

«New Work» rückt den Menschen und seine Bedürfnisse in den Mittelpunkt»

Die Human-Resources-Profis Philipp Hammer und Amir Murtezi von der Wilhelm AG in Vaduz über Veränderungen im Bewerbungsprozess, das Umdenken der Arbeitgeber sowie die Sehnsüchte und Bedürfnisse der Arbeitnehmer.

Interview: Dunja Goop

Das heutige «Wirtschaft regional»-Special «Top Arbeitgeber» rückt das Thema «New Work» in den Fokus. Inwieweit betrifft das Thema Ihre Branche?

Philipp Hammer: Das Thema «New Work» betrifft uns alle. Es ist ein Megatrend. Ein globales, vielschichtiges Phänomen, welches all unsere Lebensbereiche betrifft und uns über Jahrzehnte hinweg begleiten wird. Im Moment befinden wir uns am Anfang.

Stichworte «Homeoffice» und «Videocall»: Inwiefern ist das Thema «New Work» auch ein Kind der Coronapandemie?

Hammer: Eine Krise ist auch immer eine Chance. Daher war die Pandemie hier sicherlich ein Beschleuniger. Sie hat uns keine Wahl gelassen, wenn man etwa nur einmal – wie angetönt – das Stichwort Homeoffice heranzieht.

Wie definieren Sie als Profi im Bereich Executive Search und Assessment den Begriff des «New Work»?

Hammer: Den Begriff «New Work» gibt es bereits seit vielen Jahren und er wurde in den 1980er-Jahren geprägt. Es ist ein vielschichtiger Begriff und eine wirklich feststehende Definition gibt es nicht. Wir verwenden den Begriff gerne, um den Paradigmenwechsel zu benennen. Denn «New Work» bricht mit den Regeln der bisher klassisch kapitalistisch geprägten Vorstellung von Karriere und Erfolg, stellt die Machtverhältnisse völlig infrage und rückt den Menschen mit seinen Bedürfnissen, seinen Emotionen und seinen Motivationen in den Mittelpunkt.

Apropos Umbruch: Kommt es beim «New Work» auch zu einem Generationenkonflikt?

Amir Murtezi: In gewisser Weise kann man das schon sagen. Gerade Führungskräfte der alten Schule haben des Öfteren Schwierigkeiten, aus ihrem Rollendenken auszubrechen. Sie haben Schwierigkeiten loszulassen, die Kontrolle abzugeben, weil sie denken, nur so funktioniere es.

Früher hat der Arbeitgeber aus einer Vielzahl an Bewerbern auswählen können, jetzt hat sich das Blatt aufgrund des Arbeitskräftemangels in vielen Branchen tendenziell gewendet.

Hammer: Das stimmt, früher war es ein Angebotsmarkt, auf welchem vor allem der Arbeitnehmer den Arbeitgeber bezirzen musste. Das ist zwar heute vom Vorgehen her nicht anders, nur hat sich das Blatt gewendet. Der Arbeitsmarkt wurde zum Nachfragemarkt, wo sich nun Unternehmen stärker darum bemühen, attraktive Arbeitgeber zu sein. «New Work» braucht New Hiring – angefangen beim Employer Branding über das Finden von Talenten bis hin zu flexiblen Arbeitsmodellen oder zur Candidate Experience.

Wir befinden uns erst am Anfang eines Paradigmenwechsels hin zu «New Work», wie Sie vorhin schon erwähnt haben. Somit ist «New Work» nicht «nur» ein Trend?

Hammer: Davon gehen wir aus und



Philipp Hammer (l.) und Amir Murtezi sehen den Begriff «New Work» als einen Paradigmenwechsel in der Arbeitswelt an.

Bilder: Tatjana Schnalzer

fühlen uns in diesem Zusammenhang auch beispielsweise durch die Zukunftsforscher bestätigt, die beim Thema «New Work» ebenfalls von einem Megatrend sprechen.

Was konkret ändert sich im Zuge von «New Work» bei der Rekrutierung von Personal?

Murtezi: Es ist natürlich auch eine grosse Herausforderung für uns. Denn durch die Pandemie und die krisen geprägten Jahre haben sich auch für uns neue Aspekte aufgetan – etwa beim Stichwort «Homeoffice»: Mittlerweile fragen Bewerber gezielt, ob Homeof-

office beim betreffenden Unternehmen überhaupt möglich ist. Ist das nicht der Fall, haben sie oftmals gar kein Interesse mehr, dort zu arbeiten. In den vergangenen zwei Jahren haben sich Arbeitnehmer daran gewöhnt, zumindest teilweise von daheim aus arbeiten zu können.

