

# Mehr Fachmann als Führer

Die diesjährige Salärumsfrage von Swiss Engineering STV hat die Ingenieure auch nach dem Image ihres Berufsstandes gefragt. Die Resultate kommentiert Klaus J. Stöhlker. Der Kommunikationsberater attestiert den Schweizer Ingenieuren mangelnde Kommunikationsfähigkeit.



60 % der befragten Absolventen stufen das Image der Ingenieure bei der breiten Bevölkerung als überdurchschnittlich ein.

Die beiden ETHs in Zürich und Lausanne haben global einen glänzenden Ruf als Trendsetter für die Wirtschaft mit hochqualifizierten Absolventen. Während die Schweizer Bankiers soeben den Zusammenbruch ihrer Glaubwürdigkeit und ihrer 250-jährigen Geschäftsbasis erleben, kommen Konzern- wie Staatschefs gerne in die Schweiz, um Wissen, Fähigkeiten und Menschen abzurufen, die sie zur Entwicklung ihrer Unternehmen wie Staaten dringend benötigen. In der Schweiz studieren derzeit über 700 chinesische Studenten, die Elite des künftigen Chinas, um den Erneuerungsprozess des fernöstlichen Landes zu beschleunigen. Zusammen mit tausenden anderer Auslandsstudenten sind sie Träger des Fortschritts «Made in Switzerland». Dieser Aspekt ist wichtig für unsere Aussenbeziehungen wie unsere Exportindustrie, die sich später auf verlässliche Partner abstützen kann.

## Im Schatten stehen

Der Ingenieur, den wir seit 150 Jahren ausbilden und expor-

tieren, erleben wir in der Praxis mehrheitlich als Fachmann, welcher der Unternehmensleitung zudient, und der zumeist im Schatten der Juristen, Volks- und Betriebswirte sowie Marketing- und Kommunikationsmanager bleibt. Dies zeigt auch die jüngste Salärumsfrage von Swiss Engineering STV, in der erfahrene Ingenieure wie solche, die erst am Anfang ihrer Karriere stehen, nach ihrem Ansehen fragte. Mit dem Eigenimage ihrer Branchenvertreter sind die jungen Absolventen etwa gleich zufrieden wie die im Beruf stehenden älteren Semester. Während die Absolventen vom guten Ruf ihres Berufsstands eher mehr überzeugt sind, sehen dies die Älteren realistischer. Jeder fünfte Ingenieur sieht die persönliche Einkommensentwicklung als schlecht bis unterdurchschnittlich, während nur knapp 10% des hoffnungsvollen Nachwuchses der gleichen Meinung ist. Ein glänzendes Berufsimage sehen nur rund 10% der erfahrenen Ingenieure, aber gut ein Viertel der jüngeren. Eine gewisse Blauäugigkeit, die der Jugend

eigen ist, mag bei diesen Erwartungen eine sicher nicht unwichtige Rolle spielen; letztlich ist dies ein Motivator in eigener Sache.

## Mehr Sozialkompetenz als Chance

Es mag ausbildungstypisch sein, dass die Absolventen des Ingenieurstudiums ihre Zukunftschancen vermehrt interdisziplinär sehen, aber deutlich weniger im Unternehmerischen, wie dies bei den Älteren der Fall ist. Beide sind sich jedoch darin einig, dass ein stärkerer Auftritt, der Sozialkompetenz und gesellschaftliches Engagement vermittelt, die Zukunftschancen verbessern würde. Dringend gefordert wird daher eine verbesserte Ausbildung an den Hochschulen in Management, Marketing und Verkauf. Die Vorstellungen darüber, wie dies erfolgen soll, sind eher vage. Man sucht, wie dies heute allseits verlangt, aber selten geliefert wird, «Nischen und Mut zu neuen Wegen», zweifelt auch, ob ein selbstbewussteres Auftreten wirklich hilft, und ist durchaus skeptisch, ob mehr Frauen im Beruf mehr Fortschritt bringen. Diese Ansicht könnte nach 20 Jahren Frauenförderung als fast revolutionär betrachtet werden; sie verweist auf den weiterhin konservativen Hintergrund von Ingenieuren und Architekten, die in dieser Studie mit befragt wurden.

