



Kampagne «Alter hat Potenzial»: Forum 2 vom 25. Oktober 2016

Haben Arbeitnehmende ein Verfalldatum?

(Regierungsrat Matthias Michel, Volkswirtschaftsdirektor)

Sehr geehrte Damen und Herren

Wenn ich in die Runde schaue, dann trifft der Titel der Kampagne «Alter hat Potenzial» auf viele von uns Anwesenden zu. Ich könnte den Titel der Kampagne dementsprechend ergänzen: «Alter hat Potenzial ... und davon gibt es eine ganze Menge». Ihr zahlreiches Erscheinen unterstreicht die Notwendigkeit dieser Kampagne und zeigt eine Diskrepanz auf zwischen den Forderungen ungezählter Studien einerseits sowie der Realität andererseits.

Haben Arbeitnehmende ein Verfalldatum?

Der Titel des heutigen Forums tönt provokativ bis abschreckend. Kann denn ein Mensch ein Verfalldatum haben? Bis weit in die Mitte des letzten Jahrhunderts waren Arbeitnehmende vieler Berufe im Alter von 50 Jahren im sprichwörtlichen Sinn abgearbeitet und sehnten sich nach der wohlverdienten Pensionierung. Bis dorthin war es aber oft noch ein - subjektiv empfunden - langer Weg, und die Leistungsfähigkeit nahm zusehends ab. Heutzutage hingegen steigt die Lebenserwartung und die Bevölkerungspyramide steht Kopf. Frauen und Männer in hochentwickelten Ländern leben nicht nur länger als anderswo, sondern im Durchschnitt auch lange Zeit gesünder, ohne Krankheit und Behinderungen. Diese deutlich verbesserte persönliche Verfassung und die höhere Lebenserwartung liessen die Fähigkeit und den Wunsch - aber auch den Zwang -, länger im Job zu bleiben, wachsen. Einerseits soll der verlängerte, letzte Lebensabschnitt finanziell besser abgesichert sein und andererseits steht wohl auch der grössere, innere Antrieb nach Erfüllung, Anerkennung und aktiver Gestaltung des Alltags im Vordergrund.

Ungeachtet dessen halten sich stereotype und negative Bilder «vom Alter» hartnäckig. Diese erschweren die Stellensuche für ältere Arbeitnehmende. Es kann vorkommen, dass ab einem gewissen Alter die Bewerbungen von vornherein aussortiert werden, auch wenn die fachliche Qualifikation eines Kandidaten oder einer Kandidatin für einen Job passen würde. Ähnliche Schwierigkeiten können aufgrund solcher Altersbilder auch in einem Team mit breiter Altersstruktur aufkommen.

Fakten der Arbeitslosigkeit

«Restrukturierungen, Schliessungen und immer trifft es die älteren Arbeitskräfte». So oder ähnlich könnte die Wahrnehmung sein, wenn man das Echo aus den Medien interpretiert. Ich überlasse Ihnen eine Bewertung.

(Folie mit Arbeitslosenquote Sept. 2016)

Fakt aber ist, dass per Ende September 2016 die Arbeitslosenrate bei über 50-jährigen 2,7 Prozent betragen hat und somit ganze 0,6 Prozentpunkte tiefer liegt als jene der sogenannten leistungsfähigsten Altersgruppe zwischen 25 und 50 Jahre.

(Folie mit Langzeit- Arbeitslosenquote Sept. 2016)

Fakt ist ebenso, dass von den über 50-jährigen Arbeitslosen 28,3 Prozent länger als ein Jahr ohne Arbeit und damit langzeitarbeitslos sind. Bei den 25-50-jährigen ist der Anteil Langzeitarbeitsloser nur halb so gross, nämlich 15,4 Prozent. Fazit ist, dass das Risiko für ältere Arbeit-

nehmende arbeitslos zu werden unterdurchschnittlich (aber zunehmend) ist, das Risiko längere Zeit arbeitslos zu bleiben hingegen doppelt so gross ist.

(2 Folien mit Zahlen zur Arbeitslosigkeit)

