

Euroopa suurim katuse- ja puidumess tõi Stuttgarti kokku üle 600 eksponendi

Viimasel jaanuarinädalal, 28.–31.01.2020 peeti Saksamaal Stuttgartis rahvusvahelist katuse- ja puidumessi „DACH+HOLZ International 2020“. Seda messi korraldavad alates 1957. aastast iga kahe aasta tagant vaheldumisi Stuttgarti ja Kölni messikeskus. Muljeid jagab OÜ Evari Ehitus juhataja Rein Kala.

Sellel aastal käis messil üle 52 000 huvilise 83 riigist, väljas oli 607 eksponenti 29 riigist. Eestist osales messil eksponendina üks ettevõtte – AS Thermory. Saan julgelt öelda, et Eesti ettevõtte usub puidu ilusse. Tänapäeva linnakeskkond on betooni, terase ja plasti ülekasutusega arhitektuuris ning ehituses loonud inimese ja looduse vahele lõhe. Thermory tahab seda muuta, luues looduslähedasema ja säästvama keskkonna, mille üle järeltulevad põlvkonnad võivad uhked olla!

Messi trenditeemad olid Silver Worker, kultuuriline sobivus, ehitusteabe modelleerimine (BIM), tööandja bränding.

Silver Worker – pensionieas oskustöötaja

Silver Worker on käelist oskustööd tegev pensionieas töötaja. Silver Workeri seminaril võeti kokku faktid: eluiga pikeneb. See tähendab, et praegu sündinud poiste elueaks Saksamaal arvatakse 87,8 ja tüdrukutel 92,8 aastat. 2030. aastal on prognooside kohaselt üle veerandi sakslastest üle 65- ja pooled üle 48aastased ning seetõttu hakatakse seal aegamööda võtma omaks mõtet tõsta tööiga üle 70. eluaasta.

Euroopa statistikaameti Eurostat andmetel on töötavate eakate osa alates aastatuhande vahetusest üle kolme korra kasvanud. Näiteks Saksamaal töötas 2016. aastal 1,4 miljonit pensionäri. Põhimotivaatorid on töö käimine, raha teenimine ja kontakt teiste inimestega, samuti annab enda algatusel töötamine elule tähenduse ja on vaimselt stimuleeriv. Muutuv töö-



Foto: Evari Ehitus OÜ



Foto: Evari Ehitus OÜ

maailm nõuab, et kõigil vanemas eas töötajatel oleks uute asjade vastu uudishimu ja soov elukestvaks õppeks. 60ndates eluaastates pensioniikka jõudvad sakslased on juba praegu nutikamad kui kunagi varem, seepärast on oluline kasutada ära nende oskusi ja motivatsiooni.

Kultuuriline sobivus on aina olulisem

Kultuuriline sobivus kirjeldab tööle kandideerija ja töötaja, ka töötaja ja ettevõtte vahelist kokkulepet töö meetodites ja ettevõtte kultuuris. Arusaam ühistest väärtustest saab seda olulisemaks, mida enam kujundab

oskustööliste puudus käsitsi tehtavate tööde maailma. Töötajate värbamisel pööravad ettevõtted üha rohkem tähelepanu kuni 40aastaste noorte põlvkonnale.

Tulevikus on erialateadmistest olulisem see, kas töö tegija sobib ärikultuuriga ja jagab ühiseid väärtusi.

Noorte spetsialistide puhul otsustab kultuuriline sobivus üha enam nende töö tähenduse. Uuringu kohaselt määratleb end viiendik Saksa töötajatest praegu töö kaudu, 29% peab seda mõttekaks. Pereettevõtte tegutsevatel käsitööstusettevõtetel on traditsiooniliselt eelis, sest nad on loodud usaldusel ja pikaajalistel väljavaadetel.

