

**Editorial**



**Jörg Marquardt**  
Wirtschaftsredaktor

**Welchen Wert hat unsere Arbeit?**

**F**ast 50 Jahre ist der Slogan von L'Oréal schon alt: «Weil ich es mir wert bin.» Woran bemisst sich aber der Wert eines Menschen (wenn man ihn denn überhaupt messen kann)? Die Werbung legt nahe, dass wir uns selber einen Wert zumessen. Je nach Selbstwertgefühl liegt dieser Wert mal höher oder tiefer.

Auf dem Arbeitsmarkt drückt sich die Wertschätzung oft in Zahlen aus: Je wichtiger ein Mensch für ein Unternehmen ist, je höher er auf der Karriereleiter hinaufsteigt, umso höher sollte auch sein Gehalt ausfallen. Das ist zumindest die allgemeine Erwartung. Wer bei der Lohnrunde leer ausgeht oder schlimmer noch: wessen Lohn gekürzt wird, empfindet dies fast immer als Zeichen des Wertverlusts.

**Das Selbstwertgefühl hängt nicht** nur von einem selbst, sondern auch von der Anerkennung durch andere ab. Dass die berufliche Anerkennung in unserer Vorstellung so eng mit dem Gehalt verknüpft ist, macht die Implementierung neuer Arbeitsmodelle für die letzte Phase des Erwerbslebens so schwierig. Laufbahnberaterin Regula Hunziker Benoist schildert im Interview, welche Chancen in der schrittweisen Reduktion von Lohn und Gehalt liegen können, sofern dieser Prozess von Arbeitnehmer und Arbeitgeber gleichermaßen gewollt ist.

Was uns der öffentliche Verkehr wert ist und ob dieser durch die Einrichtung von nationalen Fernbuslinien gefährdet wird, nimmt die News-Geschichte in den Blick.

**Impressum**

**RegionalWirtschaft** – ein Produkt der Zürcher Oberland Medien AG  
**Redaktion:** Jörg Marquardt  
**Verkauf:** Patrick Greuter (Leitung), Stv. Marcel Hofer, Ilona Steiner, Priska Forte, Christine Vogt, Jeannette Kammermann, Vivian Andres, Karin Ammann  
**Abonnemente:** Susanna Limata (Leitung)  
**Kontakt:** Redaktion: Tel. 044 933 33 33, regionalwirtschaft@zol.ch  
**Verkauf:** Tel. 044 933 32 04, inserate@zol.ch

**Carte blanche**

**Liebe Arbeitgeber, rekrutiert ihr noch oder sucht ihr schon?**

**V**iele Unternehmen verlassen sich bei der Besetzung offener Stellen immer noch auf das gute alte Inserat. Sie beschreiben die zu erfüllenden Anforderungen und veröffentlichen das entweder online oder in einer Zeitung. Dann warten sie, wer sich bewirbt, und laden die geeignet Erscheinenden zum Interview ein. Soweit so gut.

Was soll man tun, wenn sich nicht genügend Geeignete bewerben? Man könnte darüber jammern, dass der Standort des Unternehmens im Zürcher Oberland offenbar zu wenig attraktiv ist im Wettbewerb mit Zürich. Man könnte den Grund auch im allgemeinen Fachkräftemangel suchen. Beides ist vermutlich richtig, aber diese Erkenntnisse helfen nicht weiter.

**Ich schlage vor, dass** wir uns als erstes klar machen, dass wir mit herkömmlichen Formen der Rekrutierung nur den Teil unserer Zielgruppe erreichen, der gerade aktiv auf Stellensuche ist, weil er keine Arbeit hat, oder der passiv sucht, weil er mit seiner aktuellen Stelle sehr unzufrieden ist. Das sind, je nachdem wie

man es berechnet, 20 bis 25 Prozent. Die anderen wären zwar ebenfalls gut geeignet, aber sie haben eine interessante Stelle und denken aktuell nicht über einen Wechsel nach. Deswegen lesen sie auch keine Stellenanzeigen, weder Online noch Print.

Wenn wir uns dessen bewusst sind, wissen wir auch, dass wir nicht auf Bewerbungen warten können, sondern aktiv suchen sollten. Aber wie geht das?

**Grundsätzlich gibt es drei** Möglichkeiten: Erstens könnten wir eine Personalberatung mit der Suche beauftragen, aber das ist natürlich nicht gratis.