## Manko in der Kommunikation

Da ich seit über 30 Jahren Dutzende von Ingenieuren und Architekten kennen gelernt habe, einige davon auch in Spitzenpositionen der Wirtschaft, bleibt mir als Summe meiner Erfahrungen und Beobachtun-

gen nur die Aussage: So wenig man die Neat-Ingenieure kennt, so wenig man die Ingenieure der Kernkraftwerke kennt, so wenig man ihre Kollegen kennt, die in der Luftfahrt oder bei den Bahnen arbeiten, bei ABB, Spuhler, Nestlé oder Sulzer, so klar ist die Tatsache: Ingenieure können nicht kommunizieren. Dies ganz im Gegensatz zu Architekten, die gerade in der Schweiz kommunikativ enorme Fortschritte gemacht haben. Warum ist dies so? Architekten stehen persönlich im Wettbewerb, wo ohne Kommunikation kein Erfolg mehr möglich ist. Der Ingenieur dient tatsächlich mehr der Sache als sich selber. Johannes Schneider-Amann, der Präsident von Swissmem, hat den Industrietag, der jetzt zum dritten Mal durchgeführt wurde, nicht zuletzt deshalb entwickelt, um seinem Berufsstand mehr Gewicht zu geben. Anwälte, Ärzte und Juristen haben ihr Eigenmarketing in den letzten 15 Jahren deutlich ausgebaut, aber in die Ingenieursverbände ist dieses Wissen noch nicht eingedrungen. Einer meiner Ingenieur-Freunde aus der ABB-«Schule» kommend, sagte mir einmal: «Wir Schweizer konnten mehr als die Schweden, aber sie steckten uns dennoch in die Tasche.» Darin drückt sich die Tragödie der Schweizer Ingenieursausbildung aus. Wer zu falscher Bescheidenheit erzogen wurde, lässt sich leicht von stärkeren Ausländern zurückdrängen. Vielleicht haben die Besten der jungen Absolventen dies begriffen und nehmen «Communications» ernster als die ältere Generation. Es ist auch kein Zufall, dass viele Schweizer Industrieunternehmen in die Hände von Ausländern gefallen sind. Schweizer Ingenieure an der Spitze verfügen häufig nicht über das notwendige Instrumentarium und die Einstellung oder Erfahrung, um sich im Ernstfall zu behaupten. Sie dienen und verdienen deshalb weniger als sie wert sind. **G**

Klaus J. Stöhlker ist Unternehmensberater für Öffentlichkeitsarbeit in Zollikon/ZH

# Plus spécialiste que dirigeant

L'enquête sur les salaires de Swiss Engineering UTS comprenait cette année une question sur l'image que les ingénieurs ont de leur propre profession. Klaus J. Stöhlker en commente ici les résultats. Le conseiller en communication confirme que les ingénieurs suisses ont de la peine à communiquer.

Les deux EPF de Zurich et de Lausanne jouissent de la brillante réputation de dicter les tendances du monde économique par l'intermédiaire de leurs diplômés et de leur haut degré de qualification. Tandis que les banquiers suisses voient leur crédibilité s'effondrer en même temps que ce qui a fait la base de leur activité depuis 250 ans, des dirigeants de groupes commerciaux et des chefs d'Etat viennent volontiers en Suisse rechercher des connaissances, des compétences et des personnes dont leurs entreprises ou leurs pays ont besoin de toute urgence pour leur développement. Plus de 700 Chinois, l'élite de la Chine de demain, étudient actuellement en Suisse, en

que des managers en marketing et en communication. C'est ce qu'indique la dernière enquête sur les salaires réalisée par Swiss Engineering UTS, où ont été questionnés sur leur image des ingénieurs expérimentés ainsi que des ingénieurs en début de carrière. Les jeunes diplômés sont autant satisfaits de l'image véhiculée par les représentants de la branche que le sont les ingénieurs depuis plus longtemps dans la profession. Par contre, les jeunes diplômés sont davantage convaincus de la bonne réputation de la profession auprès du grand public, tandis que les anciens sont plus réalistes. Pour un ingénieur sur cinq, les perspectives d'évolution des salaires sont mauvaises ou

emblématique de la formation. Les deux groupes interrogés sont cependant d'accord de dire qu'une image renforcée autant par les compétences sociales que par un engagement au niveau de la société pourrait améliorer les perspectives d'avenir. C'est pourquoi ils exigent que l'enseignement donné par les hautes écoles dans les domaines du management, du marketing et de la vente soit amélioré de toute urgence. Ce que cela signifie exactement pour eux, comment cela peut se faire, demeure cependant plutôt vague. On cherche ce que tout le monde souhaite, mais très peu obtiennent, «l'opportunité d'occuper de nouvelles niches et d'explorer de nouvelles voies» mais on doute qu'une image renforcée et plus confiante y contribue vraiment, tout comme l'on est sceptique sur l'hypothèse que davantage de femmes dans la profession contribueraient à la faire progresser. Après 20 ans de promotion de la condition féminine, ce point de vue peut être considéré comme révolutionnaire et témoigne bien de l'état d'esprit plutôt conservateur qui domine encore au sein du cercle des ingénieurs et des architectes interrogés pour cette étude.

