

Karriere und Jungabsolventen

Warum finden jüngere Arbeitnehmer auf dem Arbeitsmarkt besseren Anklang? Ein wichtiger Faktor ist sicherlich, dass sich diese Generation aktiv mit der «persönlichen Marktfähigkeit» auseinandersetzt und sich laufend darum bemüht, für den aktuellen wie auch für potenzielle zukünftige Arbeitgeber attraktiv zu bleiben. Doch auch ältere Mitarbeitende können zum Erfolgsfaktor werden.



Die junge Generation setzt sich aktiv mit der persönlichen Marktfähigkeit auseinander.

Die Jagd nach der eierlegenden Wollmilchsau

Heiss umkämpft ist der Arbeitsmarkt, wenn es um die besten und talentiertesten Nachwuchskräfte geht. Ganz anders sieht dies am anderen Ende der Altersskala aus: Selbst hervorragende Fachkräfte mit viel Erfahrung landen in den Personalplanungen der Unternehmen immer öfter auf dem Abstellgleis.

Schlägt man heute den Stellenteil in der Zeitung auf oder informiert sich auf einem der vielen Online-Stellenmärkten, so wird schon

bald ein Muster offensichtlich: Beinahe jeder Arbeitgeber sucht augenscheinlich den perfekten Mitarbeiter, den Alleskönner, die sa-

genumwobene «eierlegende Wollmilchsau». Die Anforderungen an die Kandidaten werden enorm hoch gesteckt. «Ihr Profil: Sie ver-

fügen über eine kürzlich abgeschlossene, topaktuelle Ausbildung auf höchster Stufe, sind zwischen 20 und 30 Jahre alt und bringen mindestens 40 Jahre Berufserfahrung mit», so scheint der Grundtenor der Stellenanzeigen zu lauten. Dass dieses Anforderungsprofil nicht erreicht werden kann, ist allen beteiligten Parteien bewusst. Entsprechend geht es darum, denjenigen Kandidaten zu rekrutieren, der diesem Idealbild am nächsten kommt.

Die jüngere Generation im Vorteil

Dass die Wahl bei Personalentscheiden zu meist auf jüngere Kandidaten fällt, ist nicht überraschend: Junge Mitarbeitende gelten als dynamischer, gedanklich flexibler und zudem kostengünstiger als die ältere Generation. Zudem verfügen sie in der Regel über eine deutlich aktuellere Ausbildung.

Ein weiterer Faktor sind oft auch die älteren Arbeitnehmer selbst. Sie haben sich ihren Status erarbeitet, sind oft nicht unzufrieden mit dem Erreichten und streben auf das Ende der beruflichen Laufbahn hin keine grossen Veränderungen mehr an. Ihre Prioritäten verschieben sich zunehmend in den Bereich der privaten Ziele und Wünsche; so fehlen ihnen im Vergleich zur jüngeren Konkurrenz der berufliche Ehrgeiz und die Bereitschaft, das Privatleben zugunsten der beruflichen Ambitionen zurückzustellen.

Als Ergebnis lässt sich seit einigen Jahren ein starker Anstieg der Arbeitslosigkeit bei der Generation der über 50-Jährigen beobachten. Machten Personen zwischen 50 und 64 Jahren im Jahr 2005 noch 20% der Erwerbslosen aus, so stieg dieser Anteil innert weniger als 10 Jahren um ein Viertel an (25% im Jahr 2014). Dasselbe Phänomen zeigt sich auch bei der Sozialhilfe: Laut dem Bundesamt für Statistik stieg die Quote der Sozialhilfeempfänger bei Personen zwischen 55 und 64 Jahren von 1,9% (2005) auf 2,5% (2014).

Problemzone: Erfahrungsverlust

Angesichts dieser Zahlen verwundert es wenig, dass Themen wie Erfahrungs- bzw. Know-how-Verlust in der Schweizer Wirtschaft aktueller sind denn je. «Knowledge Management» oder «Know-how-Datenbanken» sind die Stichworte der Stunde.

Selbstverständlich ist das Problem komplexer, als dass es alleine auf den zunehmenden Verzicht auf erfahrene Mitarbeitende zurückgeführt werden könnte. Im Gegenteil – vermehrt ältere Arbeitnehmer einzustellen, verzögert die Problemstellung lediglich bis zu deren Austritt beim Erreichen des Pensionsalters. Um nachhaltig von der Erfahrung und dem Know-how dieser Generation profitieren zu können, sind Anpassungen bei der Aufbauorganisation sowie der Firmenkultur oft unumgänglich.

Auseinandersetzung mit der persönlichen Marktfähigkeit

Und doch: Den schwarzen Peter alleine den Unternehmen zuzuschieben, wäre nicht richtig. Schliesslich gibt es durchaus Gründe, die zur aktuellen Situation geführt haben – wäre die vermehrte Anstellung von erfahreneren Mitarbeitenden grundsätzlich wirtschaftlich sinnvoller, so würde dies längst umgesetzt. Somit wären wir wieder bei der ursprünglichen Fragestellung: Was ist der Grund, dass jüngere Arbeitnehmer auf dem Arbeitsmarkt besseren Anklang finden?

