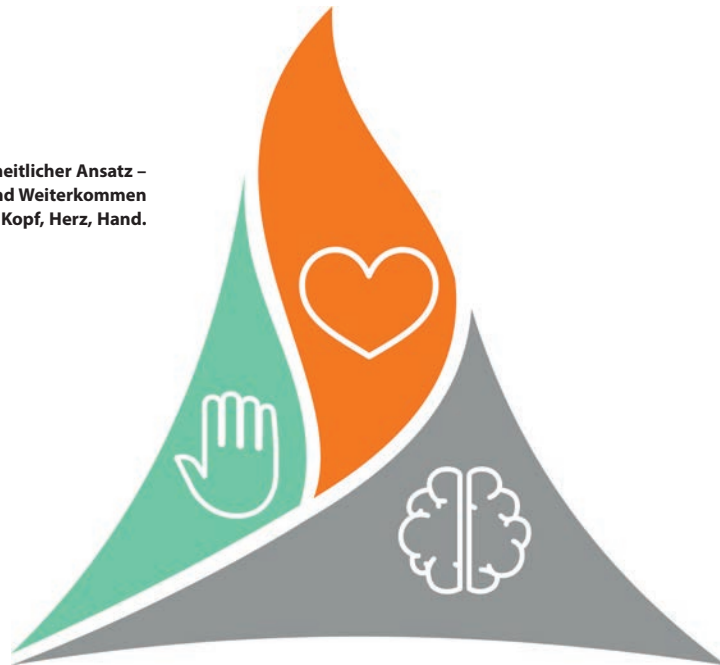


Ganzheitlicher Ansatz –
Lernen und Weiterkommen
mit Kopf, Herz, Hand.



Nachwuchsförderung Der Fokus liegt auf den Fachkräften. In drei Etappen wird auf Statusbericht, Lösungsansätze und Ausblick auf nationale Aktivitäten eingegangen.

Im Fluss gegen die Mangellage an Köpfen und Händen

Text: Chantal Huser | Fotos: Gebäudehülle Schweiz

In der Formel «Lernen mit Kopf, Herz und Hand» fasste der Pädagoge Johann Heinrich Pestalozzi (1746–1827) zusammen, was er als Voraussetzung für ein erfolgreiches Lernen sah. Noch heute steht diese Theorie im Zentrum der ganzheitlichen Bildung. Diese drei Pfeiler helfen ebenfalls, das Thema Fachkräftemangel zu beleuchten und in diesem Beitrag in drei Etappen zusammenzufassen: Ein Statusbericht rund um den grassierenden Mangel an Fachkräften kombiniert mit einer Bilderstrecke an Lösungsansätzen aus den eigenen Reihen, abgerundet mit einem Ausblick der nationalen Aktivitäten von Gebäudehülle Schweiz.

Mit dem Kopf denkt der Mensch – Statusbericht

Der Fachkräftemangel wird den Motor der Schweizer Wirtschaft in naher Zukunft weiter ins Ruckeln bringen. Die Baubranche sowie die Gastronomie sind gemäss UBS-Outlook-Bericht Mai 2023 am stärksten davon betroffen. 40 Prozent der KMU befürchten eine Zuspit-

zung des Problems in den kommenden fünf bis zehn Jahren. Denn in einer latent unterbesetzten und überlasteten Belegschaft fehlen schlicht die Freiräume und die Energie, Veränderungen und Ideen umzusetzen. Aus dieser Überlastung der Arbeitnehmenden entstehen hohe Kosten – für die Arbeitskräfte, die Unternehmen, aber auch für die gesamte Wirtschaft. Darunter dürfte nicht zuletzt auch die Innovationsfähigkeit der Firmen leiden, setzen diese doch hierzu in erster Linie auf ihre Mitarbeitenden. Vor allem im Bereich der Dienstleister werden die externen Kunden als Innovationstreiber genannt. So verwundert es folglich nicht, dass die Mehrheit der befragten Unternehmen den Wunsch äusserte, staatliche Auflagen und Regulierungen abzubauen und deshalb das direkte Engagement des Staates im Innovationsprozess wenig Zuspruch erhält. Weiter sollen Investitionen steuerlich attraktiver und das Bildungssystem verbessert werden. Denn zwei Drittel der befragten Unternehmen

