

TOP Arbeitgeber ... aber wie?

09. Oktober 2023





Agenda

- Entwicklungen am Arbeitsmarkt
- Bedürfnisse der Generationen
- Trends und ein Blick in die Zukunft
- Entwicklungen im Fachverband
- Talent Journey
gemeinsame Ideenfindung

Zukunftsangst

*politische & wirtschaftliche Krisen
sorgen für Unsicherheit*





Nachhaltigkeit

Langfristigkeit, soziales Engagement & Umweltschutz

Digitalisierung

der technologische Fortschritt – Schnelllebigkeit – mit den Entwicklungen mithalten

Demografische Entwicklungen

Alterung der Bevölkerung & Abnahme bei Geburten



Die Freiheit der Wahl

Individualisierung & Stärkung der Position der Arbeitnehmer:innen



An open white door in a room with white walls and a wooden floor. The door is open, revealing a bright, empty room beyond. The text is centered over the door.

Arbeitszeit wird neu definiert

Qualität vor Quantität



Mentale Gesundheit & Resilienz
die Beschäftigung mit psychischer Gesundheit

Work-Life-Blending > Work-Life-Balance

Grenzen verschwimmen



A close-up photograph of a person's hands writing on a document. The person is wearing a light blue button-down shirt. The right hand holds a black and gold pen, and the left hand rests on the paper. The background is blurred, showing a desk and possibly other people in a professional setting.

PFLICHT

klar strukturiertes & organisiertes
Personalmanagement

KÜR

attraktive & innovative Gestaltung
der Reise der Mitarbeiter:innen



Um ein TOP-Arbeitgeber zu sein, reicht es nicht (mehr),
das zu tun, was Alle tun



GENERATION WHAT?



Überblick | Generationen

Babyboomer <i>Workaholics im Wohlstand</i>	Generation X <i>„Lost Slackers“</i>	Generation Y <i>Millennials</i>	Generation Z <i>Digital Natives</i>	Generation Alpha <i>... the next</i>
1946-1964	1965-1979	1980-1995	1996-2009	2010-2025
<ul style="list-style-type: none">• tatkräftig• pflichtorientiert• teamorientiert• konfliktscheu	<ul style="list-style-type: none">• pessimistisch & ambivalent• pragmatisch• pflichtergeben• eigenständig• direkt	<ul style="list-style-type: none">• anspruchsvoll• selbstbewusst• sprunghaft• authentisch• sozial vernetzt	<ul style="list-style-type: none">• Privates vor Arbeit• keine Grenzen zwischen realer & virtueller Welt• fordernd• individuell• hypervernetzt	<ul style="list-style-type: none">• höchste digitale Standards• Existenzsorgen• Teil sozialer Netzwerke von Beginn an



Thesen zu den Generationen

Generation Babyboomer

- (langsam) auf dem Weg in die Pension
- teilweise Interesse an Altersteilzeit - möchten nicht unbedingt schon in den Ruhestand eintreten
- Altersdiskriminierung ist ein Thema - zu alt und nicht mehr zu brauchen

→ Wertschätzung, Teilzeitmodelle, angepasste Aufgaben, offene Kommunikation

Überblick | Generationen

Babyboomer <i>Workaholics im Wohlstand</i>	Generation X <i>„Lost Slackers“</i>	Generation Y <i>Millennials</i>	Generation Z <i>Digital Natives</i>	Generation Alpha <i>... the next</i>
1946-1964	1965-1979	1980-1995	1996-2009	2010-2025
<ul style="list-style-type: none">• tatkräftig• pflichtorientiert• teamorientiert• konfliktscheu	<ul style="list-style-type: none">• pessimistisch & ambivalent• pragmatisch• pflichtergeben• eigenständig• direkt	<ul style="list-style-type: none">• anspruchsvoll• selbstbewusst• sprunghaft• authentisch• sozial vernetzt	<ul style="list-style-type: none">• Privates vor Arbeit• keine Grenzen zwischen realer & virtueller Welt• fordernd• individuell• hypervernetzt	<ul style="list-style-type: none">• höchste digitale Standards• Existenzsorgen• Teil sozialer Netzwerke von Beginn an



Thesen zu den Generationen

Generation X

- Schlüsselkind-Generation
 - abgehärtet durch große wirtschaftliche und geopolitische Ereignisse
 - ambitioniert, zielgetrieben und durchsetzungsstark
 - Sicherheitsbedürfnis - Verlässlichkeit
 - aktuell teilweise in Führungspositionen
- Sicherheit, transparente Kommunikation, Anerkennung, starke Unternehmenskultur

