

# Die nächste Generation in der Geomatik: Chancen, Herausforderungen und Perspektiven

Die nachrückenden Generationen und damit auch die generationsübergreifende Zusammenarbeit sind wichtige und relevante Herausforderungen für die Berufswelt. Der Schweizer Arbeitsmarkt ist bereits durchmischt mit unterschiedlichen Generationen. Die Generation Z (Jahrgänge 1997–2012) machte 2024 bereits 15.4% der Erwerbsbevölkerung in der Schweiz aus. Was bedeutet dieser Generationenmix für Arbeitgebende, Arbeitnehmende und Berufsverbände? Diese Fragen hat sich der Berufsverband GEOSUISSE Anfang 2023 gestellt und sich mit Yannick Blättler und dem von ihm gegründeten Beratungsunternehmen NEOVISO dazu ausgetauscht.

## GEOSUISSE, NEOVISO AG

Auch die Geomatik-Branche steht vor einem Generationen-Umbruch. Während erfahrene Fachkräfte in den kommenden Jahren in den Ruhestand gehen, bringt die nachrückende Generation neue Erwartungen und Arbeitsweisen mit. Dieser Übergang gestaltet sich herausfordernd. Wollen Arbeitgebende und die Branche langfristig relevant bleiben, müssen sie sich diesen Veränderungen stellen.

Für Unternehmen bedeutet das, Führung neu zu denken. Gespräche mit Mitarbeitenden verändern sich, Geschäftsleitungen müssen in ihren Sitzungen verstärkt auf Arbeitsweisen eingehen, statt sich nur an traditionellen Strukturen zu orientieren. Flexibilität, Transparenz und ein modernes Verständnis von Führung gewinnen an Bedeutung. Junge Fachkräfte suchen nicht nur nach attraktiven Jobs, sondern auch nach einem Arbeitsumfeld, das zu ihren Werten und ihrem Lebensstil passt.

«Speziell diejenigen Branchen, welche in ihrer Arbeit sehr exakt vorgehen müssen, z. B. die Geomatik- bzw. Ingenieur-Branche, dürfen in der Führungskultur etwas lockerer werden.»

Yannick Blättler

Berufsverbände wie GEOSUISSE stehen vor der Aufgabe, ihre Relevanz für junge Talente zu sichern. Dabei stellt sich eine zentrale Frage: Wissen junge Leute überhaupt, was GEOSUISSE ist? Und falls ja, verstehen sie, welche Möglichkeiten ihnen ein Berufsverband bietet? Verbände und Arbeitgebende müssen nicht nur sichtbar sein, sondern aktiv vermitteln, warum sich ein Einstieg bei ihnen lohnt.

«Es wäre vermessen zu glauben, dass der Nachwuchs in der Geomatik-Branche von alleine auf Verbände zugeht. Kommunikativ muss man in dieser Hinsicht stark darauf achten, wo junge, potenzielle Verbandsmitglieder privat anzutreffen sind. Welche on- und offline Plattformen werden genutzt? Worauf legt diese Zielgruppe Wert?»

Yannick Blättler

Ein wichtiger Aspekt dieser Transformation sei auch der Wandel hin zu «New

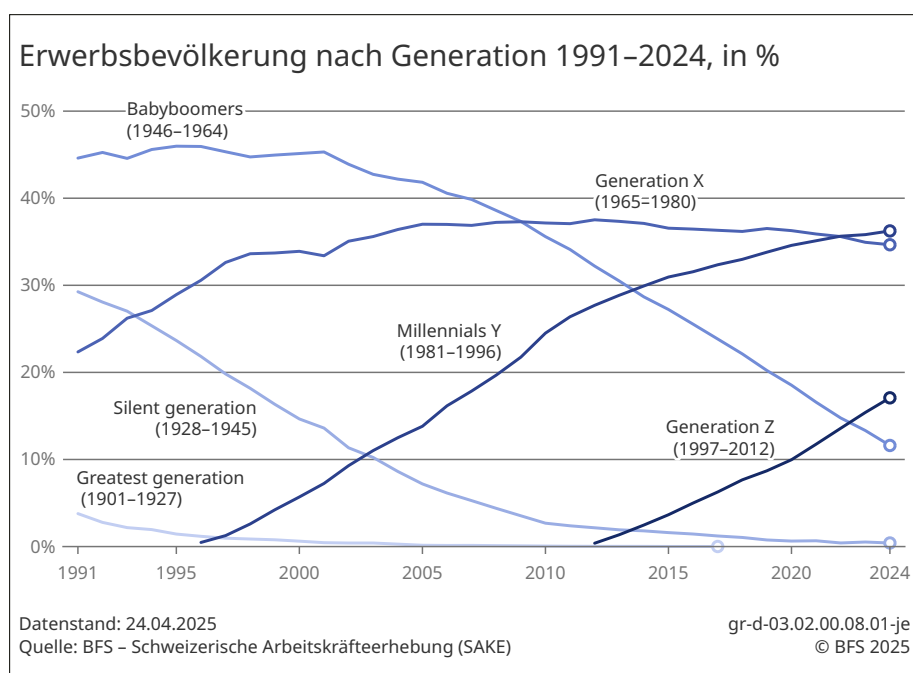


Abb. 1: Generationen auf dem Arbeitsmarkt (Quelle: Bundesamt für Statistik).



