



Rahvusvaheline mess **DACH+HOLZ International** näitab uusi suundi katuselahendustes ja puidukasutuses

Jaanuari lõpus toimunud messi korraldatakse alates 1957. aastast iga kahe aasta tagant vaheldumisi Stuttgarti ja Kölni messikeskuste vahel.

Tänavu külastas messi üle 52 000 küllastaja 83 riigist ja esindatud oli 607 eksponaati 29 riigist. Eestist osales messil eksponendina üks ettevõtte – AS Thermory. Võib julgelt öelda, et Eesti ettevõtte usub puidu ilusse. Tänapäeva linnakeskkond on betooni, terase ja plasti ülekasuta-

misega arhitektuuris ning ehituses loonud inimese ja looduse vahele lõhe. Thermory tahab selgelt seda muuta, luues looduslähedasema ja säästvama keskkonna, mille üle võivad meie järeltulevad põlvkonnad uhked olla.

Messi trenditeemadeks olid silver worker, kultuuriline sobivus, ehitusteabe modelleerimine (BIM), tööandja bränding.

Silver worker – pensionieas oskustöötaja

Silver worker on käelist oskustööd tegev pensionieas töötaja. Sel teemal toimunud seminaril võeti kokku faktid, et aastal 2030 on ennustuse kohaselt enam kui

veerand sakslastest üle 65 ja pooled üle 48 aasta vanad, seetõttu hakatakse aegamööda võtma omaks mõtet tõsta tööiga üle 70. eluaasta.

Saksamaa pensionäri peamiseks motivaatoriks on töö käimine, raha teenimine ja kontakt teistega, samuti annab enda algatusel töötamine elule tähenduse ja on vaimselt stimuleeriv. Muutuv töömaailm nõuab, et kõigil vanemaealistel töötajatel oleks uute asjade vastu uudishimu ja soov elukestvaks õppimiseks. Kuna 60. eluaastates pensionile minevad sakslased on juba praegu nutikamad kui kunagi varem, on oluline kasutada ära vanemaealiste töötajate oskused ja motivatsioon.

Kultuuriline sobivus on aina olulisem

Tulevikus on erialateadmistest olulisem see, kas töö tegija sobib ärikultuuriga ja jagab ühiseid väärtusi. Noorte spetsialistide seisukohast otsustab kultuuriline sobivus üha enam nende töö tähenduse küsimuse. Pereettevõttena tegutsevatel käsitööstusettevõtetel on siin traditsiooniliselt eelis, kuna nad on loonud usalduse pikaajalistel väljavaadetal.

Juba praegu kujundab virtuaalne ärikultuur kultuurilist sobivust. Digitaalse meedia kasutamine on muutumas üha olulisemaks nii tööotsijatele kui ettevõtetele. Sotsiaalmeedia annab esimese ülevaate ettevõtte kultuurist.

Ehitusteabe modelleerimine ehk BIM annab projektile mõõtmatu lisaväärtuse

2020. aastast peavad kõik Saksamaa suuremad transpordiprojektid kavandama ja tegema koostööd BIM-iga (Building Information Modeling). See on ehituse digitaalne andmebaas, mis võimaldab konstrueerida kolmemõõtmelise ehitise mudelit. Seda kasutatakse alates ehitise kavandamisest, teostamisest, juhtimisest kuni ehitiste rekonstrueerimise ja demonteerimiseni ning ametiasutustega kooskõlastamiseks. Võrku ühendatud andmete võrdlus optimeerib hoone kulusid, tähtaegu ja kvaliteeti. Kõigile süsteemis olevatele andmetele saab lisada lisateavet, näiteks hinnad, tarnekuupäevad, heliläbilaskvus, tulekaitsefunktsioonid. Ja pärast hoone valmimist saab kogu hoone elutsükli jooksul andmete kasutamise vahendatuna kogukulusid kuni 30%.

Tööandja bränding ehk kaubamärk peab saama iga ettevõtte strateegia osaks

Ettevõtjad vajavad uute spetsialistide värbamiseks ja töötajate samastumise, uhkuse ning motivatsiooni suurendamiseks tugevat tööandja kaubamärki. Seega muutub tööandja kaubamärgi kujunemine käsitööstusettevõtte jaoks strateegiliselt ülioluliseks.

Ettevõtted otsivad meeleheitlikult spetsialiste. Saksa Käsitöö Keskliidu (ZDN) andmetel on peaaegu pooltel ettevõtetel raskusi sobivate töötajate leidmisega. Tööturule sisenevad uued põlvkonnad, kes nõuavad palju, kuid kellel on uus arusaam väärtustest ja kes esitavad tööle erinevaid nõudmisi. Headele inimestele peab midagi pakkuma, et nad tuleksid ja jääksid. See ei tähenda ainult kõrget palka ja muljetavaldavat ametinimetust, staatuse sümboloid ja võimu.

Paljude jaoks muutuvad tööandja valimisel tähtsamaks muud kriteeriumid: autonoomia, disainivabadus, tähendusrikkus, töö- ja eraelu ühilduvus, inspireeriv ja kollegiaalne töökeskkond, õppimiskogemus ja edasiarendamine ning tunne, kuidas saaksid oma tööga midagi ettevõtte arengusse panustada. Tööandja brändingu keskmes on sisu ja ajahetk, mil seda meedia kaudu levitatakse. Selleks on ajalehed, ajakirjad, sotsiaalmeedia, äriõrgustikud, mõtestatud koduleheküljed.

Järgmine katuse- ja puidu-mess toimub Saksamaal Kölnis 15.–22. veebruaril 2022.

Messil käis ja mõtteid jagas OÜ Evari Ehitus juhataja Rein Kala.

