



# Willkommen im Atelier 1

Fit für den Wettbewerb –  
welche Wege führen zum Erfolg

Bern, 27. November 2023

# Cristina Schaffner

Direktorin Bauenschweiz

# Dörte Resch

Leiterin Institut für Kooperationsforschung und –entwicklung FHNW

# Geschlechterintegratives Branding

**Berufe attraktiver machen**

Prof. Dr. Dörte Resch  
27.11.2023





Was denken Sie – welche Personen sehen sich selbst als geeignet, wenn Sie dieses Bild der Bauberufe sehen?



Quelle: <https://www.youtube.com/watch?v=iuOIMXgkNeE>

# Wie stellen sich Laien eine typische Fachperson vor, die in der Informatik arbeitet?



Bildquelle: <https://www.it-zoom.de/it-mittelstand/ekarriereplaene-von-it-jobbeinsteigern-13179/>

**Wie** (*auf Basis welcher Verständnisse*) **erzeugt**  
**sich das** (*stereotype*) **Bild eines Berufes**  
*und*

**Wie kann es zugänglicher für eine  
breitere Zielgruppe gestaltet werden?**

# Branding-Zyklus



Branding-Zyklus in Anlehnung Resch & Nussbaumer 2019

«Der Arbeitstag eines Informatikers beginnt mit dem Anschalten seiner Rechner. Alles dreht sich hier um Computer.»

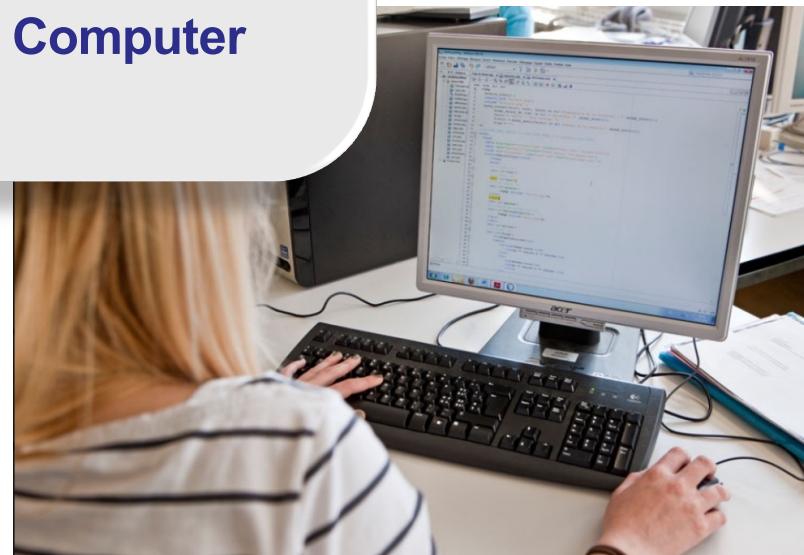
*(Informationsvideo auf [berufsberatung.ch](http://berufsberatung.ch))*