Yannick Blättler ist Next-Gen Spezialist und widmet sich seit vielen Jahren der Frage «Wie bleiben Unternehmen und Marken bei der nächsten Generation relevant?». Im Gespräch mit dem Berufsverband GEOSUISSE ging er auf die Relevanz der nächsten Generation ein, was im folgenden Abschnitt zusammengefasst wird.

Work», meint Yannick Blättler. Arbeit wird fluid, Hierarchien werden flacher und der Fokus liegt stärker auf Ergebnissen als auf starren Strukturen.

Besonders entscheidend für eine erfolgreiche Entwicklung ist die generationsübergreifende Zusammenarbeit. Statt Gräben zwischen Jung und Alt zu vertiefen, braucht es gegenseitiges Interesse und Offenheit. Das bedeutet: Fragen stellen, Wissen austauschen und ein Umfeld schaffen, in dem psychologische Sicherheit herrscht.

## Relevanz der «Next-Gen» für den Berufsverband GEOSUISSE

**GEO SUISSE** Schweizerischer Verband für Geomatik und Landmanagement  
Société suisse de géomatique et de gestion du territoire  
Società Svizzera di geomatica e di gestione del territorio  
Societad svizra da geomatica e da gestiun dal territori

Die Nachwuchsförderung hat in der gesamten Branche wie auch bei GEOSUISSE seit langem einen hohen Stellenwert. Der Vorstand des schweizerischen Verbands ist heute bereits mit mehreren Generationen durchmischt. Die generationsübergreifende Zusammenarbeit muss jedoch

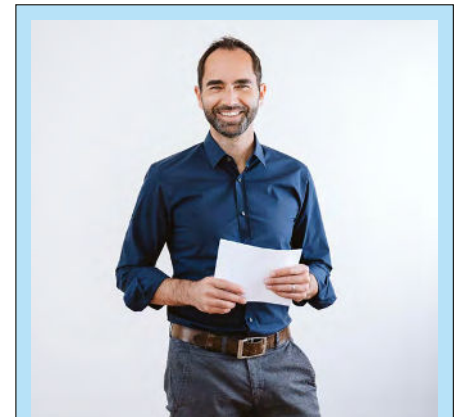
auch in den einzelnen Sektionen gefördert werden. Wichtig ist dabei zu beachten, dass es um die Verbindung von allen Generationen geht, nicht die Bevorzugung einer bestimmten.

*«Für den Verband ist klar, dass das Thema generationsübergreifende Zusammenarbeit wichtig ist. Zentral ist dabei die Frage, wie wir für künftige Generationen attraktiv bleiben, ohne dabei zu stark zu Schubladisieren. Anstatt in einzelnen Generationen zu denken, müssen wir die Verbindung von Generationen fördern.»*

Matthias Widmer, Präsident GEOSUISSE

GEOSUISSE bietet bereits heute generationenübergreifende wie auch auf spezifische Alterssegmente ausgerichtete Gefässe und Aktivitäten an. Im Leitbild steht, dass der Berufsverband die gemeinsamen Interessen seiner Mitglieder in fachlicher, wirtschaftlicher, politischer und juristischer Hinsicht fördern will. Damit stellt sich die Frage, was die Interessen der einzelnen Altersgruppen sind und wie das Angebots-Portfolio ausse-

hen soll, um generationsübergreifend attraktiv zu sein. Was für GEOSUISSE jedoch klar ist: Man muss sich neuen Themenfeldern innerhalb der Geomatik-Branche und noch nicht erreichten Berufsgruppen öffnen. Als Berufsver-



Tom Seeger: Seit 2016 selbstständiger Entwicklungsberater für Menschen, Teams und Organisationen. Er verfügt über Master- und Zertifikatsausbildungen in den Bereichen Coaching, Gruppen- und Teamdynamik, Personal- und Organisationsentwicklung sowie Betriebswirtschaft und Marketing [www.ameglio.ch](http://www.ameglio.ch).

## Exkurs zum Thema «New Work»

### Grundlage

Der Begriff «New Work» wurde in den 1970er-Jahren vom Sozialphilosophen Fritjof Bergmann geprägt. Damals standen die Werte Selbstständigkeit, Freiheit und Teilhabe im Zentrum – als Gegenmodell zum bis dato klassischen kapitalistischen Arbeitsmodell. Mittlerweile haben sich diese Werte zu Bedürfnissen der Arbeitnehmenden entwickelt.

### Organisationale Herausforderungen

Äussere Einflussfaktoren wie wirtschaftliche Veränderung, demografische Entwicklung (Gen Z) und technologischer Fortschritt (Digitalisierung) haben Auswirkungen auf die Art und Weise, wie wir unsere Arbeit gestalten. Dies zeigt sich u.a. in der Arbeitszeit- und -ortgestaltung. Weg von «nine-to-five» hin zu flexibler Arbeitszeit, Jobsharing oder Vertrauensarbeitszeit. Nicht selten in Kombination mit Homeoffice, Co-Working oder dem «work-anywhere» Ansatz.

Die Herausforderung für die Unternehmen besteht im Widerspruch zwischen der Individualität der Bedürfnisse und dem gemeinschaftlichen Funktionieren auf Ebene Team und Organisation. Organisationen sind lebendige, soziale Systeme. Ihr Überleben ist massgeblich vom Funktionieren ihrer (in-)formellen Kommunikation und Arbeitsteilung abhängig. In Zeiten von New Work heisst das, dass Arbeitgeber ein gesundes Gleichgewicht aus Flexibilität für das In-

dividuum und Vergemeinschaftung von Arbeit, Kommunikation und Verantwortung für das Team und die Organisation sicherstellen müssen.

