

«Tue Gutes und rede darüber»

Im Interview erklärt Roger Neukom, Geschäftsführer eines Ingenieurbüros für Energie- und Gebäudetechnik, wie er Fachkräfte gewinnt, auf welche Marketing-Strategie er setzt und warum er Weiterbildungen fördert.

Interview: Nicolas Gattlen

Herr Neukom, viele Firmen im Baunebengewerbe haben grosse Mühe, Fachleute zu finden. Ist der Fachkräftemangel auch bei Ihnen ein Thema?

Ja, das Thema bewegt auch uns sehr. Die Nachfrage nach Dienstleistungen im Bereich der Gebäudetechnik ist in den letzten Jahren stark gestiegen, wir kommen kaum hinterher. Es ist allerdings nicht so, dass ich deswegen nicht mehr schlafen kann. Unsere Firma ist gut aufgestellt. Unsere Philosophie ist es, die Fachkräfte selber auszubilden und im Betrieb zu halten. Seit bald dreissig Jahren bilden wir Lernende aus, im Schnitt haben wir vier bis sechs Lernende im Betrieb. Und wir versuchen, ihnen ein gutes, förderndes und motivierendes Umfeld zu bieten. Offenbar mit Erfolg: Etwa sieben von zehn Lernenden bleiben nach der Lehre bei uns.

Ihre Firma erhält auf jede offene Lehrstellen viele Bewerbungen. Wie erklären Sie sich die grosse Nachfrage?

Ich denke, wir haben uns in der Region einen Namen als gute Ausbilder gemacht. Unsere Mitarbeitenden dozieren an Berufsschulen oder sind Experten an Qualifikationsverfahren und Diplomprüfungen. Wir verfügen also über viel Know-how und langjährige Erfahrung in der Begleitung von Lernenden. Das spricht sich herum. Und natürlich hilft uns auch die aktuelle politische und gesellschaftliche Entwicklung: Die Schweiz strebt die Klimaneutralität an, will Strom und Wasser sparen. Mit unserer Arbeit leisten wir einen wichtigen Beitrag. Das schätzen auch viele Jugendliche: Sie suchen eine sinnvolle Arbeit.



Roger Neukom (56) gründet 1997 die Einzelfirma Neukom Ingenieurbüro für Energie- und Gebäudetechnik, die 2002 in die Neukom Engineering AG umgewandelt wurde. Die Firma mit Hauptsitz in Adliswil (ZH) und zwei weiteren Standorten in Zürich Oerlikon und der Stadt St. Gallen beschäftigt rund 30 Leute. Sie trägt das Qualitätslabel «Toplehrbetrieb» des Verbands Suissetec.

Marketing brauchen Sie also keines?

Doch, wir sind da sehr aktiv. Unser Credo ist: Tue Gutes und rede darüber. Wenn zum Beispiel einer unserer Lernenden an die Schweizer Meisterschaft geht, informieren wir die regionalen Zeitungen und bieten Ihnen Interviews an. Die jungen Leute lesen diese Berichte zwar kaum, aber die Eltern tun es. Sie sind die wichtigsten Beeinflusser. Deshalb nehmen wir auch regelmässig an Elternabenden teil und stellen unsere Berufe vor. Zudem suchen wir immer wieder das Gespräch mit Lehrerinnen und Lehrern, denn auch sie sind wichtige Beeinflusser für junge Menschen, die eine Berufslehre absolvieren möchten. Wichtig ist uns auch das gesellschaftliche Engagement: Wir unterstützen lokale Vereine, Sport- und Kulturevents – das Marketing steht hier zwar nicht an erster Stelle, es ist aber ein schöner Nebeneffekt.

Bieten Sie auch Schnuppertage an?

Ja, die sind sehr beliebt. Und wir stecken viel Herzblut hinein. Unsere Erfahrungen zeigen, dass sich dieses Engagement lohnt: Viele unserer Lernenden haben zuvor bei uns geschnuppert. Auch «Zukunftstage» sind wichtig: Kinder und Jugendliche bekommen da interessante Einblicke in Berufe und knüpfen die ersten Kontakte mit der Berufswelt. Wir hatten im November 2023 am Zukunftstag sechs Mädchen bei uns. Unsere Berufe sind auch für junge technikaffine Frauen sehr interessant. Wir wollen ihnen diese Metierschmackhaft machen und bilden sehr gerne Gebäudetechnikplanerinnen aus.

Nutzen Sie Social Media-Plattformen wie Instagram, Youtube oder Tiktok, um spezifisch junge Leute anzusprechen?

Nein, wir setzen primär auf LinkedIn und auf unsere Website, die wir vor zwei Jahren rundum erneuert und um persönliche Statement- und Corporate-Clips ergänzt haben. Viele Leute, die wir eingestellt haben, ob junge Lernende oder ältere Fachkräfte, erzählen uns, dass sie zuvor unsere Website besucht haben und dadurch einen positiven Eindruck von der Firma gewonnen haben. Man nimmt uns als jung, dynamisch und familiär wahr. Auf LinkedIn haben wir ein Firmenprofil eingerichtet, auf dem wir regelmässig kleine Berichte oder Video-Clips über Firmenanlässe und spannende Bauprojekte veröffentlichen. Mit rund 1200 Followerinnen und Followern finden wir dort eine beachtliche Resonanz.

