



THE ADECCO GROUP

Medienmitteilung – The Adecco Group Switzerland

Schweizer Arbeitnehmende erwerben im internationalen Vergleich weniger digitale Kompetenzen und erwarten vom Arbeitgeber Weiterbildungsmöglichkeiten

Zürich, 25. Oktober 2018 - Anlässlich des [Schweizer Digitaltags](#) veröffentlichen die Adecco Gruppe und die Boston Consulting Group (BCG) vorgängig bereits die Schweizer Ergebnisse ihrer gemeinsamen Studie zu Jobkompetenzen der Zukunft. Die globale Studie untersucht, welche Fähigkeiten heutige und künftige Arbeitnehmende erwerben müssen, um in der Arbeitswelt erfolgreich zu sein.

Bezogen auf die Schweiz zeigt die Studie, dass...

- ...69% der Arbeitnehmenden von ihrem Unternehmen erwarten, dass dort Weiterbildungsmöglichkeiten angeboten werden
- ...nur 19% der Arbeitnehmenden in letzter Zeit digitale Kompetenzen, hingegen 48% technische oder tätigkeitsspezifische Kompetenzen erworben haben
- ...61% der Arbeitnehmenden der Meinung sind, sie sollten sich selbst darum bemühen, neue Kompetenzen zu erwerben

Die Ergebnisse unterstreichen die Bedeutung von regelmässigen Weiterbildungen zur Kompetenzerweiterung oder zu Umschulungszwecken. Sie beleuchten den aktuellen Fachkräftemangel und zeigen die aktuellen Weiterbildungstendenzen von Seiten Unternehmen, Arbeitnehmenden und Staat auf.

Im Fokus der Studie stehen Angestellte zweier Branchen (Finanzen/Versicherungen und Konsumgüter/Einzelhandel) in neun Ländern (China, Frankreich, Indien, Italien, Japan, Singapur, Schweiz, GB und USA). Die Ergebnisse für die Schweiz werden heute vorgestellt, die komplette Studie wird Mitte November 2018 veröffentlicht werden.

Bei genauerer Betrachtung der Ergebnisse stellen wir fest, dass Schweizer Arbeitnehmende am meisten Unterstützung bei der Identifikation ihres Weiterbildungsbedarfs erhalten (52% stellen Lücken im Rahmen des jährlichen Leistungsbeurteilungsgesprächs im Unternehmen fest, gegenüber 44% insgesamt) und dass sie bei ihrer Weiterentwicklung weniger proaktiv sind als Arbeitnehmende in anderen Ländern (24% der Schweizer Arbeitnehmenden entdecken Kompetenzlücken durch eigene Recherchen, gegenüber 38% insgesamt). Selbst wenn sich Schweizer Arbeitnehmende hinsichtlich des Erwerbs neuer Kompetenzen selbst in der Pflicht sehen, besteht noch immer eine Erwartungshaltung gegenüber dem Arbeitgeber, Weiterbildungsmöglichkeiten für sie zu entwickeln (69%, gegenüber 59% insgesamt). Interessant dabei ist, dass sie die Weiterbildungen lieber bei spezialisierten Anbietern als bei ihrem Arbeitgeber wahrnehmen würden (49%, gegenüber 37% insgesamt).

Die Studie zeigt ausserdem, dass Schweizer Arbeitnehmende beim Erwerb digitaler Kompetenzen den Arbeitnehmern in den anderen Ländern leicht hinterherhinken (z. B. Künstliche Intelligenz, Machine Learning, Data Analytics, Data Mining, Design Thinking, Digital Design, Digital Marketing, Programmieren, Datenanalyse) und eher am Ausbau tätigkeitsspezifischer und technischer Kompetenzen interessiert sind (z.B. Buchhaltung, Marketing, Finanzen, Personalwesen, Analysis, IT). Von den Schweizer Befragten gaben 19% an, zuletzt digitale Kompetenzen erworben zu haben, gegenüber 39% in der Gesamtbetrachtung aller Länder. Gleichzeitig gaben 48% der Schweizer Befragten an (gegenüber 30% insgesamt), technische oder auf die Tätigkeit bezogene Kompetenzen erworben zu haben.



THE ADECCO GROUP

Nicole Burth, CEO der Adecco Gruppe Schweiz, erklärt dazu: «Der aktuelle Fachkräftemangel ist darauf zurückzuführen, dass die auf dem Markt verfügbaren Kompetenzen nicht mit den nachgefragten Kompetenzen übereinstimmen. Weiter werden in den kommenden Jahren weniger junge Personen in den Schweizer Arbeitsmarkt treten, während die zahlreicheren «Babyboomer» in Rente gehen werden. Daher sind wir gut beraten, in die Weiterbildung von digitalen Kompetenzen zu investieren. So können die neuen, digitalen Tools besser genutzt werden und die Produktivität jedes Einzelnen kann gesteigert werden.»

