Zeit

Die demografische Entwicklung ist nicht aufzuhalten. Auf drei Babyboomer kommt eine Person der Generation Z und sie ticken anders. Entsprechend gilt es, sie dort und so abzuholen, wie sie unterwegs sind – wissend dem Umstand, dass die Begleitung des Arbeitgebers aufgrund der vielen Wahlmöglichkeiten, einen hohen Stellenwert hat. Zugleich ist der Einfluss der Eltern und der Lehrpersonen in Bezug auf die Arbeitgeberwahl nicht zu unterschätzen.

Die Generation Z hat einen Trend angestoßen, worauf sich nun Fragen im gesellschaftlichen Kontext stellen. Stand früher «Work-Life-Balance» im Fokus, wird heute teils auch ganz klar

«Work-Life-Separation» gefordert. Der Arbeit wird ein anderer Stellenwert im Lebenskonzept beigemessen als noch vor 10 Jahren. Es ist eine Realität, dass die Generation Z weiss, was sie will. Aufgrund der Arbeitsmarktsituation wissen sie auch, dass sie es bekommen. Dennoch empfiehlt Christine Kuhn: «Lasst uns weniger über Generationen, sondern vielmehr mit Generationen sprechen».

Beim Employer Branding sollten sich Betriebe nicht auf die Gegebenheit versteifen, dass grosse Unternehmen höhere Löhne oder bessere Karriereöglichkeiten bieten. «Das Gras ist auf der anderen Seite immer grüner», so Experte Christoph Vogel. Er sieht das Potenzial der Holzbauer darin, jene Stärken hervorzuheben, die einen Betrieb unter anderem auch im lokalen Kontext einzigartig machen.

Im Bereich der Personal- und Laufbahnentwicklung im Allgemeinen und spezifisch in der Ausbildung haben die Holzbauer eine sehr solide Basis aufgebaut. Potenzial verortet Martina Zölch in den betriebsübergreifenden Massnahmen. «Die Passung zu finden, darin besteht die Kunst», meint sie.