

Sponsoring Schweiz: Mitgliederanlass «Fachkräfte im Sponsoring»

Ob fehlende Fachkräfte, Gender-Fragen, New Work oder künstliche Intelligenz – die Umwälzungen im Arbeitsmarkt sind omnipräsent. Knapp 60 Mitglieder von Sponsoring Schweiz haben im Juni das Thema am Eigenanlass «Fachkräfte im Sponsoring» intensiv diskutiert.

Sponsoring-Schweiz-Präsidentin Andrea Meier hat bei ihrer Begrüssungsrede zahlreiche Neumitglieder willkommen geheissen. Danach eröffnete Patrick Hanhart, strategischer Berater bei «DoD!fferent», sein Referat mit einer schlechten Nachricht: «Ja, wir haben einen Fachkräftemangel. In allen Branchen.» Und er machte den Anwesenden wenig Hoffnung: «Es wird nicht besser. Die Situation wird sich verschärfen.» Aber er hatte auch einen Lichtblick ausgemacht und empfahl den Anwesenden, sich im Arbeitsmarkt so professionell aufzustellen, wie sie es im Sponsoring auch tun würden.

Hanhart betonte, Unternehmen müssten auch gegenüber potenziellen Mitarbeitenden als Verkäufer eines Produkts auftreten und ihnen die Message vermitteln: «Ich biete dir Zeit, das Beste aus deinem Leben zu machen.» Das bedinge, dass man alte Prozesse hinterfrage. Man müsse mit Talenten, für die die Sinnfrage vor dem Gehalt stehe, in einem dauerhaften Austausch darüber sein, wo sie sich in fünf Jahren sehen. Und zwar als Mensch, nicht als Mitarbeitende. Hanhart empfahl den Anwesenden, Führungsrollen zu überdenken, im Team eine Employer-Branding-Strategie auszuarbeiten und sich im Zusammenhang mit Flexibilität, Arbeitszeit und Work-Life-Balance zu fragen, wie man Mitarbeitende befähigen kann, auf der gemeinsamen Reise dabei zu sein. Mit einem Augenzwinkern fügte er an: «Der Hund wird immer wichtiger.»

Fabian Koch, Managing Partner der Personalberatung Humanis AG, unterstrich in seinen Ausführungen den



Begrüssung durch Sponsoring-Schweiz-Präsidentin Andrea Meier. Bilder: André Springer



Aktive Diskussion zum Thema Fachkräfte im Sponsoring in der «Halle 550» in Zürich.

komplett veränderten Arbeitsmarkt. Er wies darauf hin, dass jährlich 100'000 Menschen mehr in Pension gehen, als neu in den Arbeitsmarkt eintreten. Auch er zeigte den Gästen mit Empfehlungen zum Rekrutierungsprozess und aktuellen Trends in der Rekrutierung (siehe Interview) Wege auf,

wie sie zu Talenten kommen können. In der von Melanie Schweickardt von der Agentur Blazy Flash geleiteten Diskussionsrunde zeigten die aktuellen Erfahrungen zwischen «unermesslichen Forderungen» und «wir müssen mit der Zeit gehen» auf, dass wir uns in einer Zeit des Übergangs befinden.



V.l.: Christoph Joho, Weltklasse Zürich, Lukas Meier und Alex Hauri, beide Aroma.



V.l.: Markus Simmen, Simmen.net, Melanie Schweickardt, Moderation, und Adrian Wyss, UBS AG.

«Arbeitgeber müssen sich intensiv um Talente bemühen»

Wie präsentiert sich aktuell die Situation für die Arbeitgeber bei der Personalsuche?

Fabian Koch: Die Arbeitgeber müssen sich bewusst sein, dass nicht mehr sie am längeren Hebel sitzen, sondern oft die Arbeitnehmer. Es ist heute nicht mehr so, dass sich Bewerbende darum reissen, genau diese eine Stelle zu bekommen und sagen: «Nur für Sie will ich arbeiten.» Die Arbeitgeber müssen also viel mehr von sich geben als früher und sich intensiv um die vorhandenen Talente bemühen.

Welches sind die wichtigsten Trends in der Rekrutierung?

Koch: Den grössten Trend sehe im Moment hauptsächlich im Temporärbereich. Ich glaube, die jüngere Generation möchte vielleicht nur noch acht Monate arbeiten und dann vier Monate reisen, also in ihrem Berufsleben eine gewisse Flexi-



Fabian Koch,
Managing
Partner
Humanis AG.

bilität haben. In diesem Fall ist Temporärarbeit natürlich eine gute Sache. Der zweite Trend ist, dass wir wieder die Älteren in unseren Prozess mit einbinden und sie – sofern sie aus ihrem wohlverdienten Ruhestand zurückkehren möchten – für verschiedene Temporäreinsätze einplanen und wieder in den Arbeitsmarkt integrieren.

Was ist im Rekrutierungsprozess von Unternehmen unabdingbar?

Koch: Es ist einerseits unabdingbar, dass es vonseiten des Unternehmens eine klare Roadmap gibt. Was suchen wir genau? Wen suchen wir genau? Welches sind die Must-have-Kriterien, beziehungsweise was können wir auf keinen Fall akzeptieren? Andererseits ist es erforderlich, eine Timeline anzugeben. Wann finden die ersten Interviews statt, wann die zweiten, beziehungsweise gibt es noch ein Assessment? Diese Dinge müssen einer Kandidatin oder einem Kandidaten mitgeteilt werden, damit sie sich auf den Prozess einstellen können.

Nächster Anlass Sponsoring Schweiz:
Mittwoch, 20. September 2023
16.00 Uhr

«Community Building»
Stade de Suisse, Bern

Für Medien-Rückfragen:
Telefon 043 366 70 00
sekretariat@sponsoringsschweiz.ch



Stets ein wichtiger Teil der Mitgliederveranstaltung: Austausch respektive Networking.

Sponsoring Schweiz

c/o Ritschard-Management AG
Südstrasse 12
8800 Thalwil
Telefon 043 366 70 00
sekretariat@sponsoringsschweiz.ch



V.l.: Beatrice Stirnimann, Baloise Session, Kim Haldemann, Die Post, Dorothea Bergler, SRK, und Silvia Krentel, Baloise Session.



V.l.: David Metzger, Sportsemotion AG, Sandro Singer, Axa, und Gabriel Würth, Sportsemotion AG.