### Attraktivere Zusammenarbeit gestalten

Damit dies gelingt, braucht es ein Umdenken, wofür wir eine bestimmte Arbeitsumgebung bereitstellen. Entscheidend ist die Frage nach dem «Wofür?». Sie zwingt uns, zukunftsgestaltend darüber nachzudenken, was Sinn, Zweck und Ziel der Anwesenheit im Büro sind. Ein Büro oder auch ein Co-Working-Space sollte als Begegnungsort für Zusammenarbeit gesehen werden, wo Probleme gemeinsam gelöst, neue Ideen miteinander entwickelt sowie die Zugehörigkeit und das Wir-Gefühl gestärkt werden.

Das über alle Generationen hinweg verbindende Element ist der Austausch miteinander. Menschen ist es wichtig, einen sozialen Mehrwert im Zusammensein mit anderen Menschen zu erfahren. Wir wollen uns zugehörig fühlen, zum Team, zur Organisation, zur Arbeit, zum gemeinsamen Ziel usw. Gemeinsam etwas zu erschaffen, zu verändern, zu erreichen, generiert Erlebnisse, die uns verbinden. Das motiviert. Ermöglichen Sie Begegnungszeit und -raum für konkrete Aufgabenstellungen. Das verbindet die Generationen miteinander und bietet mehr als das blosse Nebeneinandersitzen, um Pendenzen abzuarbeiten.

band will GEOSUISSE Anlaufstelle für Ingenieurinnen und Ingenieure sein, die in der Geomatik oder im Landmanagement tätig sind.

### Projekt «Generationen»

GEOSUISSE hat dabei schon länger zentrale Herausforderungen erkannt: Die geringe Bekanntheit bei jungen Berufsleuten, der zunehmende Nachwuchsmangel sowie die damit verbundenen unterschiedlichen Bedürfnisse verschiedener Generationen.

Seit 2023 geht GEOSUISSE diese Themen gezielt an: Mit der Gründung einer Arbeitsgruppe wurde das Projekt «Generationen» lanciert. Ziel dieser Initiative ist es, die unterschiedlichen Bedürfnisse der Generationen sichtbar zu machen, ihnen angemessen zu begegnen, Generationen-Konflikte zu vermeiden und die Stärken der verschiedenen Altersgruppen für eine erfolgreiche und erfüllende Zukunft zu nutzen.

Die strategische Führung dieses Projekts liegt beim Vorstand von GEOSUISSE, vertreten durch Simone Stirnimann. Die operative Leitung hat Patrick Keusch übernommen, unterstützt vom Sekretariat des Verbandes.

*«Bei uns sollen erfahrene und jüngere Berufsleute bewusst zusammenarbeiten. Wir beziehen die jüngere Generation frühzeitig in Projekte und Aufgaben ein – stets begleitet von erfahrenen Kolleginnen und Kollegen. Gemischte Teams fördern nicht nur den Austausch, sondern tragen massgeblich zur Weiterentwicklung unserer Aufgaben bei.»*

*Simone Stirnimann, Kantonsgeometerin Aargau und Vorstandsmitglied GEOSUISSE*

GEOSUISSE legt bereits heute viel Wert darauf, dass der Austausch von jüngeren und älteren Mitgliedern sichergestellt wird. Eine zentrale Herausforderung ist aber auch, dass alle Akteure (Unternehmen, Verwaltungen, Hochschulen etc.) in der Branche mitziehen. Die erfolgreiche Zusammenarbeit mit diesen Anspruchs-

gruppen bleibt daher ein ebenso wichtiges Traktandum. Das Bewusstsein, welche Relevanz die erfolgreiche Zusammenarbeit von Generationen hat, ist bei anderen Akteuren der Branche nämlich ebenso vorhanden.

*«In der Geomatik-Branche liegt die Herausforderung darin, Erfahrungswissen und digitale Innovationskraft generationenübergreifend zu verbinden, indem wir das gegenseitige Verständnis fördern, voneinander lernen und so gemeinsam eine zukunftsfähige, agile Arbeitskultur entwickeln.»*

*Christian Gamma, Professor für Landmanagement und Katastersysteme, Fachhochschule Nordwestschweiz (FHNW)*

### Zusammenarbeit NEOVISO X GEOSUISSE: Bedürfnisse junger (Nicht-) Verbandsmitglieder im Fokus

Um die Bedürfnisse von jungen Fachkräften in der GEO-Branche abzuholen und generationsübergreifende Zusammenarbeit in Verbänden ideal zu gestalten, entschied sich GEOSUISSE für eine Unterstützung durch NEOVISO. Der Fokus von NEOVISO liegt auf dem Verständnis der nachkommenden Generationen und der Frage «Wie werden und bleiben Marken auch in Zukunft relevant?» Mit Erkenntnissen aus eigener Marktforschung berät

NEOVISO Unternehmen und Verbände aus allen Bereichen.

NEOVISO führte im Auftrag von GEOSUISSE ein qualitatives Marktforschungsprojekt zum Thema «Bedürfnisse von jungen (Nicht-)Verbandsmitgliedern» durch. Ziel war es, ein besseres Verständnis für die Erwartungen und Erfahrungen dieser Zielgruppe zu gewinnen. Wie relevant ist ein Berufsverband für junge Fachkräfte in dieser Branche? Welche Angebote sind besonders gefragt – und wo gibt es Nachholbedarf?