stärken die Innovationsfähigkeit durch die Aus- und Weiterbildung von Mitarbeitenden. Auch agile Arbeitsweisen zählen zu den Veränderungen, welche die Innovation künftig stärken soll. Im Schlusspunkt der GEBÄUDEHÜLLE 10|23 schrieb Dr. André Schreyer übrigens zur agilen Unternehmensführung. Weiter erhält das bessere Ausnutzen des eigenen Mitarbeitendenpotenzials eine hohe Priorität, beispielsweise indem ältere Arbeitnehmende länger im Arbeitsprozess gehalten werden, aber auch die Attraktivität des Unternehmens gezielt gesteigert wird. Ein wichtiger Erfolgsfaktor wird deshalb sein, nicht nur qualifizierte Mitarbeitende zu rekrutieren, sondern diesen auch ein attraktives Umfeld zu bieten, um sie möglichst lange in hohen Pensen zu halten. Die Mitarbeitenden stehen ergo im Mittelpunkt und sind im übertragenen Sinn die ersten Kunden eines Unternehmens. Employer Branding ist ein strategischer Ansatz, der ganzheitlich das Präsentieren der Identität eines Unternehmens im



Klangweg Düdingen, Sektion Fribourg.



WISSEN

Übersicht Studien und Quellen

«Erwartungen der Gen Z an die Arbeitswelt»

SwissSkills, August 2023



«Studie zur langfristigen Entwicklung
der Konjunktur und Fachkräfte
im Bauhauptgewerbe»

SBV, Schlussbericht Juni 2023



«Analyse zwischen Ressourcen und
Arbeitszufriedenheit von Lernenden im
Berufsfeld Gebäudehülle»

Dragica Vrhovac, April 2023

(nur für Mitglieder zugänglich)



«Mitarbeitende im Mittelpunkt»

UBS Outlook, Mai 2023



«Ganzheitliche Bildung
dank Kopf, Herz und Hand»

J. H. Pestalozzi (1746–1827)



«Welche Möglichkeiten hat der
Verein Polybau, um Lehrabbrüche im Berufsfeld
Gebäudehülle zu verhindern?»

Beat Hanselmann, Masterarbeit, Juli 2018

(auf Anfrage)



Feuerwahrfest Bichwil, Pilot-Präsenz hoch-hinaus.ch, Gebäudehülle Schweiz.

Arbeitsmarkt respektive bei Arbeitnehmern, nämlich bestehenden und potenziellen Bewerbern, zum Ziel hat. Zu diesem Schluss kommt auch eine Analyse von Dragica Vrhovac, welche den Zusammenhang zwischen Ressourcen und Arbeitszufriedenheit von Lernenden im Berufsfeld Gebäudehülle kürzlich untersuchte. Nebst der Ausbildungsabbruchquote von 27 Prozent (Bundesamt für Statistik 2021b, S.11) regt die Antwort der Lernenden auf die Frage «Wenn du die Möglichkeit hättest, den Lehrberuf nochmals auswählen zu dürfen, würdest du den gleichen nehmen, den du gerade ausübst?» zum Nachdenken an. Ein Drittel der Lernenden verneinte diese Frage. Diese Resultate zeigen, dass gezielte Massnahmen zur Förderung der Lernenden im Berufsfeld Gebäudehülle wichtig sind. Ein positives Arbeitsumfeld kann die Arbeitsbedingungen verbessern, die Arbeitszufriedenheit und Leistung steigern sowie die Lehrvertragsauflösungen senken und das Ansehen des Berufsfeldes verbessern. Denn aus einer Studie von Jim & Jim 2022 geht hervor, dass junge Menschen viel Wert auf zwischenmenschliche Faktoren in einem Job und einen guten Zusammenhalt von Kollegen und Kollegin-

nen legen, somit das Arbeitsklima ein wichtiges Entscheidungskriterium ist. Dies untermauert auch die neulich von SwissSkills veröffentlichte Studie zu den Erwartungen der Generation Z (Gen Z) an die Arbeitswelt.