Juba praegu kujundab virtuaalne ärikultuur kultuurilist sobivust. Digitaalne meedia on saamas üha olulisemaks nii töö otsijatele kui ka ettevõtetele. Sotsiaalmeedias olemine annab esimese ülevaate ettevõtte kultuurist. Samuti otsitakse töö- ja koolituskohta üha enam nutitelefoniga – inimesed tahavad otsuseid teha liikvel olles. Oluline on hõlbustada ka lühikese taotluse esitamist, võimaldamaks lihtsat ja sihipärast protsessi.

Ehitusteabe modelleerimine ehk BIM annab projektile mõõtmatu lisaväärtuse

Alates 2020. aastast peavad kõik Saksamaa suuremad transpordiprojektid plaanima ja tegema koostööd BIMiga. BIM (Building Information Modeling) on ehituse digitaalne andmebaas, tänu millele saab konstrueerida kolmemõõtmelist ehitise mudelit. Seda kasutatakse alates ehitise kavandamisest, teostamisest ja juhtimisest kuni ehitise rekonstrueerimise ja demonteerimiseni ning ametiasutustega kooskõlastamiseks. Võrku ühendatud andmete võrdlus optimeerib hoone kulusid, tähtaegu ja kvaliteeti. Kõigile süsteemis olevatele andmetele saab lisada teavet, näiteks hindasid, tarnekuupäevi, heliläbi-



laskvust, tulekaitsefunktsioone. Pärast hoone valmimist saab selle elutsükli jooksul andmete kasutamisega vähendada kogukulusid kuni 30%.

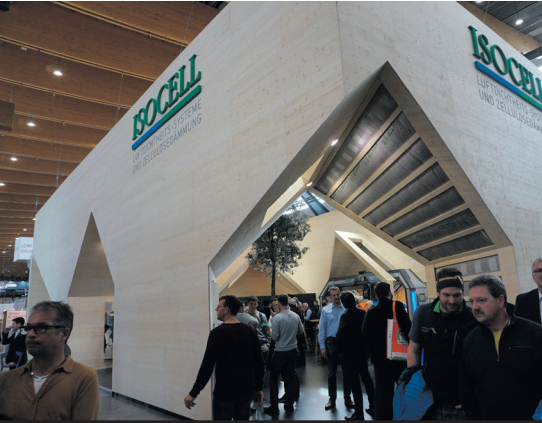
Tööandja brändingust ehk kaubamärgist peab saama iga ettevõtte strateegia osa

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

Ettevõtted otsivad meeleheitlikult spetsialiste. Saksa käsitöö keskliidu (ZDN) andmetel on peaaegu pooltel ettevõtetel raske sobivaid töötajaid leida. See, mis on töötajale tööandja valimisel oluline, on viimastel aastatel muutunud. Tööturule sisenevad uued põlvkonnad, kes nõuavad palju, kuid kellel on uus arusaam väärtustest ja kes esitavad tööle erinevaid nõudmisi. Need noored spetsialistid jõuavad tööturule muutuste ajal ja aitavad kujundada ettevõtete digitaalset ümberkujundamist. Headele inimestele peab midagi pakkuma, et nad tuleksid ja jääksid. See ei tähenda ainult kõrget palka ja muljetavaldavast ametinimetust, staatuse sümboleid ja võimu.

Paljude inimeste jaoks muutuvad tööandja valimisel tähtsamaks muud kriteeriumid: autonoomia, disainivabadus, tähendusrikkus, töö- ja eraelu ühilduvus, inspireeriv ja kollegiaalne töökeskkond, õpimiskogemus ja edasiarendamine ning tunne, kuidas saaksid oma tööga ettevõtte arengusse panustada. Tööandja brändingu keskmes on sisu ja ajahetk, kui seda meedia kaudu levitatakse. Selleks on ajalehed, ajakirjad, sotsiaalmeedia (<https://www.facebook.com/EvariEhitus/>), äri võrgustikud, mõtestatud koduleheküljed (<https://evari.ee/>).

Järgmine katuse- ja puidumess korraldatakse Saksamaal Kölnis 15.–22. veebruarini 2022.



Fotod: Evari Ehitus OÜ