### Methodik und Studiendesign

Um möglichst tiefgehende Einblicke zu erhalten, wurden drei Fokusgruppen mit je 6–8 Teilnehmenden aus der Deutsch- und Westschweiz durchgeführt. Die Diskussionen dauerten jeweils zwei Stunden und umfassten Personen im Alter von 26 bis 41 Jahren, die über eine entsprechende Ausbildungs- und Berufserfahrung verfügten. Die Stichprobe setzte sich aus 12 GEOSUISSE-Mitgliedern (je eine Fokusgruppe für die Deutsch- und die Westschweiz) und 6 Nicht-Mitgliedern (separate Fokusgruppe) zusammen, wobei 16 Männer und 2 Frauen an der Untersuchung teilnahmen.

Die Studie lieferte wertvolle Einblicke in die Sichtweise der nächsten Generation. Gewonnene Erkenntnisse bieten eine fundierte Grundlage für die strategische Weiterentwicklung von GEOSUISSE als Verband, aber auch für die gesamte Branche.



Abb. 2: Workshop Next Generation.

### Starkes Netzwerk, aber Bedarf an Innovation

Die Mitglieder von GEOSUISSE sind in ihrer Branche gut vernetzt, schätzen den persönlichen Austausch und die klassische Apéro-Kultur bei Veranstaltungen. Gleichzeitig zeigt sich ein klares Bedürfnis nach generationsübergreifenden Angeboten sowie einem intensiveren Austausch zwischen den verschiedenen Sektionen und Sprachregionen. Besonders in der Westschweiz fehlt es gemäss der Fokusgruppe zudem an bekannten Weiterbildungsangeboten in französischer Sprache. Auch in der Deutschschweiz wird ein differenzierteres Angebot gewünscht – insbesondere mit praxisorientiertem Fokus.

Ein weiteres zentrales Thema: die Kommunikation des Verbands. Die GEOSUISSE Website wird als unübersichtlich empfunden und eine modernere, benutzerfreundlichere Plattform in deutscher und französischer Sprache steht weit oben auf der Wunschliste der (Nicht-)Mitglieder. Der erste Eindruck und der allgemeine Web- und Kommunikationsauftritt kann für den Gewinn von Verbandsmitgliedern entscheidend sein. Der Austausch mit der Zielgruppe zeigte auch auf, dass gerade die Webseite und damit der erste Eindruck eines Verbandes über die Absichten einer Mitgliedschaft entscheiden können.

«Das Image des Altherrenvereins kommt hervor. Die Einstiegsbilder auf der Webseite widerspiegeln nicht unseren Beruf, es könnte irgendein Verband aus irgendeiner Branche sein.»

Teilnehmende Person

### Fehlende Sichtbarkeit und unklare Vorteile für Verbandsmitglieder

Viele junge Fachkräfte kennen GEOSUISSE kaum – vor allem die Vorteile einer Mitgliedschaft sind weitgehend unklar. Während das Networking-Potenzial eines Berufsverbands anerkannt wird, bleibt für viele verborgen, welchen zusätzlichen Mehrwert GEOSUISSE bietet. Hohe Mitgliedsbeiträge ohne direkt sichtbare Vorteile wirken abschreckend, wohingegen

Weiterbildungen als besonders attraktiv wahrgenommen werden.

«Gerade wenn man bereits in einem anderen Verband Mitglied ist, denkt man sich: Weshalb soll ich zu GEOSUISSE wechseln oder auch noch Mitglied werden? Der Mehrwert allgemein und im Vergleich zu anderen Verbänden muss klar und direkt ersichtlich sein.»

Teilnehmende Person

Um diese Zielgruppe besser zu erreichen, sind gut organisierte Events, eine gezielte Präsenz auf digitalen Kanälen wie LinkedIn und Instagram sowie eine klar strukturierte und moderne Website entscheidend. Zudem wünschen sich potenzielle Mitglieder eine sichtbare Repräsentation der verschiedenen Generationen im Verband – eine stärkere Identifikation könnte die Eintrittsbarriere senken.

### Fazit

Der Verband der Zukunft ist digital, sichtbar und vernetzt.

Die Studie zeigt deutlich: GEOSUISSE hat ein starkes Fundament, doch um für die nächste Generation attraktiver zu werden, braucht es eine gezieltere Kommunikation, mehr digitale Sichtbarkeit und Weiterbildungsangebote, die sich an den realen Bedürfnissen junger Fachkräfte orientieren. Die gute Nachricht: Die Bereitschaft, sich zu vernetzen und von einem Verband zu profitieren, ist gross –

wenn die Rahmenbedingungen stimmen.

## Bedeutung für betroffene Anspruchsgruppen

Die aus der von NEOVISO durchgeführten Studie gewonnenen Erkenntnisse zeigen verschiedene Handlungsfelder auf, wie die generationsübergreifende Zusammenarbeit bei GEOSUISSE zielführend und langfristig angegangen werden kann.

### Generationsübergreifende Zusammenarbeit: Brücken bauen statt Gräben ziehen

In einer zunehmend diversen Arbeitswelt ist die Zusammenarbeit zwischen den Generationen ein entscheidender Erfolgsfaktor. Sie erfordert ein Umdenken – weg von stereotypen Zuschreibungen, hin zu einem gegenseitigen Verständnis. Ein verändertes Mindset schafft die Grundlage für psychologische Sicherheit, in der Fragen nicht als Schwäche, sondern als Stärke verstanden werden. «Unbossing» bedeutet in diesem Kontext: Führungskräfte agieren als Coaches, nicht als autoritäre Anleitende. Verantwortung abzugeben ist dabei kein Kontrollverlust, sondern ein Akt des Vertrauens.