Zweitens könnten wir unsere eigenen Mitarbeiter bitten, in ihrem Bekanntenkreis aktiv nach Bewerbern zu suchen. Das setzt allerdings voraus, dass unsere eigenen Mitarbeiter so sehr von uns als Arbeitgeber überzeugt sind, dass sie sogar bereit sind, dafür Werbung zu machen.

Drittens wird es demnächst im Zuge der Digitalisierung Möglichkeiten geben, die gewünschten Bewerberprofile über soziale Medien (das geht heute schon) oder über die Ana-

lyse von Daten, sogenannten «Big Data», zu finden. Wie geht das? Demnächst wird eine künstliche Intelligenz dafür eingesetzt werden können, auf der Basis von Stellenanforderungen das Internet nach Personen zu durchsuchen, die diese Bedingungen erfüllen, und zwar unabhängig davon, ob sie sich gerade auf Jobsuche befinden oder nicht. Die Annahme ist, dass jeder Mensch mehr oder weniger deutliche und vor allem öffentlich einsehbare Fussabdrücke im Internet hinterlässt und damit identifizierbar ist.

**Wie wird jemand reagieren,** der angefragt wird, ob er an einem Wechsel interessiert ist? Eine Studie hat gezeigt, dass mehr als 80 Prozent aller Arbeitnehmer offen dafür sind, auf einen Stellenwechsel angesprochen zu werden. Jetzt könnte man fragen, wo wir denn hinkämen, wenn plötzlich die Arbeitgeber anfangen, sich gegenseitig die Fachkräfte abzuwerben. Die Frage ist nicht unberechtigt. Aber was tun wir, sobald solche «Big Data»-Instrumente verfügbar sind und von jeder Firma eingesetzt werden können?



**Matthias Mölleney** ist Inhaber der HR-Strategieberatung Peoplexpert GmbH in Uster. Zudem leitet er das Center für HRM & Leadership an der HWZ Hochschule für Wirtschaft in Zürich.

Damit sind wir wieder bei der zweiten Option: wir sollten dafür sorgen, dass sich unsere Mitarbeiter für uns als Arbeitgeber begeistern. Begeisterte Mitarbeiter sind nämlich nicht nur immun gegen Abwerbersuche von aussen, sie sind auch Bot-

schafter in ihrem Bekanntenkreis. Und wenn wir auf diesem Weg gute Bewerbungen finden, dann müssen wir nicht einmal auf die Digitalisierung mit künstlicher Intelligenz und «Big Data» warten.

«Die Fehlanreize im System sind zu eliminieren und der Service-public-Gedanke in den Führungsgremien der staatsnahen Betriebe stärker zu verankern.»

**SP-Nationalrätin Edith Graf-Litscher** fordert Korrekturen nach dem Postauto-Skandal.

«Denkbar sind Wachstumsraten wie bei den Exporten nach China.»

**Heinz Karrer, Präsident Economiesuisse,** wirbt dafür, dass man die agrarpolitischen Konzessionen, die die Schweiz bei einem Freihandelsabkommen mit den Mercosur-Staaten leisten würde, im Verhältnis zum möglichen Gewinn sehen müsse.

**Aktuelle Wirtschaftszitate**

«Im Rahmen der Sitzverlegung der Holding werden in Schwerzenbach keine Stellen abgebaut.»

**Martin Kaufmann, CEO Meier Tobler,** äussert sich zum Antrag des Verwaltungsrats, die Holding des neu fusionierten Unternehmens nach Egolzwil LU zu verlagern.

«Die Autofahrer werden praktisch enteignet, viele Diesel-Autos sind jetzt wertlos.»

**SVP-Nationalrat Claudio Zanetti** ist alarmiert durch den Entscheid des Bundesverwaltungsgerichts in Leipzig, wonach deutsche Städte temporäre Fahrverbote für Diesel-Autos erlassen dürfen.

«Wenn die EU oder Dublin glauben, dass die Regierung des Vereinigten Königreichs eine Grenze längs durch die Irische See gutheisst, dann irren sie sich ganz gewaltig.»

**Sir Jeffrey Donaldson, DUP-Politiker,** zur «irischen Frage» in Londons Brexit-Vertrag.

**Wir haben die regionale Wirtschaft im Fokus – alle 14 Tage neu.**

Beilage im «Zürcher Oberländer» und «Anzeiger von Uster»

**RegionalWirtschaft**