

Wie wir die Generation Z für die Bauindustrie gewinnen

Kolumne

Michel Bohren ist Vorsitzender der Geschäftsleitung von CRB, dem Kompetenzzentrum für Standards in der Bau- und Immobilienwirtschaft.



Bild: CRB

Die Bauwirtschaft steht in der heutigen Zeit vor einer Vielzahl von Herausforderungen, die sich durch die gleichzeitige Industrialisierung, Globalisierung, Digitalisierung und Dekarbonisierung ergeben. Diese Entwicklungen erfordern ein Umdenken und eine Anpassung in der Branche, um den aktuellen ökologischen und technologischen Anforderungen gerecht zu werden. Jedoch stellt sich die Frage, wie die Generation Z, die oft eine fehlende Affinität zur Bauindustrie aufweist, Teil der Lösung sein kann.

Eines der Hauptprobleme, mit denen die Bauwirtschaft konfrontiert ist, besteht darin, dass viele Arbeitsplätze handwerklicher Natur sind und die Arbeit oft im Freien stattfindet. Dies zieht in der Regel weniger junge Menschen an, die vermehrt nach digitalen, technologischen und städtischen Berufen streben. Hier setzt die Digitalisierung an, die nicht nur Prozesse effizienter gestalten, sondern auch die Attraktivität der Branche erhöhen kann. Die Integration von digitalen Tools und BIM (Building Information Modeling) ermöglicht eine reibungslose Zusammenarbeit zwischen den verschiedenen Akteuren im Bauprozess und schafft eine moderne Arbeitsumgebung, die die Generation Z anspricht.

Die Globalisierung beeinflusst die Bauwirtschaft ebenfalls massgeblich. Es er-

öffnen sich neue Märkte, aber gleichzeitig steht die Branche in einem verstärkten internationalen Wettbewerb. Hier bietet sich die Chance, dass die Generation Z durch ihre Affinität zur Globalisierung und ihren vielfältigen Sprachkenntnissen neue Impulse in die internationale Zusammenarbeit einbringen kann. Eine offene und interkulturelle Einstellung kann dabei helfen, globale Herausforderungen gemeinsam anzugehen.

Ein besonders drängendes Thema in der Bauwirtschaft ist die Dekarbonisierung. Klimawandel und Ressourcenknappheit machen es unerlässlich, nachhaltigere Bauweisen und Materialien zu entwickeln. Die Generation Z ist in dieser Hinsicht sensibilisiert und zeigt ein gesteigertes Interesse an umweltfreundlichen Technologien auf. Durch ihre Innovationskraft und ihr Umweltbewusstsein können sie aktiv dazu beitragen, nachhaltigere Lösungen zu entwickeln und in der Praxis umzusetzen.

c r b

Um die Generation Z stärker für die Bauwirtschaft zu gewinnen, bedarf es jedoch auch einer gezielten Ansprache. Hier können Bildungsinitiativen und Aufklärungskampagnen einen Beitrag leisten, um die vielfältigen Karrieremöglichkeiten in der Branche aufzuzeigen. Die Digitalisierung kann auch hier eine Rolle spielen, indem sie Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten flexibler und zugänglicher gestaltet.

Zusammenfassend ist die Bauwirtschaft in einer spannenden Phase der Veränderung und muss sich den Herausforderungen der Industrialisierung, Globalisierung, Digitalisierung und Dekarbonisierung stellen.

Die Generation Z kann Teil der Lösung sein, indem sie ihre Fähigkeiten und Einstellungen einbringt. Es gilt, die Branche moderner und zukunftsfähiger zu gestalten, um junge Talente anzuziehen und die Bauwirtschaft erfolgreich in die Zukunft zu führen. ■



Bild: Shutterstock

Digitalaffine Generation Z: neue Impulse für internationale Zusammenarbeit.

Persönlicher Austausch und ein gutes Arbeitsumfeld

Dieser Text wurde durch «ChatGPT» erzeugt, nicht ein einziges Wort stammt von mir. Interessant ist, dass der Text lediglich allgemein anerkanntes und gut verfügbares Wissen reproduziert. Überraschend ist somit weniger der Inhalt, sondern die gute Qualität und der ansprechende Stil. Der Ausblick, dass

solche Technologien künftig kreative und innovative Denkansätze hervorbringen werden, ist meines Erachtens eher «Science-Fiction». Innovation entsteht im persönlichen Austausch zwischen Experten und Spezialistinnen in einem guten Arbeitsumfeld. Wir bei CRB glauben fest daran und schaffen mit einer

guten Unternehmens- und Führungskultur, spannenden Aufgaben und Projekten sowie mit einem qualifizierten Team die Voraussetzungen für Innovation. Selbstverständlich setzen wir «künstliche Intelligenz» (KI) überall dort ein, wo sie die «menschliche Intelligenz» sinnvoll unterstützt. ■