Grundannahme:  
**ICT = Computer**

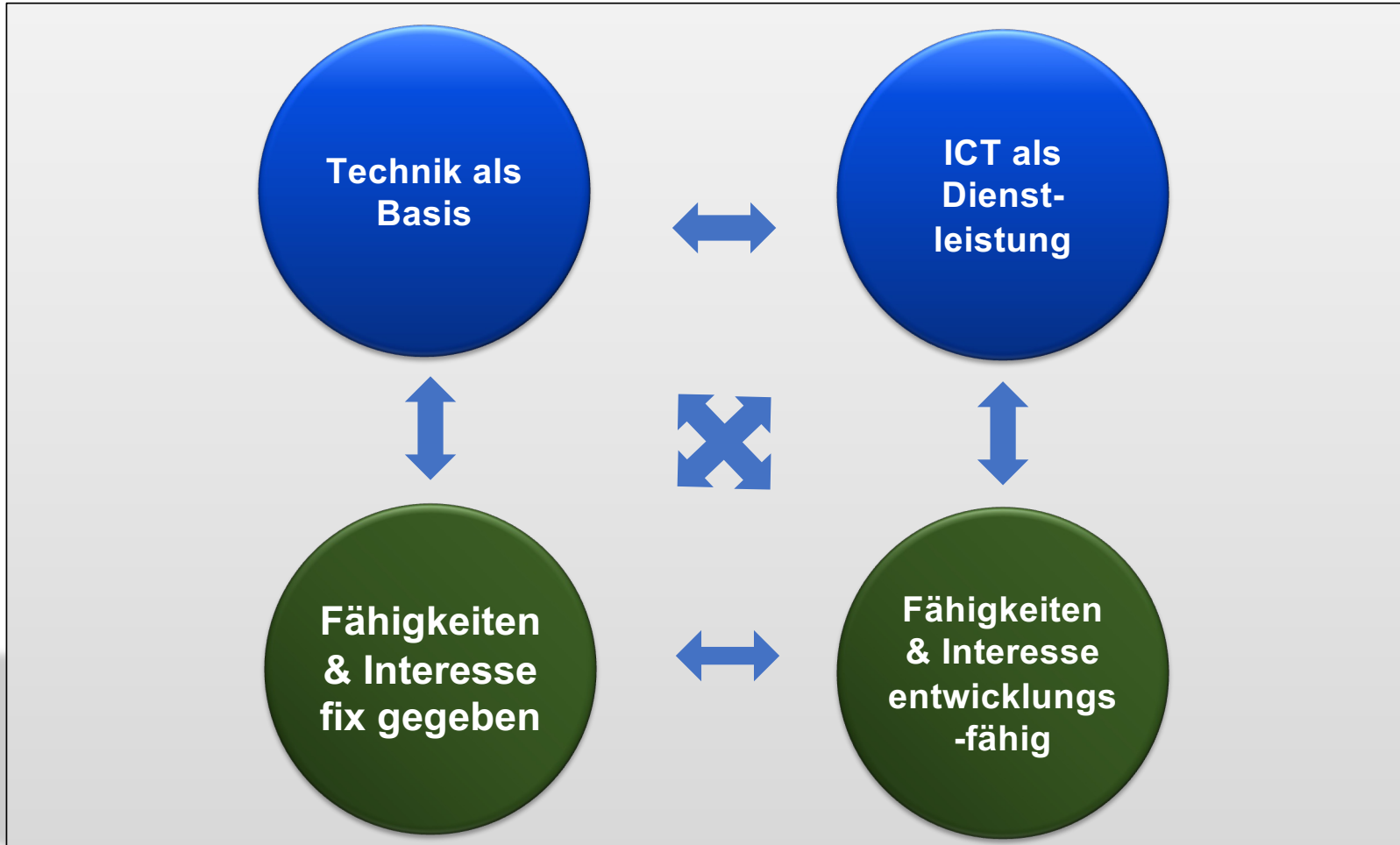


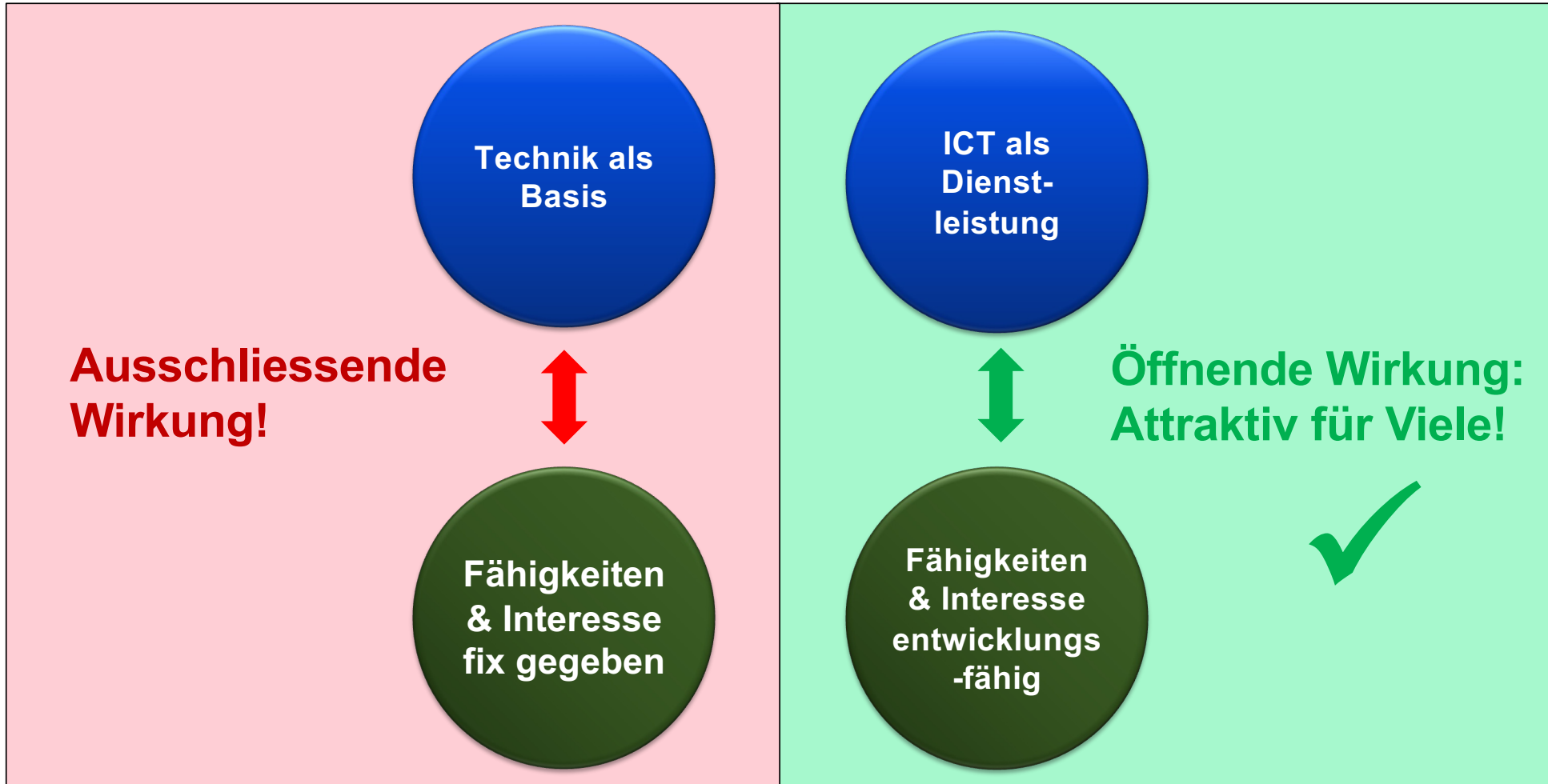
[berufsberatung.ch](http://berufsberatung.ch), Informatiker EFZ, «Ein Blick auf...»



[berufsberatung.ch](http://berufsberatung.ch), Informatiker/in EFZ









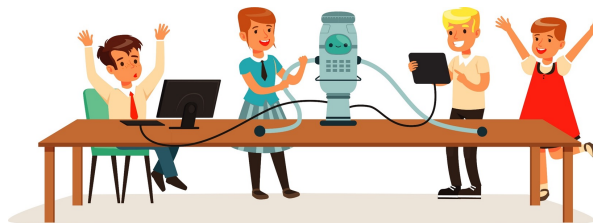
## Ergänzende Handlungstipps (*Auszug*)\*

### Do's: Bildmaterial

- Bilder ohne Computer oder mit dem Computer nur im Hintergrund
- Situationen im Team oder mit Kundschaft