Die Integration aller Generationen wird zum echten Mehrwert, wenn Werte und Ziele gemeinsam reflektiert werden, denn im Grundsatz sind sie oft erstaunlich kongruent. Authentizität seitens der Füh-

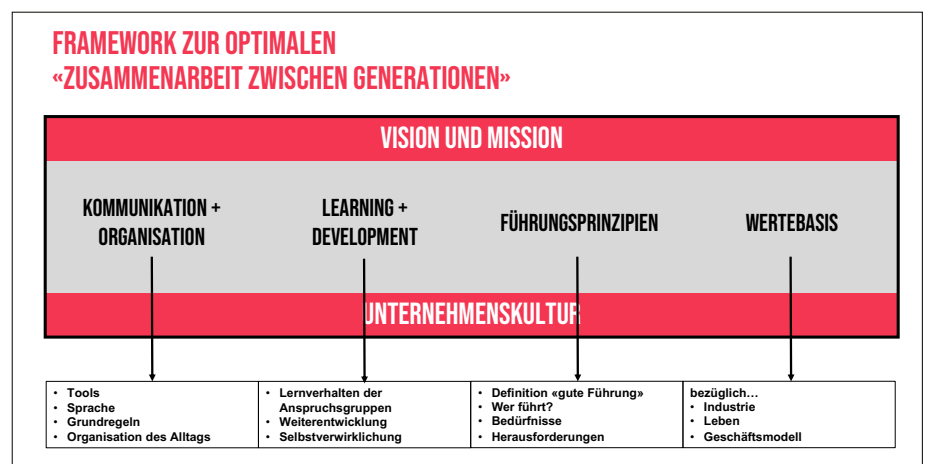


Abb. 3: Zusammenarbeit zwischen Generationen.

rung stärkt die Glaubwürdigkeit und macht gemeinsame Visionen erlebbar. Wenn wir über attraktive Unternehmungen und langfristige Mitarbeiterbindung sprechen, dann geht es heute mehr denn je um sinnstiftende Arbeit, gemeinsame Verantwortung und echte Verbindung. Kommunikation baut Brücken und Verbindlichkeit schafft Vertrauen.

*«Generationenübergreifende Zusammenarbeit gelingt, wenn alle Mitarbeitenden an sinnstiftenden Projekten für Kunden und Gesellschaft arbeiten. Dafür schaffen wir ein wertschätzendes Umfeld, in dem Unterschiede als Stärke gelten und sich Erfahrungen und neue Ideen auf Augenhöhe begegnen.»*

*Romano Hofmann, Mitglied der Geschäftsleitung,  
Geozug Ingenieure AG*

### Wie kann die intergenerationale Zusammenarbeit von unterschiedlichen Generationen gefördert werden?

Nachfolgend sind Quick-Wins aufgeführt, die in Unternehmen und Verbänden umgesetzt werden können. Dies ist sowohl für geschäfts- und teamleitende Personen, wie auch für die Mitarbeitenden von hoher Relevanz. Die erfolgreiche Umsetzung fordert das Anpacken von allen Seiten.

- **Generationen-Roundtables:** Offene Diskussionsformate, bei denen Mitarbeitende unterschiedlichen Alters Erfahrungen, Bedürfnisse und Ideen austauschen.
- **Mentoring & Reverse Mentoring:** Erfahrene Mitarbeitende teilen ihr Wissen –

jüngere bringen digitale Kompetenz, neue Denkweisen und Trends ein.

- **Workshops zur Wertearbeit:** Was ist uns als Team wichtig? Wo liegen Gemeinsamkeiten und Unterschiede?
- **Cross-Generational Project Teams:** Bewusst altersgemischte Teams bei Innovationsprojekten oder Change-Initiativen.
- **Feedback-Tandems:** Zwei Mitarbeitende unterschiedlicher Generationen geben sich regelmässig Rückmeldung auf Augenhöhe.
- **Check-ups & Retrospektiven:** Regelmässige Reflexion der Zusammenarbeit, offen für Anpassungen und neue Bedürfnisse.

Generationsübergreifende Zusammenarbeit ist kein Nice-to-have, sondern ein strategischer Schlüssel zu langfristiger Innovationskraft, Motivation und Mitarbeiterbindung.

GEOSUISSE ist überzeugt, dass die generationsübergreifende Zusammenarbeit, vor allem aber die positive Einstellung dieser Herausforderung gegenüber, eine grosse Chance für die gesamte Branche ist. Wichtig ist, alle betroffenen Personen, Unternehmen und Organisation ernst zu nehmen und mit einzubeziehen.

Der erste Schritt in die richtige Richtung ist dem Berufsverband bereits gelungen. Mit dem Projekt «Generationen» wird die Weiterentwicklung tatkräftig weitergeführt.

Die wertvollen Erkenntnisse aus den durchgeführten Fokusgruppen bilden eine solide Grundlage für die zukünftige Ausrichtung von GEOSUISSE. Das betrifft

sowohl die strategische Ausrichtung des gesamten Verbands, aber auch das Weiterbildungsangebot, von welchem die (potenziellen) Mitglieder profitieren dürfen. Dabei will man stets Entwicklungen in und rund um die Branche beobachten, um gesamthaft am Puls der Zeit zu bleiben. Diese Zielsetzung ist für den Verband sehr zentral.