Bedürfnisse der Arbeitgeber

Die Unternehmen und insbesondere jene, die im internationalen Markt stehen, sind einem enormen Druck betreffend Produktivität und Wertschöpfung ausgesetzt. Diesem wirtschaftlichen Druck kann nur standhalten, wer sich nur durch Effektivität, Effizienz und Innovation auf allen Stufen erfolgreich behauptet. Dies zwingt die Unternehmen dazu, möglichst alle Stufen und Funktionen bestmöglichst zu besetzen. Das bedeutet, für jede Position das geforderte Profil zu marktüblichen Preisen zu finden. Diese Vorgabe hat Auswirkungen auf den Arbeitsmarkt. Es gilt deshalb, in jeglicher Hinsicht flexibel zu bleiben, sei dies nun betreffend Aus- und Weiterbildung sowie betreffend inhaltlicher und räumlicher bis hin zu finanzieller Ausrichtung des Jobs. Der CEO der Swiss Life Group, Patrick Frost, hat dies wie folgt ausgedrückt (NZZ vom 8. Sept. 2016): «Es bedeutet, anders und länger zu arbeiten. Das traditionelle Drei-Phasen-Modell (Ausbildung, Erwerbstätigkeit, Ruhestand) unserer Grosseltern und Eltern wird durch ein Multi-Phasen-Modell abgelöst.» Diese geforderte Flexibilität kann bei den direkt Beteiligten zu Überforderung führen. Es ist deshalb unabdingbar, dass die öffentliche Hand und die Arbeitgeber unterstützend wirken und den Prozess aktiv angehen sowie die nötigen Strukturen und Rahmenbedingungen zur Verfügung stellen. So fordert der eben zitierte Patrick Frost deshalb von den Arbeitgebern (somit auch von sich selbst als CEO einer grossen Arbeitgeberin), dass sich diese für nachhaltige Lösungen einsetzen. Die geforderte Flexibilität liegt aber letztlich in der persönlichen Verantwortung jedes Einzelnen im Verbund mit den Arbeitgebern und dem Staat.

(Folie mit aktuellen politischen Themen)

Aktuelle politische Themen beeinflussen oder verkomplizieren gar die Situation: Stichworte wie Fachkräftemangel, Demografie, Immigration und Inländervorrang, spekulativ überhöhter Frankenkurs, Hochpreisinsel Schweiz, etc.

Auslegeordnung durch Fachleute, Betroffene und Behörden

Im Mai 2016 trafen sich rund 60 Fachleute, Betroffene und Behörden zu einem Round Table, und starteten den Versuch, gemeinsam eine Auslegeordnung zu machen. Es galt, «Druckpunkte» und Lösungsansätze aus Sicht der älteren Arbeitnehmenden und Stellensuchenden sowie aus Sicht der Arbeitgebenden zu benennen.

(Folie mit Schlagworten vom Round Table und Link zur Website)

Die Fülle an Ideen soll auf dieser Folie sichtbar werden, ohne Anspruch auf Vollständigkeit zu erheben. Gerne verweise ich auch auf die Website der Kampagne. Zu den grössten «Druckpunkten» gehören die Teamkonstellation Jung und Alt, die Lohn- und Sozialkosten sowie das Vorurteil der mangelnden Flexibilität der älteren Erwerbstätigen. Weitere Herausforderungen bilden Schlagworte und z.T. Vorurteile wie Verunsicherung der Älteren, Arbeitsmarktfähigkeit, körperliches Leistungsvermögen, Auffassungsgabe, fehlende oder veraltete Diplome, Selektion, Altersguillotine, Angst vor Jobverlust usw.

All diese Themenbereiche wurden daraufhin durch die sogenannten Spurgruppe, die aus allen gesellschaftlichen Anspruchsgruppen (Stakeholders) zusammengesetzt ist und die ganze

Kampagne begleitet, kategorisiert und priorisiert. Die entsprechenden Dokumente finden Sie ebenfalls auf der genannten Website.

Drei Schwerpunktthemen an der Podiumsdiskussion

Der Round Table und die Spurgruppe haben klar aufgezeigt, dass die Realität der Wunschvorstellung noch einiges hinterherhinkt. Gleichzeitig hat sie unrealistische von realistischen Vorstellungen getrennt und sich in einem gemeinsamen Auswahlverfahren für drei Schwerpunktthemen entschieden, die nun näher beleuchtet werden sollen und heute Abend im Fokus der Podiumsdiskussion stehen. Die drei Themen sind:

- Akzeptanz und Offenheit für neue Laufbahnmodelle (beispielsweise Bogenkarriere)
- Auftrittskompetenz und Selbstvermarktung älterer Arbeitnehmenden
- Diversity resp. Age Management im Team und im ganzen Unternehmen

Mein Wunsch an die Kampagne

Die Kampagne will überholte und falsche Altersbilder auflösen. Ich bin zuversichtlich, dass wir - wenn wir alle anfangen umzudenken - alte Denkmuster aufbrechen und das Alter neu als Potenzial wahrnehmen und als Chance nutzen können. Der Aufschwung beginnt bekanntlich im Kopf - doch darf dort nicht halt machen.

Diese Zuversicht schöpfe ich nicht nur aus Ihrer zahlreichen Anwesenheit, sondern auch am spontanen Engagement aller, die am ersten Forum und an den zwei Round Table teilgenommen haben. Alle Beteiligten sind sich bewusst, dass Handlungsbedarf besteht. Ein starkes Zeichen hat auch die Zuger Wirtschaft gesetzt. So freut es mich sehr, dass die angefragten Firmen, die zu den grössten Arbeitgebern im Kanton Zug gehören, spontan für ein Sponsoring des heutigen Anlasses zugesagt haben.

Übergabe an Werner Schächli für Leitung der Podiumsdiskussion

Nun übergebe ich an Werner Schächli, Inhaber der Agentur Creafactory in Zug, der das nun folgende Podium moderiert. Ich bin gespannt auf die Ausführungen zu den drei genannten Themenbereichen.