Überblick | Generationen

Babyboomer <i>Workaholics im Wohlstand</i>	Generation X <i>„Lost Slackers“</i>	Generation Y <i>Millennials</i>	Generation Z <i>Digital Natives</i>	Generation Alpha <i>... the next</i>
1946-1964	1965-1979	1980-1995	1996-2009	2010-2025
<ul style="list-style-type: none">• tatkräftig• pflichtorientiert• teamorientiert• konfliktscheu	<ul style="list-style-type: none">• pessimistisch & ambivalent• pragmatisch• pflichtergeben• eigenständig• direkt	<ul style="list-style-type: none">• anspruchsvoll• selbstbewusst• sprunghaft• authentisch• sozial vernetzt	<ul style="list-style-type: none">• Privates vor Arbeit• keine Grenzen zwischen realer & virtueller Welt• fordernd• individuell• hypervernetzt	<ul style="list-style-type: none">• höchste digitale Standards• Existenzsorgen• Teil sozialer Netzwerke von Beginn an



Thesen zu den Generationen

Generation Y

- Persönliche Entwicklung steht im Fokus
- Work-Life Blending – Vermischung der Welten
- Abwechslung ist gewünscht
- aktuell in der Familiengründung - Gleichberechtigung

→ Flexibilität, Bildungsteilzeit, Elternteilzeit, Angebote und Sabbaticals, Mitbestimmung, Wertschätzung

Überblick | Generationen

Babyboomer <i>Workaholics im Wohlstand</i>	Generation X <i>„Lost Slackers“</i>	Generation Y <i>Millennials</i>	Generation Z <i>Digital Natives</i>	Generation Alpha <i>... the next</i>
1946-1964	1965-1979	1980-1995	1996-2009	2010-2025
<ul style="list-style-type: none">• tatkräftig• pflichtorientiert• teamorientiert• konfliktscheu	<ul style="list-style-type: none">• pessimistisch & ambivalent• pragmatisch• pflichtergeben• eigenständig• direkt	<ul style="list-style-type: none">• anspruchsvoll• selbstbewusst• sprunghaft• authentisch• sozial vernetzt	<ul style="list-style-type: none">• Privates vor Arbeit• keine Grenzen zwischen realer & virtueller Welt• fordernd• individuell• hypervernetzt	<ul style="list-style-type: none">• höchste digitale Standards• Existenzsorgen• Teil sozialer Netzwerke von Beginn an



Thesen zu den Generationen

Generation Z

- always on - Handy immer dabei, Selbstverwirklichungsdrang
 - Realismus und Partizipation - Bewusstsein für Entwicklungen in der Umwelt und Gesellschaft
 - klare Grenze zwischen Freizeit und Beruf
 - fixer Arbeitsplatz? Verlässlichkeit und Struktur
- Transparenz, aktive Führungsarbeit, Flexibilität, Grenzen respektieren und klare Rahmenbedingungen, Sicherheit

Überblick | Generationen

Babyboomer <i>Workaholics im Wohlstand</i>	Generation X <i>„Lost Slackers“</i>	Generation Y <i>Millennials</i>	Generation Z <i>Digital Natives</i>	Generation Alpha <i>... the next</i>
1946-1964	1965-1979	1980-1995	1996-2009	2010-2025
<ul style="list-style-type: none">• tatkräftig• pflichtorientiert• teamorientiert• konfliktscheu	<ul style="list-style-type: none">• pessimistisch & ambivalent• pragmatisch• pflichtergeben• eigenständig• direkt	<ul style="list-style-type: none">• anspruchsvoll• selbstbewusst• sprunghaft• authentisch• sozial vernetzt	<ul style="list-style-type: none">• Privates vor Arbeit• keine Grenzen zwischen realer & virtueller Welt• fordernd• individuell• hypervernetzt	<ul style="list-style-type: none">• höchste digitale Standards• Existenzsorgen• Teil sozialer Netzwerke von Beginn an



Thesen zu den Generationen

Generation ALPHA

... coming soon...

