

Motivation Generation Z für technische Berufe

ESTECH – Industrietag 24. März 2023

Rüti

The War for Talents



Die Generationen auf dem Zeitstrahl



Verallgemeinerte Eigenschaften

- Stille Generation vor 1950
 - Aus einer schwierigen Situation das Beste machen
 - Familie
 - Harte Arbeit
 - Heimat
 - Sicherheit

Verallgemeinerte Eigenschaften

- Babyboomer 1951 - 1965
 - Positive wirtschaftliche Entwicklung
 - Disziplin
 - Karriere- und leistungsorientiert
 - Job steht an erster Stelle
 - Konservativ

Verallgemeinerte Eigenschaften

- Generation X 1966 - 1980
 - Umweltbewusstsein
 - Leistungsorientiert aber individueller
 - Familie und Beruf im Einklang
 - Lebensqualität
 - Freizeit

Verallgemeinerte Eigenschaften

- Generation Y 1981 – (1990) 1994
 - Digital Natives
 - Digital und Technik affin
 - Individualität und gleichzeitig Gemeinschaft
 - Work-Life-Balance
 - Sinnhaftigkeit im Tun, insbesondere auch im Job
 - Regionalität vor Tätigkeiten im Ausland (Familie und Freunde gehen vor)

Verallgemeinerte Eigenschaften

- Generation Z ab (1990 -) 1996
 - Digitale Technologien und Smart-Phones
 - Leben zwischen Realität und virtueller Welt
 - Globale Vernetzung
 - Aufgeschlossen
 - Fordernd und ungeduldig
 - Gesundheits- und Umweltbewusstsein
 - Die freie Entfaltung steht an erster Stelle
 - Regionalität vor Tätigkeiten im Ausland (Familie und Freunde gehen vor)

Ausgangslage Arbeitsmarkt

- Arbeitslosigkeit von 2%
- Demographische Entwicklung
- Fachkräftemangel verstärkt sich trotz Einwanderung
- Personalmangel in vielen EU-Staaten
- Branchen wie die Pharma-Zulieferer schaffen in den nächsten Jahren zehntausende von Arbeitsplätzen in der Schweiz

Positionierung bei Generationen Y und Z

- Die bestehenden Mitarbeitenden und der Personalmarkt
 - Personal ist eine Unternehmensstrategische Aufgabe und gehört zu den zentralen Führungsaufgaben einer Firma / **Werte für Mitarbeitende formulieren**
 - Ein Personal Marketing Plan bildet die Basis der Aktivitäten
 - Externer Marketing Plan
 - Interner Personal Marketing Plan
 - Employer Branding
 - Was können wir vom Vertriebsmarketing adaptieren?
 - Unser relevanter Personalmarkt
 - **Fokus auf die Region**, Konkurrenzfirmen, Schulen, Vereine, Communitys,
 - Wen wollen wir ansprechen?
 - Kunden (potentielle MA), Beeinflusser (sehr wichtig), bestehende MA und **Lernende als Botschafter/innen**

Positionierung bei Generationen Y und Z

- Bedürfnisse und Werte der jungen, potentiellen Mitarbeitenden und unser Personalleistungs-Mix und unsere Einzigartigkeiten
 - Warum soll «Jemand» zu uns arbeiten/lernen kommen
 - Was sind **Einzigartigkeiten**, welche wir Mitarbeitenden der Generation Z bieten können und ihnen entsprechen?
 - Salär-Situation und andere motivierende Leistungen
 - Möglichkeiten wie Teilzeit, Homeoffice, Weiterbildung, persönliche Entwicklung mit konkretem Karriereplan, Smart-Phone-Community
 - Mitarbeitererevents, Benefits, Sportangebote, Sprachkurse, Ferienwohnung, Verpflegung
 - Mitarbeitende als Gesamtpersönlichkeiten sehen und zu Botschaftern machen

Positionierung bei Generationen Y und Z

- Die Kommunikationsstrategie auf Basis des Personal Marketing
 - Aktivitäten an den relevanten Schulen, Wissensvermittlung über technische Berufe (Beispiel **IBLive 23** (Webseite, Radio 32 und Werbung an Schulen))
 - Werbung (Radio, Regionalfernsehen, Plakate, Messen)
 - Digital-Marketing (**Social Media**, Webseite, Beispiel MySign AG, Rivella und Fischer Spindle Group), Smartphone-Community, Employer-Branding- und Recruiting-Videos (Beispiel Vjii Production, Visana und VBZ)
 - Sponsoring (Juniorenmannschaften, Schulen mit Projektwochen, **Prüfungen mit Preisen** für die Besten, Ausflüge, **Solodaris-Stiftung**)
 - Bewerbungs-Workshops an den Oberstufen der regionalen Schulen (Beispiel 2. Bezirksschule Zofingen)



Der etwas andere Auftritt



Positionierung bei Generationen Y und Z

- Der Rekrutierungsprozess eingebunden in das Personal Marketing
 - Die Ausschreibung, das Profil, die Kriterien, Attraktivitäten, Einzigartigkeiten
 - Die Einladung der Kandidatinnen und Kandidaten
 - Die Begrüssung (HR, Verantwortlicher, zukünftiger MA, Lehrling usw.)
 - Das Gespräch und die begleitende Kommunikation (**Erreichbarkeit**)
 - Der administrative Prozess, effizient, zuverlässig, gewinnend
- Zusammenarbeit mit Personalvermittlern
 - Netzwerk
 - Erfahrung in der Industrie
 - Kompetentes Gegenüber

Links mit Beispielen

- https://www.visana.ch/de/visana/arbeiten_bei_visana/berufsbildung

<https://www.iblive.ch/solothurn>

<https://www.mysign.ch/de/angebot/dienstleistungen.html>

<https://rivella.ch/de/>

<https://www.fischerspindle.com/de/>

<https://www.vjii.ch/de/angebot/Imagefilme.html>

<https://www.stadt-zuerich.ch/vbz/de/index.html>