- Authentische und professionelle Personen
- Frauen aktiv abbilden (nicht nur als Lernende!)
- Vielfalt von Informatiker\*innen abbilden

### Do's: Zielgruppengerechtes Ansprechen

- Verwendung alltagsnaher Sprache ohne ICT-Fachbegriffe
- Konkrete und vielfältige Beispiele von Berufen und Tätigkeiten
- Geschlechtergerechte Sprache
- Positive Emotionen ansprechen (Spas, Nutzen, Sinn)
- Gute Zukunftsaussichten im Arbeitsmarkt betonen

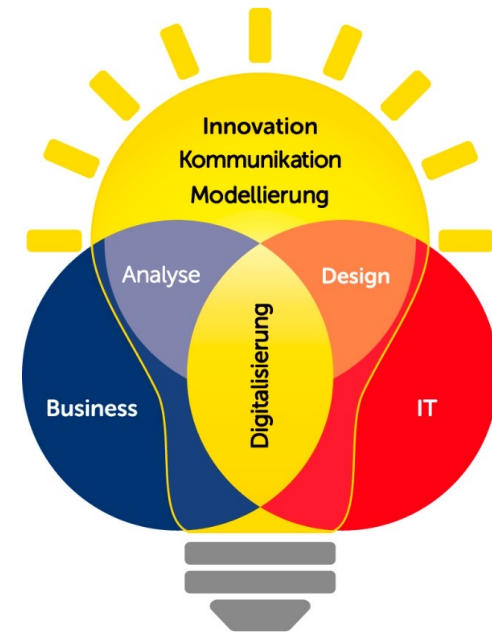


\*siehe Flyer «ICT attraktiv vermitteln»