Mit dem Herzen fühlt der Mensch – Bilderstrecke

Ein Hauptmerkmal bei Aktivitäten von Kindern und Jugendlichen ist, dass sie das Tun vor allem mit Herz, Freude und Fokus im Hier und Jetzt leben. Der gesamte vorangehende Teil ist an zweiter, wenn nicht sogar an dritter Stelle. Werden nun die Aktivitäten auf der passenden Kommunikationsebene erarbeitet, ist die Wahrscheinlichkeit gross, dass der Funken rüberspringt und die gewünschten Botschaften aufgenommen und im Idealfall sogar intrinsisch motiviert weiterverbreitet werden. Solche Momente können nicht in Zahlen umgerechnet werden, deshalb finden Sie hier ein paar Fotoimpressionen von einer Reihe gelungener regionaler Aktivitäten während der letzten Monate rund um das Thema Nachwuchsrekrutierung. Hier lautet das Motto «Regional vernetzt gegen den Fachkräftemangel». Viel Freude beim Durchschauen.



Herbstmarkt Uzwil, Bildungszentrum Polybau.



Benefit-Anlass für Lernende, Sektion Wil.

Mit den Händen handelt der Mensch – Lösungsansätze

Erfolg hat drei Buchstaben – TUN. Die künftigen Massnahmen rund um den Nachwuchs und die Fachkräfte der Gebäudehüllen-Branche laufen deshalb unter dem Motto «Mit Mut etwas Neuartiges tun, gewagt anders». Gemeinsam mit der Kommission Nachwuchsrekrutierung arbeitet das Team Marketing und Kommunikation intensiv an den künftigen Aktivitäten im Rahmen der nationalen Kampagne hoch-hinaus für die nächsten zwei bis drei Jahre. Zusammengefasst geht es um folgende Bereiche:

- Unternehmen im Rekrutierungsprozess tatkräftig unterstützen, Fokus Werbemittel und Werkzeuge.
- Berufsbildner in ihrer täglichen Arbeit unterstützen, Fokus Webinare und Workshops.
- Berufsfeld national positionieren, Fokus Kampagnen-Arbeit.
- Sektionen und Funktionäre im regionalen Wirkungsumfeld unterstützen, Fokus Netzwerkpflege Schulen und Gewerbe.
- Nationales Branchennetzwerk pflegen, Fokus Vernetzen und Agilität leben.

Gelingt die Symbiose zwischen Kopf und Herz, entstehen neue, kreative Lösungsansätze, damit die gesetzten Ziele fließend, also energiegeladen und im Fluss, erfolgreich umgesetzt werden können. Denn wie im UBS-Outlook-Bericht erwähnt, beginnen Erfindergeist und Innovation im Kopf und mit einem klaren Fokus auf die Kundenbedürfnisse. Ohne Herz und Hand endet ein guter Denkstart im Kopf jedoch bald mit Schall und Rauch. Um das zu vermeiden, werden sämtliche Marketingaktivitäten von Gebäudehülle Schweiz ganz nach den strategischen Leitplankern «(energie)effizient, ästhetisch und nachhaltig» aufgelegt und umgesetzt. Mit einem hohen Zielgruppenfokus werden konkrete und keck verpackte Massnahmen erarbeitet, welche die Empfänger in einen Dialog bringen. Denn dieser Dialog hat das Potenzial, themenunabhängig vieles zu bewegen, in Fluss zu bringen.



INFO

Ihre Kontaktpersonen rund um das Fokusthema Nachwuchs



Angela Bischof

Projektleiterin

Nachwuchsrekrutierung

angela.bischof@gh-schweiz.ch



Chantal Huser

Leiterin Marketing und

Kommunikation

chantal.huser@gh-schweiz.ch



Werner Haller

Mitgliederbetreuer und

Kundendienst

werner.haller@gh-schweiz.ch

oder M 079 342 06 12