Junge Leute gewinnen ist nicht einfach, sie auf Jahre hinaus in der Firma zu halten noch schwieriger. Wie kann das gelingen?

Es ist wichtig, dass sich die Mitarbeitenden wertgeschätzt fühlen, dass sie weiterkommen im Beruf und Spass haben beim Arbeiten. Wir setzen auf flache Hierarchien, begleiten unsere Leute, coachen und fördern sie. Wenn jemand eine Weiterbildung machen will, beteiligen wir uns in der Regel an den Kosten und suchen nach Arbeitszeit-Lösungen, mit denen das ganze Team zurechtkommt.

Wenn sich alle weiterbilden und Funktionen in der Projektleitung oder im Kader anstreben, besteht da nicht das Risiko, dass Ihnen ständig Mitarbeitende abspringen, um andernorts eine Kaderfunktion zu übernehmen?

Ich sehe das anders: Die Mitarbeitenden springen vielmehr ab, wenn man sie daran hindert, sich zu entwickeln. Von zehn Lernenden bleiben sechs bis sieben im Betrieb, davon machen fünf bis sechs eine berufsbegleitende Weiterbildung. Im Schnitt sind sie mit der Lehre und Weiterbildung circa zehn Jahre bei uns im Betrieb. Inzwischen haben wir mehr Projektleiter – Leute mit einer abgeschlossenen Meisterprüfung oder einem HF oder FH-Abschluss – als Gebäudetechnikplaner. Weil diese aber bereit sind, bei Engpässen auch Aufgaben der Planenden zu übernehmen, ist das kein Problem.

Sie engagieren sich seit vielen Jahren in der Berufsbildung. Wie sehen sie die aktuellen Entwicklungen?

In den letzten Jahren konnte man beobachten, dass sich immer mehr Jugendliche für das Gymnasium entscheiden und die Berufsmatura etwas an Interesse verliert. Dieser schleichende Trend bereitet mir Sorgen. Wir müssen ihm entgegenwirken und den Auszubildenden die positiven Seiten der Handwerk- und Planerberufe sowie die attraktiven Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten aufzeigen. Da sind wir und die ganze Branche der Energie- und Gebäudetechnik gefordert, auch die nächsten Jahre.

«Ein zukunftsicherer Job»

3 Fragen an Diesa Maraj, Gebäudetechnikplanerin (Heizung) im 2. Lehrjahr



Geschäftsführer Roger Neukom im Gespräch mit Diesa Maraj, Gebäudetechnikplanerin im 2. Lehrjahr. Die Neukom Engineering AG mit Hauptsitz in Adliswil (ZH) beschäftigt rund 30 Leute. Sie trägt das Qualitätslabel «Toplehrbetrieb» des Verbands Suissetec.ieb» des Verbands Suissetec.

Warum haben Sie sich für den Beruf Gebäudetechnikplanerin entschieden?

In der 2. Sekundarstufe habe ich im Laufbahnzentrum in Zürich einen Eignungstest gemacht, der zeigte, dass der Beruf als Gebäudetechnikplanerin gut zu mir passen könnte. Dabei stellte ich fest, dass es ein zukunftsicherer Job ist und dass meine Chancen, eine Lehrstelle zu bekommen, sehr gut sind, weil der Beruf nicht so bekannt ist. Viele in meinem Jahrgang haben sich für eine KV-Lehre entschieden.

Wie gingen Sie bei der Lehrstellensuche vor?

An der Berufsmesse in Zürich und im Internet konnte ich mich über den Beruf als Gebäudetechnikplanerin informieren und Unternehmen ausfindig machen, die Schnupperlehren und Lehrstellen anbieten. Ich habe auch in anderen Berufen geschnuppert, aber die Gebäudetechnikplanung gefiel mir am besten.

Wie fanden Sie zu Neukom und was sprach Sie an?

Die Neukom Engineering AG habe ich über das Internet gefunden. Nach meiner Bewerbung durfte ich eine dreitägige Schnupperlehre machen, bei der ich vielseitige Aufgaben kennenlernen durfte. Besonders gefallen haben mir die abwechslungsreiche Arbeit und das angenehme Arbeitsklima. Auch heute fühle ich mich sehr wohl und schätze es, meine Lehre hier absolvieren zu können.

EnergieSchweiz
Bundesamt für Energie BFE
Pulverstrasse 13
CH-3063 Ittigen
Postadresse: CH-3003 Bern

Infoline 0848 444 444
infoline.energieschweiz.ch

energieschweiz.ch
energieschweiz@bfe.admin.ch
ch.linkedin.com/company/energieschweiz