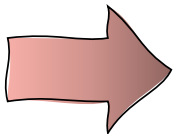
# Re-Branding: Erarbeitung Markenidentität & Value Propositions

„Business und IT verstehen, Menschen motivieren und vernetzen, innovative Lösungen finden und umsetzen – das ist die Welt der **Wirtschaftsinformatik**“

- Business mit IT gestalten
- Jobs für die digitale Zukunft
- Unterschiedliche Perspektiven einnehmen
- Kompetent mit Menschen zusammenarbeiten
- Business und IT von Grund auf lernen



© Hochschule für Wirtschaft FHNW



**Steigerung des Anteils weiblicher Studierender um 73%, Studienanfänger\*innen um 92%**

# Attraktives und geschlechterintegratives Berufsbild Dozent\*innen FHNW (*Work in Progress*)

Bildsprache Karriereseite und Stelleninserate (*bisher*)



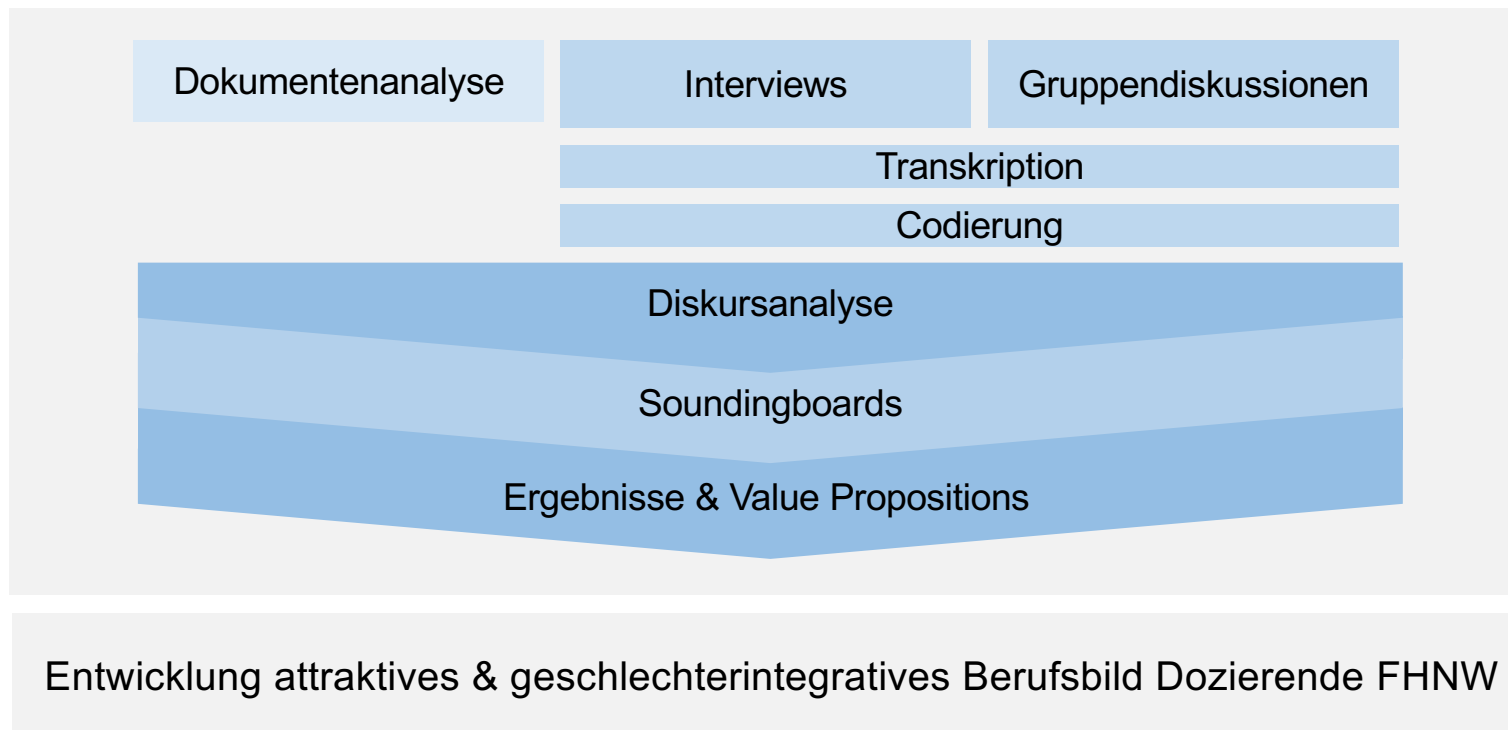
Bild «Laufbahnperspektiven» (*bisher*)