Auf der GEOSUISSE-Webseite sind weitere spannende Einblicke zum gesamten Angebot und den Aktivitäten ersichtlich.



[www.geosuisse.ch/de/unser-verband.html](http://www.geosuisse.ch/de/unser-verband.html)

Besuchen Sie jetzt die Webseite, erfahren Sie mehr über GEOSUISSE und melden Sie sich für die nächste Veranstaltung an. GEOSUISSE freut sich auf frischen Wind!

GEOSUISSE  
Arbeitsgruppe Generationen  
Kapellenstrasse 14  
CH-3011 Bern  
[info@geosuisse.ch](mailto:info@geosuisse.ch)

In Zusammenarbeit mit:  
NEOVISO AG  
Schweighofstrasse 14  
CH-6010 Kriens  
[info@neoviso.ch](mailto:info@neoviso.ch)

# La nouvelle génération dans le secteur de la géomatique: opportunités, défis et perspectives

Les prochaines générations ainsi que la collaboration intergénérationnelle représentent des enjeux majeurs et incontournables dans le monde professionnel. Le marché suisse du travail est déjà marqué par la diversité des générations. En 2024, la génération Z (née entre 1997 et 2012) représentait déjà 15,4% de la population active en Suisse. Qu'implique ce mélange générationnel pour les employeurs, les travailleurs et les associations professionnelles? Début 2023, l'association professionnelle GEOSUISSE s'est penchée sur ces questions. Elle s'est entretenue avec Yannick Blättler, fondateur de la société de conseil NEOVISO.

*Il mondo del lavoro sarà fortemente impattato dalle generazioni future e dalla collaborazione intergenerazionale. Il mercato del lavoro svizzero è già caratterizzato da un mix di diverse generazioni. Nel 2024 la generazione Z (composta dai nati tra il 1997 e il 2012) rappresentava già il 15,4% della popolazione attiva in Svizzera. Cosa significa questo mix generazionale per i datori di lavoro, i lavoratori e le associazioni professionali? All'inizio del 2023 l'associazione professionale GEOSUISSE si è posta questo interrogativo e ha avuto uno scambio di pareri con Yannick Blättler e la NEOVISO, l'azienda di consulenza da lui fondata.*

GEOSUISSE, NEOVISO AG

Le secteur de la géomatique fait lui aussi face à un véritable tournant génération-

nel. Tandis que des spécialistes expérimentés prendront leur retraite dans les années à venir, la nouvelle génération affiche des attentes inédites et de nou-

velles façons de travailler. Cette transition représente un défi majeur. Pour rester attrayants sur le long terme, employeurs et acteurs du secteur doivent impérativement s'adapter à ces transformations. Pour les entreprises, il s'agit de repenser le leadership. Les échanges avec les collaborateurs évoluent, et les cadres doivent, lors de leurs séances, s'intéresser davantage aux nouvelles méthodes de travail plutôt que de se reposer uniquement sur des structures traditionnelles. Flexibilité, transparence et vision moderne du management deviennent des facteurs-clés. Les jeunes talents ne recherchent pas seulement un emploi attrayant, mais aussi un environnement de travail en phase avec leurs valeurs et leur style de vie.

*«Les secteurs qui exigent une grande précision dans leur travail, comme la géomatique ou l'ingénierie, doivent assouplir leur culture managériale.»*

Yannick Blättler

Les associations professionnelles comme GEOSUISSE font face à un défi crucial: garantir leur attractivité auprès des jeunes talents. Une question essentielle se pose:



Spécialiste des nouvelles générations, Yannick Blättler se consacre depuis de nombreuses années à une question cruciale: «Comment les entreprises et les marques peuvent-elles rester attrayantes pour les jeunes générations?» Lors d'un échange avec l'association professionnelle GEOSUISSE, il a abordé l'importance stratégique de cette nouvelle génération (résumé dans le paragraphe suivant).

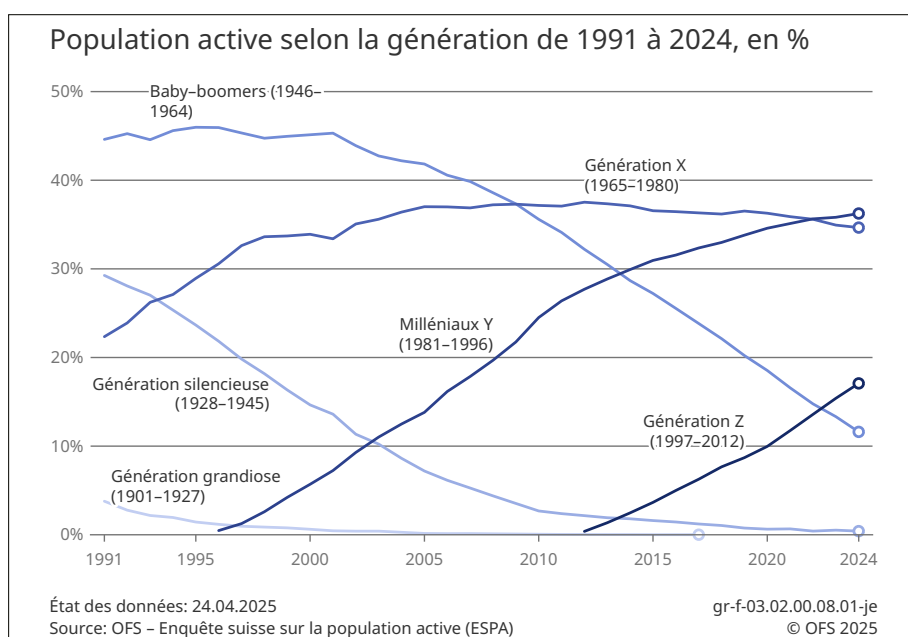
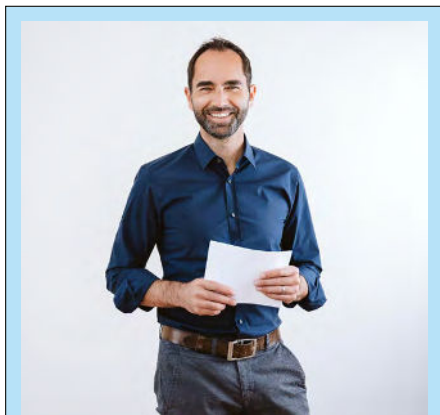


