

# 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 slightly ajar, 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 is holding a black and gold pen, and the left hand is resting on the document. The background is blurred, showing more of the person's shirt and the document.

## 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

---

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



# 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

---

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





# 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 I Generationen

---

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



# 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

---

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



# 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 I Generationen

---

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



# 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

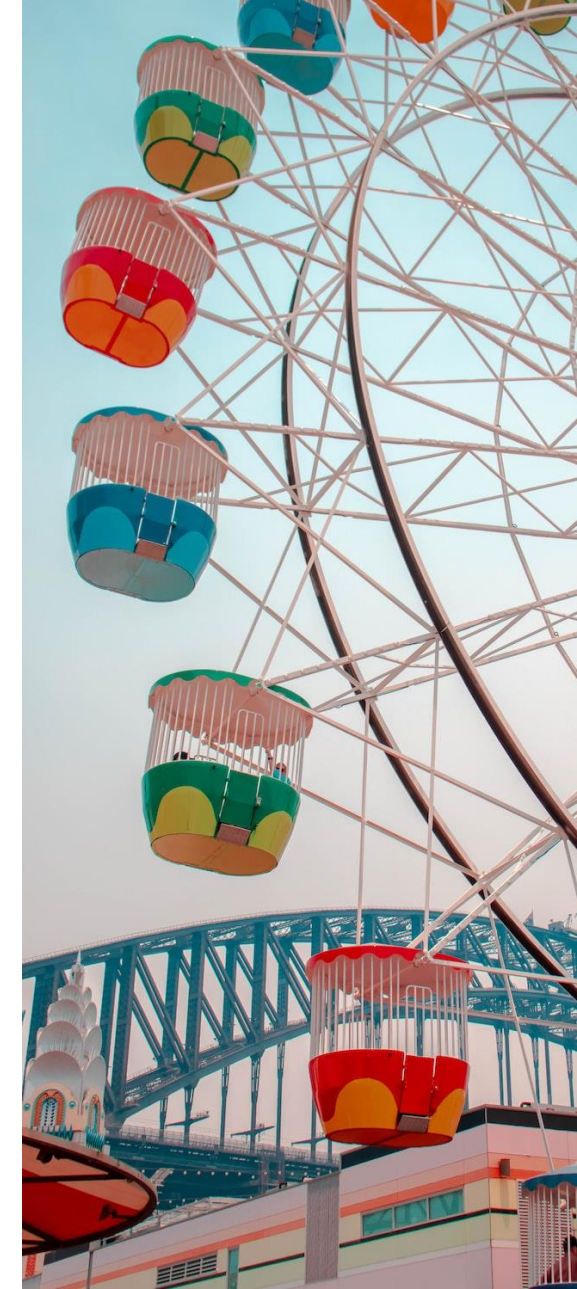
Motivierende Benefits

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
<b>ARBEITGEBER</b>														
<b>Gesamtstrategie Branchenimage</b>	Arbeitgeber Seilbahnen, Seilbahnenbranche	Imagefilm & allgemeine Infos zum Thema	Fachverband											
<b>Lehrberuf</b>		Imagefilm Lehrberuf		Qu 2/4					x			x		
<b>Ausbildungsstätten</b>	Landesberufsschule/Unternehmen	Video	Fachverband		Jugendliche & Eltern	x		x					x	x
<b>Menschen</b>	Geschichten Lehrlinge & Auszubildern	Bild & Text & Video	Unternehmen (Videos)		Jugendliche & Eltern	x		x					x	x
<b>Schwerpunkte d. Ausbildung</b>	Vielfalt, Doppellehre ua.	Bild & Text & Video	Fachverband		Jugendliche & Eltern	x		x					x	x
<b>Aus und Weiterbildung</b>														
<b>Statements der TN</b>	Seilbahnakademie/HTU/alle Ausbildungsschienen	Bild & Text & Video	Fachverband	ganztjährig	Intern & extern	x	optional	x	x	x	x	x		
<b>Schwerpunkte &amp; Themen</b>	Erfahrung/Feedback/Empfehlung	Bild & Text & Video	Fachverband	ganztjährig	Intern & extern	x	optional	x	x	x	x	x		
<b>Betriebsleiter:innen Ergänzungen</b>	Anderungen & Chancen	Bild & Text & Video	Fachverband	ganztjährig	Intern & extern	x	optional	x	x	x	x	x		
<b>MA-Befragung</b>														
<b>Befragung</b>	intern motivierend/extern Imagebildung	Bild & Text & Video	Fachverband	Jänner	Unternehmen & MA	x		x	x	x		x		
<b>Ergebnisse</b>	Motivation zur Teilnahme	Bild & Text	Agentur	April	Intern & extern	x		x	x		x	x		
<b>Kernbotschaften &amp; Learnings</b>	Ergebnisse aus dem MB & ev. Keynote (KG & MP)	Bild & Text	Agentur	ganztjährig	Intern & extern	x		x						
<b>Aussagen über die Branche</b>		Bild & Text	Agentur	ganztjährig	Intern & extern	x		x						
<b>Karrierpfade</b>														
<b>Inhalte &amp; Menschen</b>	Entwicklung & Vortellungen der Berufsbilder	Bild & Text & Video	Unternehmen	ganztjährig	Intern & extern	x	optional	x			x			x
<b>Tools</b>														
<b>Jegliche Tools der Entwicklung</b>	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-Neulinge,  
Wir freuen uns darüber, dass das Onboarding bei uns jeden 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