Bild «Arbeiten an der FHNW» (*bisher*)



# Vorgehen





## Professor\*in für Konsum- und Marktpsychologie (80–100 %)

Hochschule für Angewandte Psychologie FHNW, Institut für Marktangebote und Konsumententscheidungen

Lehre, Forschung und Praxis - wir verbinden

### Ihre Perspektiven:

Die Einzigartigkeit der FHNW zeigt sich in der Verbindung von Lehre und anwendungsorientierter Forschung sowie der Zusammenarbeit mit der Praxis. Die sich ergänzenden Perspektiven ermöglichen ein differenziertes Verständnis und Handeln in einer sich schnell wandelnden Welt. Austausch und Zusammenarbeit stehen im Vordergrund.

Termin: Stellenbeginn per 01.02.2022 oder nach Vereinbarung.

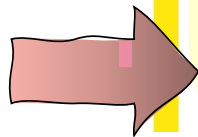




**Professor\*in für Konsum- und Marktpsychologie (80-100%)**

Hochschule für Angewandte Psychologie FHNW, Institut für Marktangebote und Konsumverhalten

Lehre, Forschung und Praxis - wir verbinden



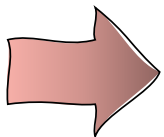
**Ihre Perspektiven:**

Die Einzigartigkeit der FHNW zeigt sich in der Verbindung von Lehre und anwendungsorientierter Forschung sowie der Zusammenarbeit mit der Praxis. Die sich ergänzenden Perspektiven ermöglichen ein differenziertes Verständnis und Handeln in einer sich schnell wandelnden Welt. Austausch und Zusammenarbeit stehen im Vordergrund.

Termin: Stellenbeginn per 01.02.2022 oder nach Vereinbarung.

## Fazit und Ausblick

- **Auflösung stereotyper Berufsbilder** benötigt **grundlegende Analyse** der zugrundeliegenden Verständnisse
- (Re-)Branding benötigt eine **klare strategische Ausrichtung**
- Relevante Stakeholder, Verbände und Mitglieder der Organisationen müssen einbezogen werden – **es betrifft immer die eigene Identität**
- Auf Basis von Analyse und Strategie wird der **Brand** entwickelt – der **anschlussfähig und authentisch** ist
- Basis für Umsetzung im Rahmen von strategischem Marketing – auf verschiedenen Kommunikationskanälen **Wirkung entfalten**



Zukünftige Projekte: Bauberufe?!



# Vielen Dank!

## Kontakt:

Prof. Dr. Dörte Resch

Leiterin Institut für Kooperationsforschung und -entwicklung

T +41 62 957 25 36

[doerte.resch@fhnw.ch](mailto:doerte.resch@fhnw.ch)

[www.fhnw.ch/ifk](http://www.fhnw.ch/ifk)

[LinkedIn](#)





# Bastien Sauve

CEO Phida Groupe



**UNE FAMILLE  
D'ENTREPRISES**

---

Atelier n°1 – 27.11.2023

Face à la concurrence – quelles voies vers la réussite ?

**CONSTRUCTION**

**EVENT**

**SERVICE**

**INVEST**

« Plus tard, il sera trop tard. Notre vie, c'est maintenant »

**Jacques Prévert**



# CONTEXTE GÉNÉRAL

---

- Groupe fondé en 1931 et actif initialement dans l'étanchéité
- Développement dans le domaine de l'enveloppe du bâtiment
- Diversification des activités depuis 2013: EVENT, SERVICE & INVEST
- Croissance organique et par acquisitions
- Présent dans toute la Suisse Romande
- Compte aujourd'hui plus de 500 collaborateurs

