



Green Jobs liegen vor allem bei jungen Menschen hoch im Kurs

TAMAROV/ISTOCKPHOTO.COM

Unternehmenswerte zählen

Employer Branding. Nachhaltigkeit wird immer mehr zum entscheidenden Faktor bei der Wahl des Arbeitgebers

Der grüne Wandel ist längst in der Wirtschaft angekommen: 90 Prozent der Unternehmen in der EU und den Vereinigten Staaten haben bereits Handlungen unternommen, um ihre Prozesse oder ihren Output nachhaltiger zu gestalten. Laut Green Tech Radar 2023 schätzen 61 Prozent der Unternehmen, dass der Klimawandel in den nächsten Jahren einen hohen bis sehr hohen Einfluss auf ihre Unternehmensstrategie haben wird. Gleichzeitig hat der grüne Wandel aber auch Auswirkungen darauf, wie Arbeitnehmer ihre Arbeitswelt sehen und welchen Arbeitgeber sie als attraktiv empfinden.

„Sinnhaftes Arbeiten mit einem Purpose, der die Welt eher besser als schlechter macht, ist hoch im Kurs. Immer mehr Menschen erwärmen sich für die sogenannte Work-Survive-Balance. Man arbeitet lieber dort, wo die Geschäftsmodelle CO₂ reduzieren als dort, wo sich Unternehmen durch Zertifikate freikaufen“, erklärt Karin Krobath, Partnerin bei identify. Besonders für junge Menschen sind Nachhaltigkeit und Umweltschutz zunehmend entscheidende Faktoren, sie wollen in ihrem Beruf nicht an der Zerstörung der Umwelt Geld verdienen. Wichtig ist, dass ökologische und soziale Verantwortung vom Unternehmen mitgetragen und gelebt wird – dies sorgt für Identifikation mit dem Unternehmen.

Glaubhaftes Engagement
 In Zeiten des Fachkräftemangels ist es für Unternehmen wichtig, sich durch nachhaltiges

Handeln oder Produzieren als attraktiver Arbeitgeber zu präsentieren. Jedoch muss das Engagement glaubhaft sein. „Außen hui und innen pfui war nie eine gute Idee im Employer Branding, aber heutzutage geht es gar nicht mehr: Menschen recherchieren nach, tauschen sich aus und entlarven gerne, in dem sie Shitstorms auslösen. Kann man glaubhaft seine eigene nachhaltige Wirtschaftsweise kommunizieren, dann am besten schon in der Unternehmensvision oder im Purpose-Statement. Diese Fixsterne helfen dem Personalmarketing substanziell, weil man sich immer wieder darauf bezieht und so eine grüne Employer Brand aufbauen kann“, so Karin Krobath.

Silke Kurtz, Geschäftsführerin bei Iventa, stimmt dem zu: „Es geht hier nicht nur ums Präsentieren, sondern auch darum, diese Themen in den nachhaltig-orientierten Unternehmenswerten und damit der Arbeitgebermarke zu verankern, kein Greenwashing zu betreiben, sondern tatsächlich wirksame Maßnahmen vorzeigen können. Etwas Nachhaltigkeitsinitiativen sollten transparent kommuniziert werden und Projekte und Ziele offen dargestellt. Nur so kann Nachhaltigkeit über eine Arbeitgebermarke authentisch kommuniziert werden.“

Nachhaltigkeitsstrategie
 Doch was muss ein Unternehmen bieten, um für Bewerber als nachhaltig zu gelten? „Grundsätzlich kommt es auf die Branche an, da der Blickwinkel die Sichtweise verändert. Generell kann man aber



IDENTIFY, THOMAS HINTERBERGER

„Immer mehr Menschen erwärmen sich für die sogenannte Work-Survive-Balance“

Karin Krobath identifiziert



IVENTA

„Werden Willen und Ergebnisse zeigt, kriegt die passenden Talente“

Silke Kurtz Iventa

Folgendes sagen. Eine transparente Nachhaltigkeitsstrategie, gepaart mit messbaren Zielen bietet die Basis für glaubwürdige Nachhaltigkeit. Greenwashing auf oberflächlicher Ebene wird erkannt und damit verliert das Unternehmen an Glaubwürdigkeit bei Bewerbern und dementsprechend später Mitarbeiter. Nachhaltigkeit geht über Umwelthemen hinaus, das heißt die Verantwortung gegenüber Mitarbeitern muss in dieser Strategie verankert

und mit Maßnahmen – Diversität, soziales Engagement, Nachhaltige Arbeitsplätze, gesunde Arbeitsbedingungen, Finanzierung der Öffi-Jahreskarten – gefüllt sein“, erklärt Silke Kurtz und weiter: „Junge Menschen sehen genau hin und erkennen schnell, was hinter Jobmarketing und ‚Green Jobs‘ steckt. Unternehmen bewerben diese, beziehungsweise ihre Maßnahmen, zunehmend mehr und zeigen damit, dass sie zukunftsorientiert sind. Mer

den Willen und Ergebnisse zeigt, kriegt die passenden Talente.“

Arbeitgebermarke

Die Rolle des Employer Branding beim Recruiting ist groß und sollte nicht unterschätzt werden. Ein gutes Employer Branding zieht sich über den kompletten Employee Life-cycle, also vom ersten Kontakt mit dem Unternehmen bis zum Ende des Dienstverhältnisses, und darf dabei nichts von seiner Authentizität verlieren. Es schafft eine attraktive Arbeitgebermarke und vermittelt ein klares Bild zu den Werten, der Kultur und den langfristigen Zielen des Unternehmens. Nur so kann ein Unternehmen die richtigen Menschen für eine dauerhafte, glückliche und erfolgreiche Zusammenarbeit finden. Krobath: „Man muss sich das Thema wie ein Fußballmatch vorstellen. Wenn nur Recruiting im Sturm auf das Tor zielt, gelingt nicht viel. Spiele werden gewonnen, wenn es ein starkes Mittelfeld (eine gut aufgesetzte Employer Brand) und eine starke Verteidigung gibt. Das sind in unserem Fall die Führungskräfte. Ihre Rolle ist sicher noch größer als die der Employer Brand. Menschen entscheiden sich zwar für Marken, aber sie verlassen ihre unmittelbaren Vorgesetzten. Employer Branding buchstabieren wir daher in unseren Projekten immer durch den gesamten Mitarbeiter Life Cycle. Neben den Touchpoints in Personal- und Kommunikationsabteilung ist Führungskräfte-Schulung das A & O einer stabilen Arbeitgebermarke.“

HELENE TUMA



Nachhaltigkeit muss glaubhaft präsentiert werden

Definition von Green Jobs in Österreich

Als Green Jobs werden Arbeitsplätze im Umweltsektor bezeichnet. Laut Definition der Europäischen Union (EU) sind Green Jobs Arbeitsplätze in der Herstellung von Produkten, Technologien und Dienstleistungen, die Umweltschäden vermeiden und natürliche Ressourcen erhalten. Der Hauptzweck von Green Jobs ist der Beitrag zum Umweltschutz. Daher können in allen wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Bereichen Green Jobs gefunden werden bzw. können sich bestehende Berufsbilder zu Green Jobs wandeln. Berufe mit hohem Qualifikationsniveau gehören ebenso wie Lehrberufe oder Hilfsarbeiten. Die Berufsliste der Green Jobs enthält in Österreich 536 Berufe und darunter als Teilmenge 190 sogenannte Green Jobs (AMS Berufssystematik). 126 Lehrberufe werden als grüne Lehrberufe definiert. (Stand: Februar 2024)