Ein wichtiger Faktor ist sicherlich, dass sich diese Generation aktiv mit der «persönlichen Marktfähigkeit» auseinandersetzt und sich laufend darum bemüht, für den aktuellen wie auch für potenzielle zukünftige Arbeitgeber attraktiv zu bleiben. Sie bildet sich laufend weiter, bemüht sich, ihr Wissen und Know-how auf aktuellem Stand zu halten.

Erfahrung allein genügt nicht

Mit zunehmendem Alter werden diese Bemühungen immer weiter reduziert. Auch die Bereitschaft des Arbeitgebers, Weiterbildungen des Mitarbeiters zu unterstützen, lässt kontinuierlich nach. Der scheinbar gesicherte Arbeitsplatz, das Erreichen der angestrebten Position und die Erfüllung der beruflichen Zielsetzungen bieten eine trügerische Sicherheit und führen dazu, dass die eigene «Arbeitsmarktfähigkeit» oft vernachlässigt und nicht mehr aufrechterhalten wird.

Dies rächt sich, sobald wirtschaftliche Veränderungen den Arbeitgeber dazu zwingen, heikle Personalentscheide zu fällen. Gegenüber den aktuell ausgebildeten und auch sonst gut aufgestellten jungen Konkurrenten kann der ältere Arbeitnehmer dann nur noch seine Erfahrung in die Waagschale werfen – und unterliegt damit dem besseren Gesamtpaket der jungen Mitarbeitenden.

Zauberwort «lebenslanges Lernen»

Was braucht es also, dass ältere Mitarbeitende ihren Erfahrungsvorteil auch wirklich ausspielen können? Die Antwort ist simpel: Sie müssen dem eingangs beschriebenen Idealbild der «eierlegenden Wollmilchsau» besser entsprechen als die jüngere Konkurrenz. Die immense Erfahrung und das erworbene Know-how bilden hierfür die ideale Grundlage – reichen alleine aber nicht aus. Auch mit zunehmendem Alter ist es unerlässlich, seine Fachkompetenz stets auf einem aktuellen Stand zu halten und seine Führungskompetenzen weiter zu schärfen.

Die «Persönliche Marktfähigkeit» ist auf dem Arbeitsmarkt das wichtigste Gut. Ein erfahrener Arbeitnehmer, dessen Know-how auf einem aktuellen Stand ist, kommt dem angestrebten Idealbild schon sehr nahe.

Lösungsansätze sind vielseitig

Dass die hohe Arbeitslosigkeit der älteren Generation, insbesondere ab dem 50. Altersjahr, ein Problem für die Gesellschaft darstellt, ist der Schweiz durchaus bewusst. Mit politischen Mitteln und viel Überzeugungsarbeit sollen Unternehmen dazu bewegt werden, vermehrt ältere Arbeitnehmer bei sich aufzunehmen – auch wenn dies wirtschaftlich nicht immer Sinn ergibt.

Leider fokussieren sich Politik und Interessenverbände mit diesem Ansatz lediglich darauf, den Arbeitgebern die gesamte Verantwortung zuzuschieben. Für eine langfristig nachhaltige Lösung des Problems braucht es aber beide Parteien.

Aus dieser Überzeugung entstand das Projekt MarktFähigkeit40Plus. Die beiden Partner, der Verein 50plus Schweiz als Interessenvertreter der erfahrenen Arbeitnehmer und die IdeeTransfer GmbH als spezialisierter und zertifizierter Weiterbildungsanbieter, bieten unter dieser Marke ein breit abgestütztes Angebot sowohl für Unternehmen wie auch für Privatpersonen an.

Das Angebot von MarktFähigkeit40Plus

Die angebotenen Dienstleistungen sollen dazu beitragen, dass sich Arbeitnehmer auch ab dem 40. Altersjahr weiterhin aktiv mit ihrer persönlichen «Arbeitsmarktfähigkeit» auseinandersetzen und so allfälligen Überraschungen schon frühzeitig vorbeugen können.

Die Dienstleistungspalette für Privatpersonen basiert auf dem MarktFähigkeit40Plus-Zertifikatslehrgang, welcher sich flexibel an die jeweilige Ausgangslage und die individuellen Bedürfnisse anpassen lässt. So umfasst das Angebot explizit Lehrgänge für Arbeitnehmer, für Stellenlose sowie für Personen, welche nach längerer Absenz vom Arbeitsmarkt einen beruflichen Wiedereinstieg anstreben. Dank des modularen Aufbaus des Zertifikatslehrganges können die Module aber auch einzeln gewählt und die Dienstleistung somit noch individueller auf den persönlichen Handlungsbedarf abgestimmt werden. ●

Markus Guldimann

Inhaber, Prozessbegleiter, IdeeTransfer GmbH

www.ideetransfer.ch

www.marktfaehigkeit40plus.ch