Hammer: Obwohl man hier auch beide Seiten der Medaille betrachten muss: Homeoffice hat seine Vor-, aber auch Nachteile. Und das ist das, wo ich meine, wir befinden uns am Anfang des Paradigmenwechsels. Die Ideen rund um bedürfnisgerechtere, agile und adaptivere Arbeitsstrukturen sind vielfältig. Unsere Aufgabe besteht jetzt darin, auszuprobieren, die Nachteile abzufedern und die kulturelle Transformation verträglich zu gestalten. Beim Homeoffice hat man rasch bemerkt, dass der soziale und kulturelle Aspekt zu kurz kommt. Das Büro bleibt auch in Zukunft wichtig, wird sich aber wandeln. Es ist nicht nur ein Ort, an dem man von 8 bis 17 Uhr ist. Es wird zum Ort, an dem man interagiert, wo das Wir-Gefühl entsteht. Der Arbeitsort wird viel offener und kreativer.

Denken Sie, dass sich dies in den kommenden Jahren noch zuspitzen wird?

Hammer: Ja. Gerade mit den Generationen Y und Z, die jetzt langsam auf den Arbeitsmarkt drängen. Diese jungen Arbeitnehmer haben andere Bedürfnisse. Sie suchen nach Sinnhaftigkeit, nach einem Ort, an dem sie sich wohlfühlen. Wohlbefinden und Frei-

heit sind wichtige Schlagworte, die – eben – in klarem Zusammenhang mit «New Work» stehen.

Was zeichnet im Kontext von «New Work» einen guten Arbeitgeber aus?

Murtezi: Flexibilität, etwa bei den Arbeitszeiten. Denn 80 Prozent ist das neue 100 Prozent. Hier müssen die Arbeitgeber sicherlich flexibler werden. Aber auch, dass der Arbeitgeber den Arbeitnehmer fördert und Kompromisse eingeht – ansonsten kommt man an die guten Kandidaten nicht mehr heran.

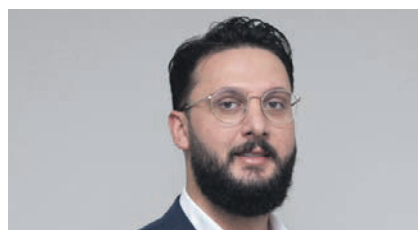
«New Work» ist ein Megatrend.»

Welche Ausbildungswege qualifizieren sich klassischerweise für Tätigkeiten im «New Work»?

Hammer: Das ist eine knifflige Frage und ich habe mir darüber auch schon Gedanken gemacht. Ein grosser Vorteil unseres Bildungssystems ist die Durchlässigkeit, das heisst: Es führen grundsätzlich viele Wege nach Rom. Wenn wir aber schauen, warum der Megatrend überhaupt zustande kam, war und ist die Digitalisierung sicherlich ein wesentlicher Treiber. Jedes Programm, jeder Lehrgang, der Aspekte der Digitalisierung in sich trägt, bietet eine gute Vorbereitung. Es braucht aber auch gewisse Grundtugenden, die nur schwer erlernbar sind. Denn um mit den neuen Freiheiten und flexibleren Strukturen umgehen zu können, braucht es neben Veränderungsbereitschaft, Mut und Neugier vor allem auch Eigenverantwortung – man muss sich selbst führen und Dinge hinterfragen können.

Inwieweit wendet die Wilhelm AG «New Work» an?

Murtezi: Auch bei uns im Unternehmen ist «New Work» selbstverständlich ein Thema. Etwa haben wir bei der Assistenz ein Jobsharing-Modell. Wir haben mit Amir Murtezi einen Remote-Worker und versuchen Work-Life-Blending zu leben. Natürlich haben wir unsere starren Bürozeiten, versuchen aber, dass Privates und Berufliches ineinander überfließen können. Ein Geben und Nehmen, das Effizienz, Innovation und Motivation fördert.



Amir Murtezi
Stv. Geschäftsleiter der Wilhelm AG Vaduz



Philipp Hammer
Geschäftsleiter der Wilhelm AG Vaduz