**Une vocation commune: LE SERVICE**



# Organisation

---

## PHIDA GROUPE

### CONSTRUCTION

- ▣ ÉTANCHÉITÉ
- ▣ FERBLANTERIE
- ▣ FAÇADE
- ▣ RÉSINE
- ▣ SANITAIRE



### EVENT

-  GRAND CHELEM
-  HSM  
HUMAN SPORTS  
MANAGEMENT

### SERVICE

-  Architectes.ch
-  BLU PAY SERVICES
-  VESTA
-  feezy

### INVEST

-  Smatch
-  EFC



# PROBLÉMATIQUES

---

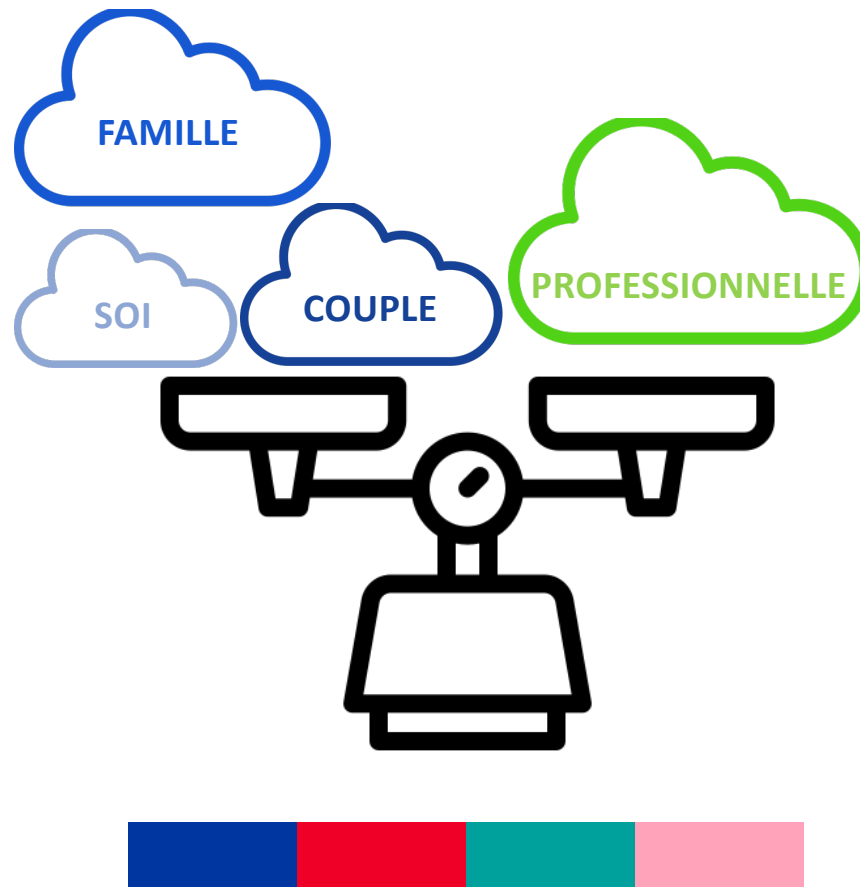
- Grande étendue géographique
- Domaines d'activité différents
- Métiers différents
- Catégories d'âge différentes

**DONC des besoins différents**



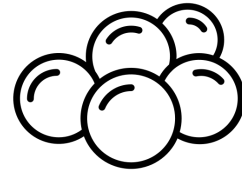
# Equilibrer nos différentes vies

---

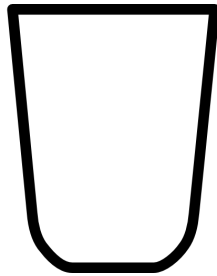


# Le jeu des billes

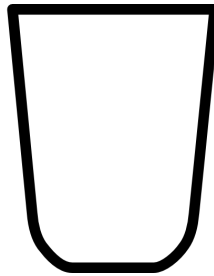
---



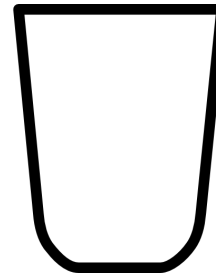
Si je vous donne 100 billes à distribuer dans chacune de vos vies, comment les disposeriez-vous ?



