economiesuisse

Eine ehrgeizige Initiative für die Jugend

November 2013: Nestlé Schweiz kündigt ein Programm zur Rekrutierung von mehr als 2000 jungen Mitarbeitenden, Auszubildenden und Praktikanten unter 30 Jahren bis 2016 an. Diese ehrgeizigen Ziele sind Teil der Initiative «Nestlé Needs YOUth», die auf gesamteuropäischer Ebene die Schaffung von über 20'000 Karrierechancen für junge Stellensuchende vorsieht. Parallel zu diesem Projekt wurde die Allianz für die Jugend «All4YOUth» gegründet.

In der Schweiz beteiligen sich Firmen wie der Autohändler Amag, der Verpackungshersteller DS Smith, die Beratungsfirma Ernst & Young, der Aromen- und Duftstoffhersteller Firmenich, die Lagerhäuser Aarau AG, die Post, der Verpackungshersteller Model AG, die Kanzlei White & Case und die Universität Genf an dieser Initiative zur Förderung der Vermittelbarkeit von jungen Arbeitnehmenden, die sowohl vom Staatssekretariat für Wirtschaftsfragen SECO in der Schweiz als auch von der Europäischen Kommission für Bildung begrüsst wird. Der Grund für dieses Engagement war der starke Anstieg der Jugendarbeitslosigkeit in Europa während der Wirtschaftskrise. Eine Situation, die Nestlé veranlasst hat, als verantwortungsvolles Unternehmen der jungen Generation bessere berufliche Zukunftsperspektiven zu ermöglichen. Sämtliche Konzerngesellschaften beteiligen sich an der Umsetzung dieses ehrgeizigen Ziels.

Ist dieser Ansatz nicht auch ein Mittel, um Nestlés eigenen Nachwuchs auszubilden? «Alle Mitarbeitenden von Nestlé sind dazu aufgerufen, einen aktiven Beitrag zu dieser Initiative zu leisten, sei es durch die Teilnahme an Informationsveranstaltungen an Schulen, durch die Präsenz in Foren oder durch

Mentoring- oder Coaching-Einsätze. Unser Ziel ist es, über blosse Rekrutierungsaktionen hinauszugehen, um die Vermittelbarkeit der Jugendlichen auf dem Arbeitsmarkt zu verbessern», erklärt Sarah Salzmann, die verantwortliche Projektleiterin für den Schweizer Markt. «Es ist durchwegs positiv, wenn sie auch in anderen Firmen Erfahrungen sammeln: Daher fördern wir den Lehrlingsaustausch zwischen den Mitgliedern der Allianz.» Und sie weist darauf hin, dass das Unternehmen im Rahmen des Projekts nicht nur Rekrutierungsaktionen durchführt, sondern auch zahlreiche andere Events für Studentinnen und Studenten organisiert, um ihnen Tipps für ein erfolgreiches Bewerbungsgespräch zu geben – beispielsweise im Rahmen der «CV-Clinics» und mit fiktiven Vorstellungsgesprächen. All diese Massnahmen haben das gleiche Ziel: die Chancen der Jugendlichen auf einen Arbeitsplatz zu verbessern und ihnen den Einstieg ins Berufsleben und den Zugang zu einem beruflichen Netzwerk zu ermöglichen.

Im September 2015 nahmen 130 Hochschulstudenten an einer Tagung zum Thema Employability bei Nestlé teil (Workshops, Gespräche, Beratung, Präsentationen und Networking).