- Klimawandel, Zusammenhalt & Wohlstand
- Digitalisierung - Autonomisierung von allem



LEADERSHIP-TRENDS

Bedürfnisse der Mitarbeiter:innen

klare und deutliche
Zielvorgaben
→ transparente Kommunikation

Vorbildfunktion - Hands On
→ Beziehung auf Augenhöhe

Selbstreflektion der
Führungskraft
→ Entscheidungen, die
unterstützt werden

Wertschätzung
→ gelebte Anerkennung &
Dankbarkeit

respektvolles Führungsverhalten
→ gutes Zuhören

Zeit & Raum für Feedback
→ Wille zur Verbesserung und
gesunde Fehlerkultur



Erwartungen an die Führung

Gestaltung eines angenehmen Arbeitsklimas

Generationsvielfalt verstehen und fördern

Ermöglichen von Aus- und Weiterbildungen

Wertschätzender Umgang und Respekt

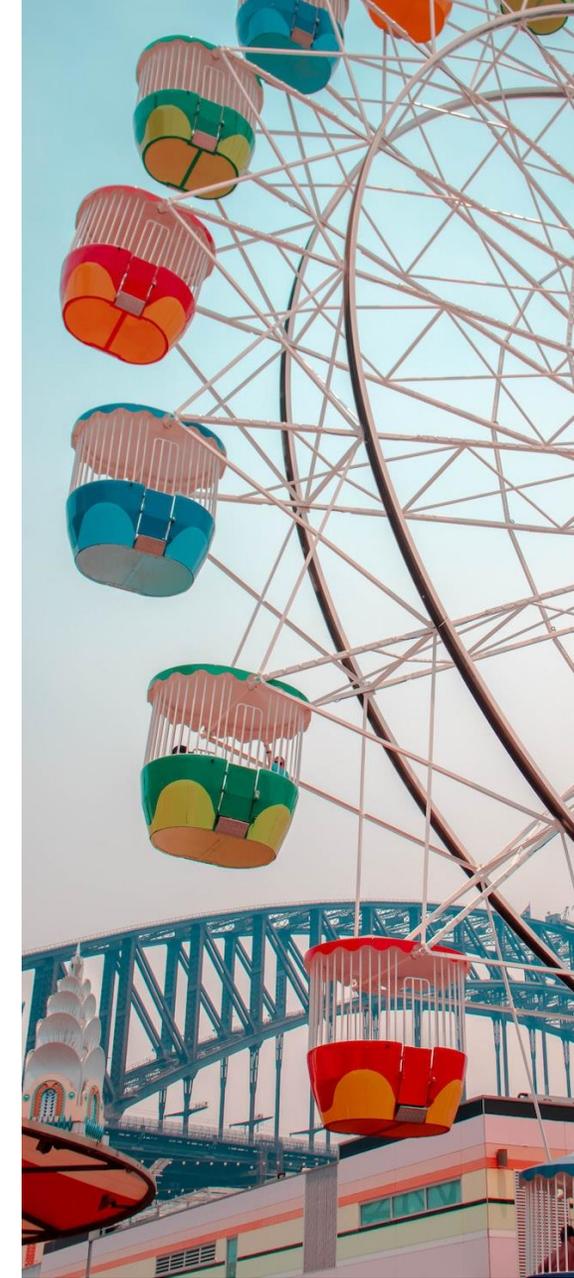
Motivierende Benefits

Sinnhaftes Arbeiten & intrinsische Motivation

Schaffung einer Mitarbeiter-Experience

Begleitung der Mitarbeiter

Flexibilität



Womit können wir „punkten“



Ausbildungsoffensive -
Führungsentwicklung



„Neue“ Zielgruppen der
MitarbeiterInnen



Innovative Umfeldgestaltung



Attraktivierung der
Arbeitsbedingungen



Benchmarks | Karriereweg

Lidl
Aufstiegschancen und Karrierewege



& offen für Vielfalt

Echt österreichisch und offen für Vielfalt

Nauči se več

Voznik/-ca skladišnega viličarja – delavec/-ka v skladišču

Uč sa viac

Vychystávač/-čka tovaru – pracovník/-čka v sklade

Tudj meg többet

Raktári Dolgozó - Komissiózó

Benchmarks | Arbeitszeit

4-Tage-Woche in der Hotellerie?