Fig. 1: Générations sur le marché du travail (Office fédéral de la statistique).

les jeunes savent-ils au juste ce qu'est GEOSUISSE? Et si oui, comprennent-ils ce qu'une association professionnelle peut leur offrir? Associations et employeurs doivent non seulement être visibles, mais surtout communiquer activement sur les avantages d'une adhésion.



Tom Seeger: Consultant indépendant en développement depuis 2016, spécialisé dans l'accompagnement de personnes, d'équipes et d'organisations. Il est titulaire de formations de niveau master et de certifications en coaching, dynamique de groupe et d'équipe, développement personnel et organisationnel, ainsi qu'en gestion d'entreprise et marketing [www.ameglio.ch](http://www.ameglio.ch).

*«Il serait présomptueux de croire que la nouvelle génération dans le secteur de la géomatique viendra spontanément au contact des associations. Sur le plan de la communication, il faut impérativement savoir où rencontrer ces jeunes membres potentiels, en ligne comme hors ligne, quelles plateformes ils utilisent et quelles sont leurs attentes.»*

Yannick Blättler

Selon Yannick Blättler, un aspect-clé de cette transformation réside dans l'adoption du «new work». Le travail devient plus fluide, les hiérarchies s'aplanissent, et l'accent est davantage mis sur des résultats concrets que sur des structures rigides.

Pour réussir cette évolution, la collaboration intergénérationnelle s'avère primordiale. Au lieu de creuser des fossés entre jeunes et seniors, il convient de cultiver un intérêt mutuel et de faire preuve d'une réelle ouverture. Par exemple en posant des questions, en partageant les savoirs et en créant un environnement propice à la sécurité psychologique.

## Importance de la «next gen» pour l'association professionnelle GEOSUISSE

**GEO  
SUISSE**

Schweizerischer Verband für Geomatik und Landmanagement  
Société suisse de géomatique et de gestion du territoire  
Società svizzera di geomatica e di gestione del territorio  
Società svizra da geomatica e da gestiun del territori

La promotion de la relève occupe depuis longtemps une place majeure dans toute la branche, de même que chez GEOSUISSE. Le comité de l'association suisse rassemble déjà plusieurs générations. Toutefois, la collaboration intergénérationnelle doit aussi être renforcée au sein des différentes sections. L'essentiel est de favoriser le lien entre toutes les générations, sans en privilégier certaines en particulier.

*«Pour l'association, il est clair que la collaboration intergénérationnelle constitue un sujet-clé. La question centrale est de savoir comment rester attrayants pour les générations futures, sans tomber dans le piège des stéréotypes. Au lieu de compartimenter des générations isolées, nous devons encourager la connexion entre elles.»*

Matthias Widmer,  
président de GEOSUISSE

## Excursion sur le thème «New Work»

### Fondamentaux

Le terme «new work» a été inventé dans les années 1970 par le philosophe social Fritjof Bergmann. À l'époque, les valeurs d'autonomie, de liberté et de participation étaient au cœur d'un nouveau concept de travail, en rupture avec le modèle capitaliste traditionnel. Aujourd'hui, ces valeurs sont devenues des besoins essentiels pour les travailleurs.

### Défis organisationnels

Des facteurs externes comme les évolutions économiques, démographiques (génération Z) et technologiques (numérisation) transforment profondément notre manière de travailler. Elles se traduisent notamment par une flexibilité accrue des horaires et des lieux de travail: fin du modèle «9h–17h», essor du jobsharing et du temps de travail basé sur la confiance, souvent combinés avec le télétravail, le coworking ou l'approche «work anywhere».

Le défi pour les entreprises? Concilier l'individualité des besoins avec le bon fonctionnement collectif des équipes et de l'organisation. Une entreprise est un système social vivant, où la communication et la répartition du travail, formelles ou informelles, sont vitales. Dans l'ère du «new work», les employeurs doivent trouver l'équilibre entre la

flexibilité accordée à chaque individu et la cohésion du travail, de la communication et des responsabilités au sein des équipes et de l'organisation.

