

Arbeitgeberattraktivität in der Holzbranche

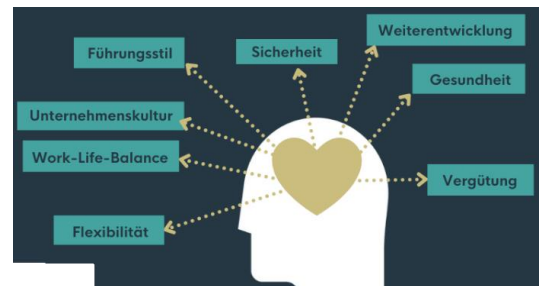
Management Summary

Der demografische Wandel und der daraus resultierende Fachkräftemangel sind weltweit in aller Munde. Alleine in den USA und in Kanada fehlten im Jahre 2010 schätzungsweise sieben Millionen Fachkräfte. In der Schweiz erreichte der Index für Fachkräftemangel im Jahr 2022 neue Rekordwerte und lag gegenüber dem Jahr 2021 um 68% höher. Bis ins Jahr 2050 wird mit einer weiteren Verschärfung gerechnet, sollen bis dahin 26% der Bevölkerung im Pensionsalter sein. Hier ist auch die Holzbranche nicht aussenvor, bestehen im Bereich der Schreiner erste Anzeichen einer Personalverknappung.

Um als Unternehmung dieser Personalverknappung gerecht zu werden, muss viel in die Attraktivität der Unternehmung investiert werden. Hierfür muss die Unternehmung nicht selbst entscheiden, sondern sich auf dem Markt umhören, was die Betroffenen empfinden. Mit der Frage «Was macht eine Unternehmung aus Sicht der Mitarbeitenden attraktiv» soll eruiert werden, worauf die Mitarbeitenden in der Holzbranche bei einer Unternehmung wert legen und ob es zwischen den Generationen unterschiedliche Bedürfnisse gibt.

Um die Forschungsfrage zu beantworten, wurde eine quantitative, deskriptive Forschungsmethode gewählt. Die Umfrage wurde via LinkedIn und dem Intranet der Unternehmung gestreut und per Mail an die direkte Kundschaft des Autos und an die Lieferanten verschickt.

Über alle Generationen gesehen ist das **«gute Betriebsklima»** vor der **«Wertschätzung»** und **«Freiraum und Eigenverantwortung»** das wichtigste Kriterium. Am meisten überrascht hat mich, dass die Baby Boomer mehr Wert auf einen **«verantwortungsvollen Umgang mit Ressourcen»** und auf die **«Einhaltung der gesellschaftlichen Verantwortung»** legen als die Generation Z. Weiter ist der Gedanke über einen Branchenwechsel mit 55% aller Beteiligten sehr hoch.



Beschreibung: Unternehmensattraktivität aus Sicht des Mitarbeitenden

Um dem Fachkräftemangel entgegenzuwirken, müssen Unternehmungen in die eigene Attraktivität investieren um sich vom Wettbewerb abzuheben. Anhand der Ergebnisse können die Unternehmungen in der Holzbranche eruieren, ob das, was sie anbieten wirklich das ist, was auf dem Markt gefordert wird.

Eine andere Aufgabe liegt beim Branchenverband, die Schüler über die Holzbranche, deren Rohstoff und die Karrieremöglichkeiten zu informieren und versuchen zu begeistern.