Das AVIVA****s make friends Hotel macht es vor

- Ausmaß von Arbeitsstunden und Gehalt bleiben gleich
- Tagesarbeitszeit wird um zwei Stunden verlängert
- Arbeitskultur generell überdenken
- Prozesse vereinfachen
- Digitalisierung – Stichwort [hotelkit](#)

AVIVA
****s make
friends

36-Stunden-Woche an 4 Tagen bei vollem Lohnausgleich Parkhotel Brunauer in Salzburg

- mehr Bewerbungen
- Wer Fachkräfte bekommen möchte, muss ihnen etwas bieten, und die 4-Tage-Woche ist ein Baustein
- aktuell möglich, die Kandidatinnen und Kandidaten wieder auszusuchen



Benchmarks | Lehrlinge

Die Erste Bank - Top Arbeitgeber für Lehrlinge

- Buddys
- Feedback
- Wertschätzung
- Motivation, Lob und Kritik
- Praxisnähe
- Lehre mit Matura
- iPhone & Laptop für die private Nutzung
- Laptop separat für die berufliche Nutzung
- Attraktive Lehrlingsentschädigung
- Prämien für gute Leistungen



ENTWICKLUNGEN IM FACHVERBAND

Entwicklungen

Aus- und Weiterbildung:

- Betriebsleiter:in-Ausbildung
- Lehrlingskampagne
- NEU Seilbahnakademie Konzept
- Befragungen finden jährlich statt

Kommunikation & Information:

- Neue Webseite
- Toolkit Umsetzung - Downloads
- Erstes HR Kommunikationskonzept
- Social Media Kampagne



Kommunikation

Kommunikationsplan:

Strategieplanung					Medien									
Thema	Inhalt	Art des Content	Content Produktion	Termin	Zielgruppe	Social Media	Klassische Medienarbeit	Homepage	Newsletter	Rundschreiben	Fachmedien	Tagungen	Drucksorten & Giveaways	Messen
ARBEITGEBER														
Gesamtstrategie Branchenimage	Arbeitgeber Seilbahnen, Seilbahnenbranche	Imagefilm & allgemeine Infos zum Thema	Fachverband											
Lehrberuf		Imagefilm Lehrberuf		Qu 2/4					x			x		
Ausbildungsstätten	Landesberufsschule/Unternehmen	Video	Fachverband		Jugendliche & Eltern	x		x					x	x
Menschen	Geschichten Lehrlinge & Auszubildenden	Bild & Text & Video	Unternehmen (Videos)		Jugendliche & Eltern	x		x					x	x
Schwerpunkte d. Ausbildung	Vielfalt, Doppellehre ua.	Bild & Text & Video	Fachverband		Jugendliche & Eltern	x		x					x	x
Aus und Weiterbildung														
Statements der TN	Seilbahnakademie/HTU/alle Ausbildungsschienen													
Schwerpunkte & Themen	Erfahrung/Feedback/Empfehlung	Bild & Text & Video	Fachverband	ganztjährig	Intern & extern	x	optional	x	x	x	x	x		
Betriebsleiter:innen Ergänzungen	Inhalte	Bild & Text & Video	Fachverband	ganztjährig	Intern & extern	x	optional	x	x	x	x	x		
	Anderungen & Chancen	Bild & Text & Video	Fachverband	ganztjährig	Intern & extern	x	optional	x	x	x	x	x		
MA-Befragung														
Befragung	intern motivierend/extern Imagebildung													
Ergebnisse	Motivation zur Teilnahme	Bild & Text & Video	Fachverband	Jänner	Unternehmen & MA	x		x	x	x		x		
Kernbotschaften & Learnings	Ergebnisse aus dem FB & ev. Keynote (KG & MP)	Bild & Text	Agentur	April	Intern & extern	x		x	x		x	x		
	Aussagen über die Branche	Bild & Text	Agentur	ganztjährig	Intern & extern	x		x						
Karrierpfade														
Inhalte & Menschen	Entwicklung & Vortellungen der Berufsbilder	Bild & Text & Video	Unternehmen	ganztjährig	Intern & extern	x	optional	x			x			x
Tools														
Jegliche Tools der Entwicklung	Kommunikation & Toolbox ua	Bild & Text	Fachverband	ganztjährig	Unternehmen			x	x	x		x		

Social Media: Facebook, Instagram, TikTok

Up in die Berge - Seilbahnen Österreichs
12. Jul um 09:00

Wir wollen unsere Berufsbilder attraktiv, modern und zukunftsfit gestalten und unsere Unternehmen damit als attraktive Arbeitgeber ins Fokuspositionieren! sagt Franz Hörl, Obmann des Fachverbands der österreichischen Seilbahnen.

Unsere Mitarbeiter:innen sind die wichtigsten Botschafter unserer Branche. Daher haben wir bei ihnen abgefragt: was den Job und die Branche besonders macht? Wir haben viele interessante Antworten bekommen, am häufigsten kam die Rückmeldung, dass der Arbeitsplatz hoch oben in den Bergen, das jeweilige Team, die Abwechslung und die gute Vereinbarkeit von Familie & Beruf die Branche ausmachen.