Die bisherige Bilanz dieser Anstrengungen kann sich sehen lassen: Zwischen 2013 und 2015 hat Nestlé in der Schweiz 912 junge Arbeitnehmende eingestellt, 705 Lehrlinge und Praktikanten ausgebildet und 254 Events für Studierende organisiert. Aufgrund dieser Zahlen darf man davon ausgehen, dass die ehrgeizigen Ziele bis Ende 2016 erreicht werden. «Insbesondere die Feedbacks der Jungen und ihrer Betreuungspersonen sind überaus wertvoll. Es ist ein zutiefst menschlicher Ansatz», fügt die Projektverantwortliche hinzu. Ebenso erfreulich ist die Tatsache, dass dieser Ansatz innerhalb des Konzerns weltweit Schule macht. Die Tochterunternehmen in Lateinamerika haben damit begonnen, ähnliche Massnahmen umzusetzen – ein klarer Beweis für den Erfolg des Programms. Dieser Erfolg hat Nestlé dazu bewogen, neue Ziele zu definieren und die Zahl der Mitglieder der Allianz für die Jugend noch in diesem Jahr zu erhöhen. Das Unternehmen aus Vevey glaubt fest an die Qualität des dualen Bildungssystems. Es bietet eine Palette von 19 verschiedenen Berufslehren an – von der traditionellen «kaufmännischen Lehre» und der «Informatikerlehre» bis hin zu hoch spezialisierten Berufen wie etwa «Lebensmitteltechnologe» oder «Industrieapparatebauer». Nestlé setzt zudem auf die Durchlässigkeit der verschiedenen Ausbildungswege und auf die Weiterbildungsangebote der Fachhochschulen. Sie erlauben es den Lehrlingen, sich während ihrer gesamten beruflichen Laufbahn intern weiterzuentwickeln. So hat etwa der derzeitige Direktor der berühmten Schokoladefabrik Cailler in Broc seine Karriere mit einer Lehre als Confiseur begonnen. Nestlé Schweiz empfängt regelmässig ausländische Delegationen, die mehr über diese schweizerische Besonderheit

erfahren möchten. Parallel dazu führen einzelne Konzerngesellschaften Gespräche mit Regierungen rund um den Globus. Ziel ist es, das schweizerische Berufsbildungssystem zu exportieren und an die lokalen Gegebenheiten anzupassen. So kann der Nachwuchs von gut ausgebildeten Fachkräften gesichert werden.

Diese Bildungsinitiative zugunsten junger Menschen ist Bestandteil von Nestlés Ziel, einen konkreten Beitrag zum Gemeinwohl zu leisten. Das Unternehmen ist überzeugt, dass seine Wertschöpfung sowohl den Aktionären als auch der Gesellschaft als Ganzes zugutekommen muss – und dies auf lange Sicht. Aus diesem Grund setzt sich der Konzern insbesondere auch für das Wohl seiner Rohstofflieferanten ein, indem er sie im Bereich der Produktion aktiv begleitet und unterstützt. Das gleiche Ziel verfolgt Nestlé aber auch mit seinem gesellschaftlichen Engagement in anderen Bereichen – etwa in der Kulturförderung oder im Rahmen von anderen gemeinnützigen und karitativen Initiativen in der Schweiz und im Ausland. Und natürlich leistet auch die Initiative für die Jugend «Nestlé Needs YOUth» einen wichtigen Beitrag.

Das ist Nestlé:

Nestlé ist hierzulande jedem ein Begriff. Oder zumindest glaubt man, diesen weltweit tätigen Nahrungsmittelkonzern mit seiner breiten Palette von weltbekannten Marken zu kennen. Was aber nicht unbedingt allen bekannt sein dürfte ist, dass der vor 150 Jahren im schweizerischen Vevey gegründete Konzern dezentral aufgestellt ist. So kümmert sich jede Tochterfirma in eigener Regie um die Verwaltung, die Produktion und die Vermarktung der Produkte auf dem lokalen Markt, um möglichst nah am Konsumenten und seinen Bedürfnissen zu sein. Dies trifft auch auf Nestlé Schweiz zu – mit dem Unterschied, dass diese Einheit aufgrund des begrenzten Potenzials des schweizerischen Binnenmarktes fast 80 Prozent ihrer Produktion ins Ausland exportiert. Die verschiedenen Einheiten von Nestlé in der Schweiz beschäftigen insgesamt fast 11'000 Mitarbeitende – eine Zahl, die sich in den letzten zehn Jahren nahezu verdoppelt hat – und haben im letzten Jahrzehnt Investitionen in Höhe von 3,5 Milliarden Franken getätigt.

Wettbewerbliche Marktordnung und freies Unternehmertum

Erfolgreiches Unternehmertum ist die Basis für den wirtschaftlichen Erfolg der Schweiz. Um sich entfalten zu können, braucht es möglichst grosse Freiräume.