

Medienmitteilung vom 7. September 2022

«Liebe zukünftige Arbeitgeber...»

Die Generation Z ist bei den Ostschweizer Unternehmen begehrt. Es gilt, dem Fachkräftemangel entgegenzuwirken. Aber was erwarten die Jugendlichen aus den Berufsfach- und Mittelschulen von ihren zukünftigen Arbeitgebern? An der eBusiness Challenge der OST – Ostschweizer Fachhochschule, dem jährlich stattfindenden Ideenwettbewerb, haben sie sich intensiv damit auseinandergesetzt.

Die Generation Z (Jugendliche und junge Erwachsene, die um die Jahrtausendwende geboren sind) mischt mit ihren Forderungen nach Freiheit und Flexibilität gerade kräftig den Arbeitsmarkt auf. Dies in einer Zeit, in welcher sich die Lage des Fachkräftemangels verschlechtert. Der Arbeitsmarkt entwickelt sich rapide von einem Angebots- zu einem Nachfragemarkt; die jungen Berufseinsteiger stellen deshalb für alle Unternehmen eine spannende Zielgruppe dar. Aber wie gewinnt man die Nachwuchstalente für sich? Gefordert werden Freude an der Arbeit und ein wertschätzendes Umfeld, finanzielle Anreize werden tiefer gewichtet. Dies sind jedoch nicht die einzigen Differenzen zu den Generationen, welche bereits länger im Arbeitsmarkt tätig sind. Social-Media-Plattformen wie Instagram, Snapchat oder TikTok setzen sich als Kommunikationskanäle durch. Welche Inhalte aber sprechen die Fachkräfte von morgen an und was schreckt sie eher ab?

An der diesjährigen eBusiness Challenge hatten 160 Schülerinnen und Schüler der Ostschweizer Berufsfach- und Mittelschulen die Gelegenheit, sich einen ganzen Tag mit diesen Fragestellungen auseinanderzusetzen und mitzuteilen, was sie sich wünschen. Unter dem Titel «Die Arbeitswelt von morgen – Mit der Generation Z gegen den Fachkräftemangel» formulierten sie ihre Anforderungen an zukünftige Arbeitgeber und gestalteten eine eigene kleine Kampagne, um aufzuzeigen, wie sie von Unternehmen erreicht werden können.

Authentizität und Nachhaltigkeit im Fokus

Den ersten Platz an der eBusiness Challenge gewinnt eine Gruppe der Kantonsschule am Brühl aus der Stadt St.Gallen. Sie möchte die Buchstabenrätsel in den öffentlichen Verkehrsmitteln umgestalten, sodass dort Unternehmensnamen erraten werden können. Die Idee: mit diesem spielerischen Ansatz die Aufmerksamkeit auf interessante Veranstaltungen des Unternehmens lenken, anschliessend dort die Nachwuchstalente vom Unternehmen überzeugen und für sich gewinnen. Auf dem zweiten Rang platzierten sich punktgleich zwei Gruppen vom KBZ St.Gallen.

Gemeinsamkeiten zwischen den Anforderungen und Ideen sämtlicher 39 Gruppen lassen sich leicht ausmachen: Unternehmen sollen sich so zeigen, wie sie wirklich sind. Sobald etwas nicht authentisch wirkt, hinterlässt es einen negativen Eindruck. Oft erwähnt wird die Vereinbarkeit von Beruf und Freizeit, die junge Generation achtet aber auch sehr darauf, wie nachhaltig Unternehmen sind und macht sich Gedanken über Familienfreundlichkeit und Vorsorgethemen. Gelingt es Unternehmen, diese Bedürfnisse abzudecken, können sie sich auf sehr interessierte und hochmotivierte zukünftige Arbeitnehmer freuen.

Social Media gewinnt an Relevanz

Was die Kommunikationskanäle betrifft, werden sehr oft Formate genannt, bei welchen man Unternehmen persönlich kennenlernen kann. Die Schülerinnen und Schüler würden sich über Infoanlässe direkt bei den Unternehmen oder vereinzelte Schulbesuche freuen. Bekannt gemacht

werden können diese gerne über die von ihnen verwendeten Social-Media-Kanäle – auf TikTok oder Snapchat möchten sie jedoch nicht unbedingt von Unternehmen kontaktiert werden. Diese beiden Kanäle dienen eher der Unterhaltung.

((KASTEN))

Innovative Lösungen als Wettbewerb

Die eBusiness Challenge findet seit 2008 statt. Dieser eintägige Wettbewerb ermöglicht es jungen Leuten, sich mit den Chancen und Herausforderungen der Digitalisierung auseinanderzusetzen. Die Teilnehmenden entwickeln in Gruppen von drei bis fünf Personen innovative Lösungen zu einer vom Themensponsor vorgegebenen Aufgabestellung – in diesem Jahr war dies Merkle, die Full-Service Agentur mit Standort in St.Gallen. Zu den Sponsoren der eBusiness Challenge 2021 gehören die Unternehmen Egeli Informatik, Raiffeisen, Abraxas, Swisscom, SAK und Schmid-Fehr. Gefördert wird der Anlass von der Beisheim Stiftung, der Metrohm Stiftung sowie der Lienhard-Stiftung, Partner ist die Initiative «<IT>rockt!».

((BILDLEGENDE))

160 Jugendliche aus Ostschweizer Berufsfachschulen und Mittelschulen formulierten an der diesjährigen eBusiness Challenge ihre Anforderungen an potenzielle Arbeitgeber.

Für Rückfragen:

- Michael Breu, Kommunikation OST, +41 58 257 44 66, michael.breu@ost.ch