Up in die Berge - Seilbahnen Österreichs
20. Jun

Onboarding: Ein erfolgreicher Start bei und
Liebe Seilbahn-Familie,
Wir freuen uns darüber, dass das Onboarding bei uns jedem Spaß macht!
Unsere aktuellen Zahlen zeigen, dass 50 % der neuen Mitarbeiter:innen und Mitarbeiter sehr zufrieden mit ihrem Einstieg waren und weitere 50 % mit den Note 2 bewertet haben. Das ist ein großer Erfolg und zeigt, dass wir kontinuierlich daran arbeiten, euren Start bei uns so reibungslos und angenehm wie möglich zu gestalten.
Wir sind stolz darauf, euch den besten Start in eure Seilbahn-Karriere zu ermöglichen! Herzlich Willkommen in der Seilbahn-Familie!

Up in die Berge - Seilbahnen Österreichs
20. Jun

Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben: Passt zusammen!
Teilstellen? Bei uns gar kein Problem! Zum Beispiel in den Verwaltungsabteilungen, dort lässt sich Arbeit und Privatleben perfekt miteinander vereinbaren.
Lasst uns gemeinsam eine gute Work-Life-Balance schaffen! und erkundigt euch vor Ort bei eurem Bergbahnbetrieb.

ATTRAKTIV & ZUKUNFTSFIT:
UNSERE MITARBEITER:INNEN SIND DIE BOTSCHAFTER:INNEN UNSERER BRANCHE!

MITARBEITER-ONBOARDING:
DANK FÜR GUTE NOTEN BEIM KARRIERE-EINSTIEG!

FAMILY & BERUF:
WIR MÖCHTEN, DASS IHR EURE ZEIT IN DEN BERGEN NICHT NUR IM JOB, SONDERN AUCH PRIVAT GENIESST!

ARBEITEN IN DEN BERGEN MIT DEM BESTEN TEAM!

FAMILIE & BERUF?
BEI UNS AUF DEN BERGEN GEHT DAS!