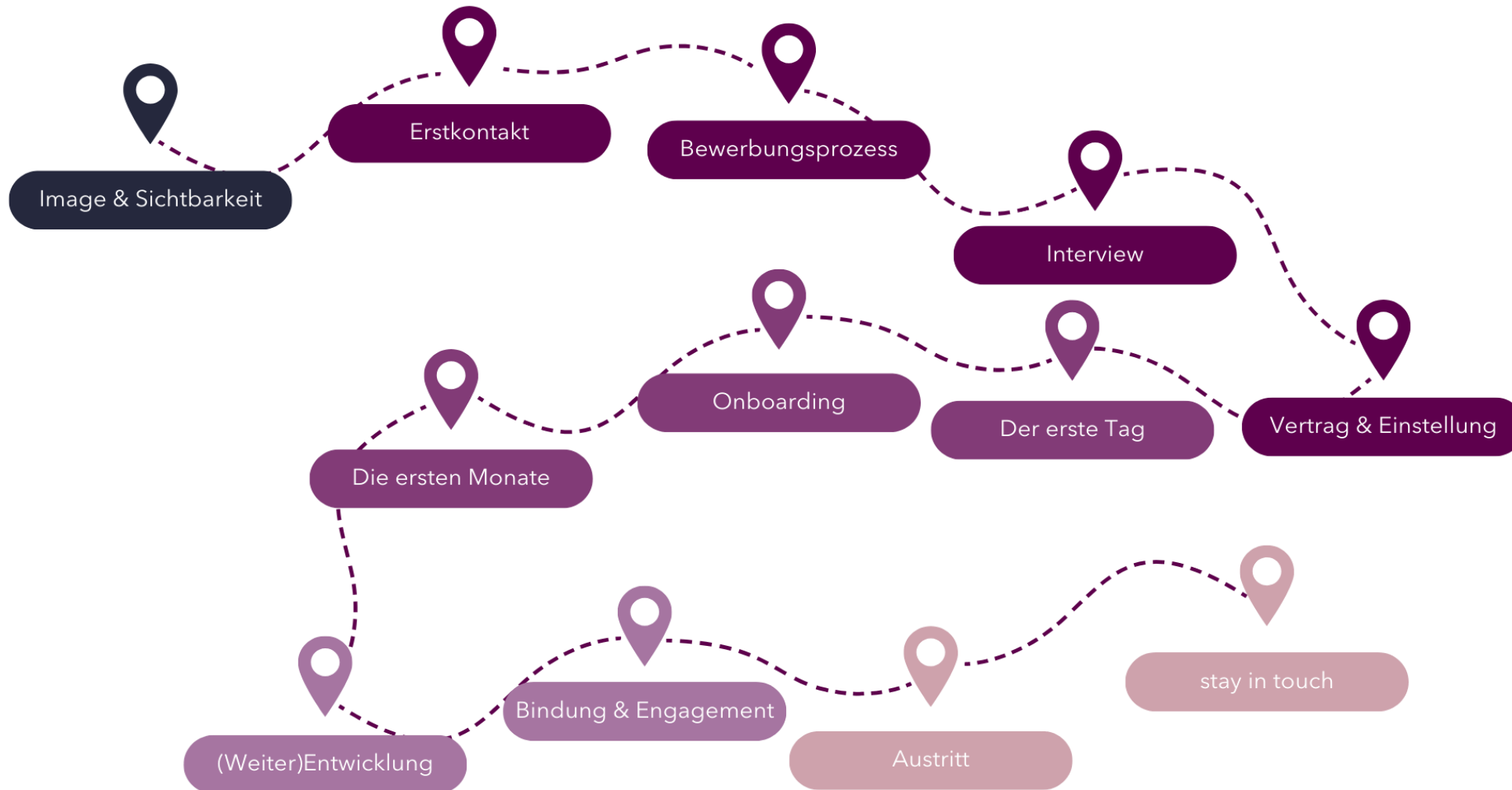
NIEMAND KANN SO ÜBERZEUGEND UND BEGEISTERND SEIN WIE EIN MOTIVIERTER MITARBEITER:IN. MITARBEITER:INNEN ZU BOTSCHAFTERN MACHEN, DIE EIGENINITIATIVEN FÖRDERN, ENTWICKLUNGSMÖGLICHKEITEN IM BETRIEB UNTERSTÜTZEN UND DAMIT MOTIVATION UND TEAM-SPIRIT STÄRKEN! HABEN SIE IHRE MITARBEITER:INNEN BEREITS MIT AUF 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](mailto:m.plonner@leaderswork.at)



Telefon

+43 664 53 90 200

leaderswork