Daniel Kessler, Partner und Managing Director sowie Schweiz-Chef bei der Boston Consulting Group, ergänzt: «Wie Unternehmen sich auf die bevorstehenden Veränderungen vorbereiten können, ist derzeit ein viel diskutiertes Thema bei den meisten unserer Kunden. Wir beobachten, dass Führungskräfte sich häufig Sorgen machen, ob ihre Mitarbeitenden dazu bereit sind, sich zu verändern und neue Kompetenzen zu erwerben. Es ist sehr positiv, dass Arbeitnehmende die Verantwortung zur Weiterentwicklung ihrer Fähigkeiten bei sich selbst sehen, und es ist ein starkes Signal an die obere Führungsebene eines Unternehmens, ihre Beschäftigten zu unterstützen.»

Über die Studie

Die in mehreren Ländern durchgeführte Studie untersucht die Jobkompetenzen der Zukunft für Arbeitnehmende. Die Studie wird Mitte November 2018 veröffentlicht. Sie dreht sich insbesondere um die Frage, ob Arbeitnehmende künftig selbst für die Identifikation und den Erwerb von Kompetenzen verantwortlich sind. Werden in Zukunft die Unternehmen ihre Beschäftigten mit den erforderlichen Kompetenzen ausstatten? Oder werden öffentliche Institutionen Strukturen aufbauen, um Arbeitnehmende und Unternehmen angesichts einer ungewissen Zukunft zu unterstützen?

Die Studie beleuchtet die Einstellungen von Arbeitnehmenden zu Kompetenzen und zu Weiterbildungen, die Haltung von Unternehmen in Bezug auf die Vorbereitung ihrer Belegschaft auf die Zukunft und die Rolle, die öffentliche Institutionen bei der Beschleunigung des Erwerbs neuer Kompetenzen spielen. Sie gibt auch Auskunft über erfolgreiche Praktiken, die im Rahmen der Forschungsarbeit evaluiert wurden. Ebenfalls werden Möglichkeiten zur Beseitigung der Kompetenzlücken aufgezeigt.

Die Studie konzentriert sich auf zwei Branchen, die in den letzten Jahren erheblichen Veränderungen unterworfen waren: Konsumgüter/Einzelhandel und Versicherungen/Bankensektor. Im Fokus der Studie sind Arbeitnehmende, da diese Gruppe in bisherigen Studien weniger Beachtung fand. Die Studie wurde in neun Ländern durchgeführt: China, Frankreich, Indien, Italien, Japan, Singapur, Schweiz, GB und USA.

Kontakt

Medienstelle The Adecco Group Switzerland

Annalisa Job, Tel. +41 79 560 48 32, press.office@adeccogroup.ch



THE ADECCO GROUP

Markenfamilie der The Adecco Group Schweiz



THE ADECCO GROUP



Adecco

Spring
Professional



pontoon

LEE HECHT
HARRISON

Über The Adecco Group Switzerland

The Adecco Group Switzerland ist Schweizer Marktführer im Bereich Human Resources. Mit über 600 Mitarbeitenden an über 50 Standorten in allen Sprachregionen verhelfen wir jährlich rund 23'000 Fachkräften zu neuen beruflichen Herausforderungen. Unsere Brands sind in ihrem jeweiligen Fachgebiet spezialisiert. The Adecco Group Switzerland bietet massgeschneiderte Lösungen für Stellensuchende sowie für kleine, mittlere und grosse Unternehmen im Bereich Human Resources an: Feststellenvermittlung, Temporär-Vermittlung, Payroll Services, Ausgliederung und Auslagerung von ganzen HR-Prozessen, Karriereplanung, Talentförderung und -mobilität. In der Schweiz sind wir mit folgenden Marken vertreten: Adecco, Adia, Spring Professional, Badenoch & Clark, Pontoon Solutions und Lee Hecht Harrison.

The Adecco Group Switzerland ist ein Unternehmen von The Adecco Group, internationaler Marktführer im Bereich Human Resources, der für die Arbeitswelt im Bereich Technologie und Talentmanagement neue Massstäbe setzt. The Adecco Group mit Hauptsitz in Zürich beschäftigt weltweit rund 34'000 Mitarbeitende in 60 Ländern und Regionen. Das Fortune-Global-500-Unternehmen ist an der SIX Swiss Exchange kotiert.