

Bern, 8. Mai 2017

Medienmitteilung

ENERGIESTRATEGIE 2050 ERHÖHT DIE ATTRAKTIVITÄT DES INGENIEURBERUFS!

Nach den einschlägigen Statistiken sowie einer verbandsinternen Umfrage im Kontext der Masseneinwanderungsinitiative hat die Schweizerische Vereinigung Beratender Ingenieurunternehmen usic beschlossen, mit Taten statt Worten die Attraktivität des Berufsbildes und somit die Bekämpfung des Fachkräftemangels mit konkreten Massnahmen zu stärken.

Die Mitglieder der usic sind nicht nur davon überzeugt, dass die Energiestrategie 2050 umsetzbar ist, sondern auch dass sie der Privatwirtschaft sichere Rahmenbedingungen und somit Investitionssicherheit gewährleistet. Die Verbandsstrategie der usic hat nicht nur zum Ziel, sichere wirtschaftliche Rahmenbedingungen für die Mitgliedsunternehmen zu schaffen, sondern auch das Berufsbild des Ingenieurs und der Ingenieurinnen in der Öffentlichkeit zu schärfen und somit dem Fachkräftemangel entgegenzuwirken.

Handlungsbedarf: Vorbilder schaffen

Nebst den bekannten Forderungen wie Stärkung der MINT-Fächer in der obligatorischen Schule sowie die Förderung der Mädchen innerhalb dieser Fachbereiche, setzt die usic seit einigen Jahren auf aktive Kommunikationsmassnahmen, um das Berufsbild des Ingenieurs und der Ingenieurin sowie dessen / deren Tätigkeiten der breiten Bevölkerung bekannt zu machen. So rücken an den usic-Medientagen gesellschaftlich und wirtschaftlich wichtige Bauprojekte ins Zentrum. Am Projekt involvierte Ingenieurinnen und Ingenieure erklären den Medien die technischen Herausforderungen und entsprechenden Lösungen. Die Stiftung *building* hat den [Building-Award](#) ins Leben gerufen, an welchem herausragende Ingenieurleistungen honoriert werden.

Und Image kreieren!

Im Rahmen der Verbandskommunikation setzt die usic in ihrer Bildsprache so weit wie möglich auf junge Personen und Frauen. Die Kampagnen sind auf ein breites und Social Media affines Publikum ausgerichtet und sollen junge Menschen ansprechen. Auch die Themenwahl ist entsprechend angesetzt: die Eröffnung des Gotthard-Basistunnels, die Digitalisierung der Baubranche sowie die Energiestrategie 2050 sollen zeigen, dass Ingenieurinnen und Ingenieure Teil des Fortschritts sind und diesen durch Innovation massgebend vorantreiben.

Social Media Kampagne zur ES2050

Der heute lancierte dritte Teil der Social Media Kampagne der usic für die Energiestrategie 2050 setzt die Bestrebungen der usic in die Tat um. Nicht nur werden die ureigenen Kompetenzen „Intelligenz“, „Kreativität“ und „Innovation“ der IngenieurInnen transportiert, sondern es wird auch aufgezeigt, dass junge Menschen mit dieser Berufswahl Teil einer energiepolitischen Bewegung und Wende werden können. Die usic ist davon überzeugt, dass das unkonventionelle Aufzeigen der gesellschaftlichen Relevanz des Ingenieurberufs längerfristig hilft, das Image des Berufes in ein positives Licht zu rücken.

Link Social Media Kampagne: <https://we.tl/eA07i0iXhs>

Medienkontakt:

Geschäftsstelle usic, Lea Kusano, Kommunikation, 076 568 27 51, lea.kusano@usic.ch

Weitere Informationen:

usic.ch bildung.ch building-award.ch iningenieursteckt.ch facebook.com/usic.ch [@usic_ch](https://twitter.com/usic_ch)

Die usic

Die Schweizerische Vereinigung Beratender Ingenieurunternehmen usic vereint rund 1'000 Mitgliedsunternehmen mit gut 15'000 Mitarbeitenden. Die Mitglieder generieren einen jährlichen Bruttohonorarumsatz von über 2,3 Mia. Franken. Dies entspricht einem Anteil von etwa 50 Prozent am gesamten ingenieurrelevanten Ausgabenanteil im Baubereich. Die Mitgliedsunternehmen der usic sind in allen baurelevanten Bereichen tätig, von der Raumplanung über die Geologie, die Vermessung, die Umweltingenieurwissenschaften, das Bauingenieurwesen sowie die Gebäudetechnik und die Elektroplanung. Damit ist die usic der grösste patronale Planerverband und die anerkannte nationale Stimme der beratenden Ingenieur- und Planerunternehmen in der Schweiz.