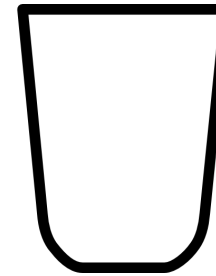
**FAMILLE**



**COUPLE**



**SOI**



**PROFESSIONNELLE**





# C'est quoi : une bille ?

---

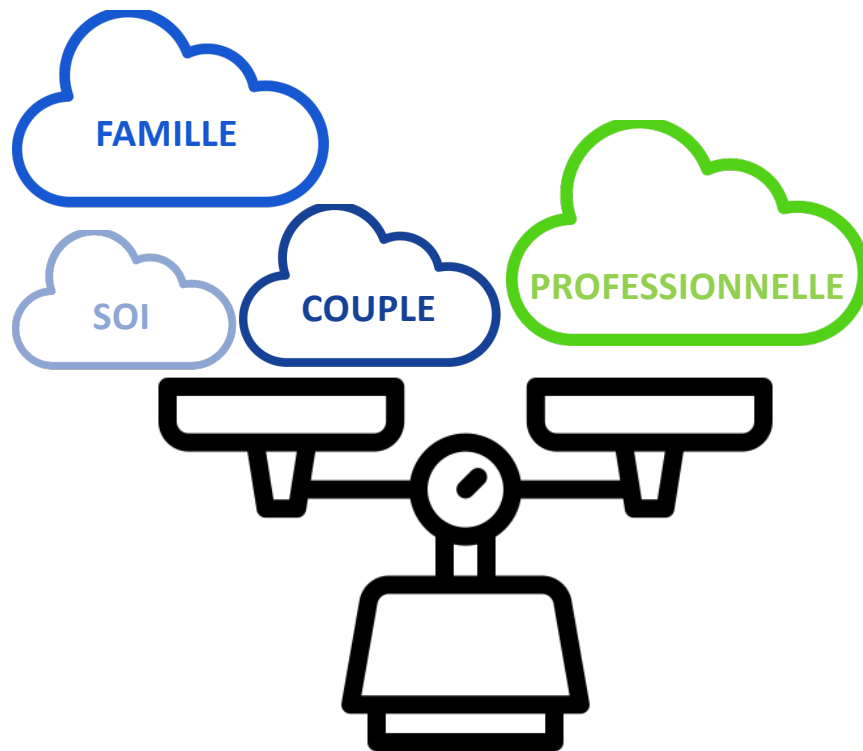
**1 BILLE = 1 HEURE DE MON TEMPS ?**

**Si non, pour quelles raisons ?**



# Quels leviers dans l'équilibre

---



- Vie professionnelle: **donner du sens** à ce que l'on fait
- Mettre en place **des outils** pour que chacun tende vers son équilibre
- Tout en conservant un équilibre entre les collaborateurs.



# Boîte à outils

---

- Donner les moyens à chacun de trouver son équilibre:
  - Temps partiel
  - Télétravail
  - Jours de vacances supplémentaires
  - Horaires flexibles
  - Formation continue



Mais.....



principalement pour les collaborateurs administratifs et techniques



## Projet 54

---

Et si on rajoutait 20 billes à disposer dans nos  
« vies » ?



## PROJET 54 – Contexte & Motivations

---

- Redonner le moyen à tout le monde de se rapprocher de son équilibre
- Être attractif dans le marché de demain: **mieux recruter**
- **Diminuer la pénibilité** en lien avec nos métiers
- Sortir de notre Zone de Confort
- Faire évoluer les mentalités
- Capitaliser sur dynamique interne favorable

The logo for 'THE 4 DAY WEEK' features the words 'THE', 'DAY', and 'WEEK' in a bold, red, sans-serif font. The number '5' is crossed out with three thick black horizontal lines, and the number '4' is written in a large, black, hand-drawn style to its left.

## PROJET 54 – 100/80/100

---

- La réussite de la démarche se base sur un changement de perspective:
  - Réfléchir en termes de productivité et non de temps de travail
- Pour pouvoir atteindre:
  - **100%** du salaire payé
  - **80%** de taux d'activité (4 jours sur 5)
  - **100% de la productivité**
- L'objectif de maintien de la productivité est celui sur lequel nous travaillons actuellement afin de garantir:
  - La viabilité de l'entreprise sur le long terme
  - À l'ensemble de nos clients d'avoir la même qualité de service, notamment en termes de respect des délais, voire mieux.



# PROJET 54 – 100% de la productivité

---

- De nombreuses démarches sont en cours pour atteindre cet objectif:
  - Réflexion sur l'amélioration de la préparation des dossiers en amont
  - Investissement dans des applications et outils de production pour nous rendre plus efficaces
  - Echanges avec nos collaborateurs pour sonder leurs besoins et les pistes d'amélioration
  - Démarches auprès de nos clients pour partager notre vision, comprendre leurs interrogations et construire l'avenir.



# PROJET 54 – SONDAGE CLIENTS

---

- Intégrer nos clients pour récolter leurs avis, leurs craintes, leurs questionnements afin de les intégrer.
- Trouver la capacité à réfléchir **ensemble** à l'organisation de demain.
- Rassurer sur les challenges à venir
- Démontrer les **nombreuses opportunités** qui s'ouvriront.