Karriere am Berg



DU STEHST AM ANFANG? DU BIST MITTENDRIN? DU WILLST MEHR? **SEILBAHNAKADÉMIE** UNTERNEHMERINFO

MIT ÖSTERREICHS SEILBAHNEN STEIL BERGAUF



**STARTE JETZT DEINE
KARRIERE AM BERG**



Toolbox - Vorlagen

DIE MITARBEITER:INNEN JOURNEY BEI DEN SEILBAHNEN

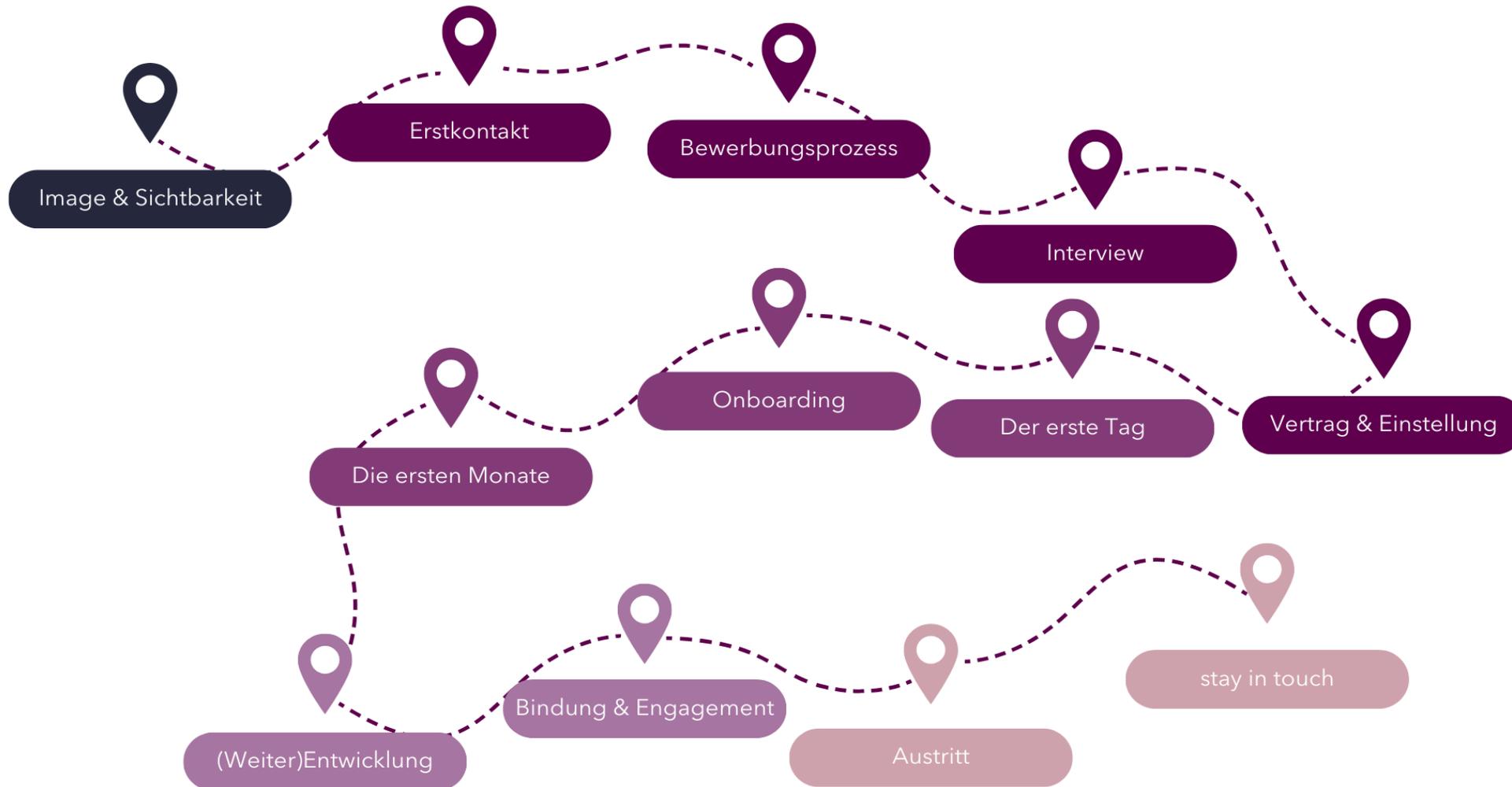
NIEMAND KANN SO ÜBERZEUGEND UND BEGEISTERND SEIN WIE EIN MOTIVIERTER MITARBEITER:IN. MITARBEITER:INNEN ZU BOTSCHAFTERN MACHEN, DIE EIGENINITIATIVEN FÖRDERN, ENTWICKLUNGSMÖGLICHKEITEN IM BETRIEB UNTERSTÜTZEN UND DAMIT MOTIVATION UND TEAM-SPIRIT STÄRKEN! HABEN SIE IHRE MITARBEITER:INNEN BEREITS MIT AUF DER REISE?





DIE REISE DER MITARBEITER:INNEN

Die Reise der Mitarbeiter:innen



Wie weit sind wir mit Prozessen & Rahmenbedingungen?

Wo sind wir gefordert mehr zu tun?



WKO Aufgabenstellung It. Gruppe

- Kommunikation → Infos neue Strategie andenken
- Ev. Spezial Themen → Zielgruppen spezifisch auswählen → gezielte Newsletter ua.
- Befragung → Englisch andenken
- TeilnehmerInnen bei Befragung nur einmal Teilnahme sicherstellen
- Kommunikation bei Befragung - nochmals klar zum Thema Anonymität
- Terminabstimmung Akademie/Wifi mit Fortbildungen externer Partner
- Erwachsenen Lehrlingsausbildung → einfacher gestalten
- HR Kurzausbildung für Anfänger als Ausbildung in der Akademie integrieren

Image der Branche → PR stärker mit Geschichten

Unternehmen/Führungsstärke

Aufgabenstellung lt. Gruppe

- Zur Befragung animieren
- Befragung: Infos an Mitarbeiter/Abteilungsleiter/Betriebsleiter wieder zurückspielen
- Führungskräfte → noch stärker in die Führungsrolle/Ausbildung/Entwicklung bringen
- Führungskräfte Ängste nehmen (z. B. bei Evaluierungen)
- Informationskreis in der Kommunikation nutzen

A photograph of a dirt road winding through a vineyard at sunset. The road is flanked by rows of grapevines supported by wooden stakes. The sky is filled with soft, orange and pink clouds, and the overall atmosphere is serene and contemplative.

Wege entstehen dadurch, dass man sie geht.

Gerne da für Rückfragen



LinkedIn

Martina Plonner



E-Mail

m.plonner@leaderswork.at



Telefon

+43 664 53 90 200

leaderswork