## Lacunes en matière de communication

Personnellement, au cours de ces 30 dernières années, j'ai eu l'occasion de faire la connaissance de douzaines d'ingénieurs et d'architectes. Par ces rencontres, j'ai pu observer et me rendre compte du degré de méconnaissance que l'on sur les ingénieurs de la NLFA, sur les ingénieurs des centrales nucléaires, sur leurs collègues qui travaillent dans l'aviation ou les chemins de fer,

chez ABB, Spuhler, Nestlé ou Sulzer et j'en conclus que les ingénieurs ne savent pas communiquer. Contrairement aux architectes qui, en Suisse, ont fait d'énormes progrès en matière de communication, pour la simple et bonne raison qu'ils sont soumis personnellement à concurrence et que dans un tel contexte, il n'est plus possible de réussir sans communication. L'ingénieur travaille quant à lui davantage au service de la cause que de lui-même. Johannes Schneider-Ammann, président de Swissmem, a développé la journée de l'industrie, dont la troisième édition a eu lieu dernièrement, entre autres raisons pour donner davantage de poids à son association professionnelle. Durant ses 15 dernières années, les avocats, les médecins et les juristes ont considérablement développé leur propre marketing, mais cette aptitude n'a pas encore été assimilée par les associations d'ingénieurs. L'un de mes amis ingénieurs, issu de l'«école» ABB, m'a dit un jour: «Nous, les Suisses, nous en savions davantage que les Suédois, mais ce sont eux qui nous ont mis dans leur poche.» Ceci exprime précisément la tragédie inhérente à la formation des ingénieurs en Suisse. Quiconque a été formé à la fausse modestie est plus vulnérable aux assauts d'étrangers plus confiants. Peut-être que les meilleurs parmi les jeunes diplômés l'ont compris vu qu'ils considèrent la communication plus sérieusement que la génération précédente. Ce n'est pas non plus un hasard si de nombreuses industries suisses sont tombées en mains étrangères. Les ingénieurs suisses qui se placent à la pointe ne disposent souvent pas des instruments nécessaires, ni de la tournure d'esprit ou de l'expérience qui leur permettraient de s'affirmer dans des situations précaires. C'est pour cette raison qu'ils ne se servent et gagnent moins que ce qu'ils valent. ☞

Klaus J. Stöhlker est conseiller d'entreprises en relations publiques à Zollikon/ZH

## Quiconque a été formé à la fausse modestie est plus vulnérable aux assauts d'étrangers plus confiants.

vue d'accélérer les processus de renouvellement dans les pays d'Extrême-Orient. Ils sont, avec des milliers d'autres étudiants étrangers, les ambassadeurs du progrès «made in Switzerland». Cet aspect est aussi important pour nos relations extérieures que pour notre industrie d'exportation, qui de la sorte pourra par la suite compter sur des partenaires fiables.

### Rester dans l'ombre

L'ingénieur que l'on forme et que l'on exporte depuis 150 ans est généralement connu pour être un spécialiste au service de la direction de son entreprise et, la plupart du temps, pour rester dans l'ombre des juristes, des spécialistes de l'économie politique et d'entreprise ainsi

inférieures à la normale, tandis que pas même 10% d'une relève plus optimiste est du même avis. 10% seulement des ingénieurs expérimentés ont une image brillante de la profession, contre un quart des plus jeunes. Cela peut refléter une certaine naïveté propre à la jeunesse, mais en terme d'attentes, ce n'est pas anodin, car il s'agit-là d'un facteur important d'auto-motivation.

### Davantage de compétences sociales en perspective

Le fait que les jeunes ingénieurs diplômés voient leur avenir professionnel de plus en plus soumis à l'interdisciplinarité plutôt que, comme leurs aînés le pensent, au domaine de la gestion globale, peut être