# PROJET 54: ETATS DES LIEUX

---

- Annonce du projet à l'ensemble des employés effectuée fin janvier 2023
- Déplacement dans les entreprises du Groupe pour sonder le besoin en cours
- 3 sociétés en phase de réflexion avancée
- dont 1 société dans la construction
- 1 société live depuis septembre
- Analyse des feedbacks questionnaires clients T4 2023
- Objectif: décision lancement progressif à partir T2 2024



# MERCI DE VOTRE ATTENTION

---

A disposition pour répondre à vos questions





**PHIDA**

**GROUPE**

**UNE FAMILLE  
D'ENTREPRISES**

# Claudia Caliesch

Leiterin HR und Development, 4B AG





Sichtbar weiter

# «Fit für den Wettbewerb» Arbeitgebermarke stärken

November 2023 | C. Caliesch, Head HR



„Am  
liebsten  
mit 4B!“

**Strategie:** Das, was wir tun, machen wir mit Begeisterung.

Das, was wir tun, machen wir mit Begeisterung.



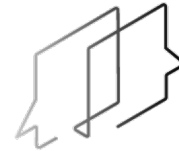
Wir sind kreativ, haben Spass am Mitgestalten und treiben die digitale Transformation voran.



Wir sind neugierig, hinterfragen kritisch, handeln verbindlich und agieren mutig.



Wir vertrauen einander, fördern den offenen Austausch, teilen unser Wissen und arbeiten alle für ein Ziel: begeisterte Kundinnen und Kunden.



Wir kommunizieren auf Augenhöhe.

Wir hören nie auf, besser zu werden, sind agil und nehmen Herausforderungen an.



**Die Marke sind wir: Leitsätze der Zusammenarbeit.**



**4B Campus:** Für die besten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter!





Vorbilder: Fokus Führung.

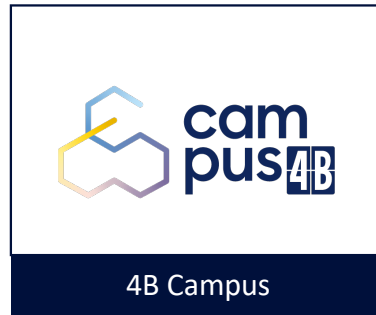


Wertschätzung: Gemeinsam Erfolge feiern.



**Was wünschen sich potenzielle,  
neue Mitarbeiterinnen und  
Mitarbeiter?**

**Was können wir als 4B bieten?**



**Mein Tipp: Mutig. Kreativ. Überraschend.**



**Gemeinsam das Wissen teilen,  
Chancen nutzen und  
Herausforderungen im Team  
meistern!**

# Schlüsselbotschaft

## Schlüsselbotschaften Teil 1

### Mitarbeitende anwerben

- Dienstleistung sowie Entwicklung von Fähigkeiten und Interessen betonen
- «Must have»-Anforderungen in einer Ausschreibung kurz halten, weil: Frauen bewerben sich nur, wenn sie 80% der Anforderungen erfüllen, Männer bewerben sich bereits bei 50%.
- Bild und Sprache: Positive Emotionen ansprechen, alltagsnahe Sprache nutzen, Frauen aktiv auch in höheren Kader abbilden, Vielfalt und gute Zukunftsaussichten im Arbeitsmarkt betonen



## Schlüsselbotschaften Teil 2

### Mitarbeitende halten

- Es muss daran gearbeitet werden, die Leute zu behalten anstelle in einen ständigen Rekrutierungswahn zu geraten → lohnt sich auch finanziell!
- Sog. Schlüsselpositionen findet man fast nicht mehr auf dem Markt, deshalb ist es wichtig, dass spezifische Kompetenzen intern geschult werden. Allgemein lohnt es sich, in die Aus- und Weiterbildung der Mitarbeitenden zu investieren.
- Flexible Arbeitsmodelle anbieten (4-Tage Woche, Teilzeit, Home Office)
- Wertschätzung gegenüber den Mitarbeitenden zeigen
- Vorbildrolle von Führungspositionen und Lehrmeister/-innen
- Digitalisierung mit Tools (z.B. Leistung und Potenzialmatrix) → statt reines Dokumentieren, die Prozesse/Entwicklungen aufzeigen
- Gleichbehandlung der Mitarbeitenden → z.B. Büro und Handwerk
- Wenn Budget limitiert ist, muss man kreativ sein → z.B. «Come back-Tickets» bei Kündigung.