### Créer une collaboration plus attrayante

Pour réussir, il faut repenser l'environnement de travail en répondant à la question-clé: «dans quel but?». Cette réflexion est essentielle pour imaginer l'avenir, notamment en ce qui concerne la présence physique sur le lieu de travail. Le bureau, ou même un espace de coworking, doit devenir un lieu de rencontres où l'on collabore, résout des problèmes ensemble et développe de nouvelles idées, tout en renforçant le sentiment d'appartenance et l'esprit d'équipe. L'échange est l'élément fédérateur entre toutes les générations. Les individus ont besoin de ressentir un réel bénéfice social en étant ensemble. Nous recherchons tous une appartenance: à une équipe, une organisation, un travail, une mission commune, etc. Créer, transformer et atteindre des objectifs ensemble génère des expériences partagées qui nous relient. Elles nous motivent, nous inspirent et donnent du sens. Offrez des temps et espaces de rencontre dédiés à des tâches concrètes pour unir les générations bien au-delà du simple partage d'un lieu où l'on se contente de gérer des tâches en parallèle.

GEOSUISSE propose d'ores et déjà des plateformes et activités adaptées à toutes les générations, ainsi qu'à des tranches d'âge spécifiques. Sa mission: défendre les intérêts communs de ses membres sur les plans technique, économique, politique et juridique. La question se pose donc de savoir quels sont les besoins propres à chaque tranche d'âge, et comment construire une offre attrayante pour tous. Ce qui est certain pour GEOSUISSE, c'est la nécessité de s'ouvrir à de nouveaux domaines dans la géomatique et à des groupes professionnels encore peu représentés. En qualité d'association professionnelle, GEOSUISSE entend devenir la référence pour les ingénieurs et ingénieurs actifs dans la géomatique ou la gestion du territoire.

### Projet «Génération»

GEOSUISSE a depuis longtemps identifié des défis majeurs dans ce domaine: la faible notoriété auprès des jeunes professionnels, la pénurie croissante de talents et les besoins variés des différentes générations. Depuis 2023, GEOSUISSE agit de manière ciblée avec la création d'un groupe de travail qui a donné naissance au projet «Génération». Cette initiative vise à mettre en lumière les besoins propres à chaque génération, à y répondre de façon adaptée, à prévenir les conflits intergénérationnels et à mobiliser les forces de chaque tranche d'âge pour construire un avenir à la fois prospère et épanouissant. Le comité de GEOSUISSE, représenté par Simone Stirnimann, assure la direction stratégique de ce projet. La gestion opérationnelle a été confiée à Patrick Keusch, soutenu par le secrétariat de l'association.

*«Chez nous, la collaboration entre professionnels expérimentés et jeunes talents est activement encouragée. Dès les premières étapes des projets et des tâches, nous impliquons la jeune génération, toujours accompagnée par des collègues chevronnés. Les équipes mixtes favorisent non seulement l'échange, mais contribuent de manière décisive à l'évolution de nos tâches.»*

*Simone Stirnimann, géomètre cantonale d'Argovie et membre du comité GEOSUISSE*

GEOSUISSE accorde déjà une grande importance à l'échange entre jeunes membres et seniors. Mais mobiliser l'ensemble de la branche – entreprises, administrations, hautes écoles, etc. – reste un défi majeur. La collaboration fructueuse avec ces partenaires représente donc un enjeu tout aussi prioritaire. Heureusement, la prise de conscience de l'importance d'une collaboration intergénérationnelle efficace est partagée par tous les acteurs du secteur.

*«Dans la branche de la géomatique, le défi est de combiner expérience pratique et capacité d'innovation numérique, toutes générations confondues, en favorisant la compréhension mutuelle et l'apprentissage réciproque, pour construire ensemble une culture du travail agile et tournée vers l'avenir.»*

*Christian Gamma, professeur en gestion du territoire et systèmes cadastraux à la Haute école spécialisée du Nord-Ouest de la Suisse (FHNW)*

### Collaboration NEOVISO/GEOSUISSE: point de mire sur les besoins des jeunes (non) membres d'associations

Pour mieux comprendre les attentes des jeunes professionnels du secteur GEO et favoriser une collaboration intergénérationnelle optimale au sein des associations, GEOSUISSE a choisi de s'appuyer sur l'expertise de NEOVISO. NEOVISO est spécialisé dans la compréhension des générations montantes et la question suivante: «Comment les marques seront-elles et resteront-elles attrayantes à l'avenir?» Grâce à ses propres études de marché, NEOVISO conseille de nombreuses entreprises et associations dans tous les secteurs.

Sur mandat de GEOSUISSE, NEOVISO a mené une étude qualitative sur les «besoins des jeunes membres et non membres d'associations». Objectif: mieux cerner les attentes et expériences de ce groupe cible.

Où réside l'attractivité d'une association professionnelle pour les jeunes professionnels de ce secteur? Quelles offres rencontrent le plus de succès, et où existe-t-il un potentiel d'amélioration?

### Méthodologie et conception de l'étude

Pour obtenir une vue d'ensemble approfondie, trois groupes de discussion ont été organisés, chacun regroupant 6 à 8 participants de Suisse alémanique et de Suisse romande. Chaque session de deux heures a réuni des personnes âgées de 26 à 41 ans, disposant d'une formation et d'une expérience professionnelle appropriées. L'échantillon comprenait 12 membres de GEOSUISSE (avec un groupe distinct pour la Suisse alémanique et la Suisse romande) et 6 non-membres (groupe séparé), soit au total 16 hommes et 2 femmes.

L'étude a fourni de précieuses informations sur la vision de la prochaine génération. Les résultats obtenus offrent une base solide pour le développement stratégique de GEOSUISSE comme association, mais aussi pour l'ensemble du secteur.

### Un réseau solide, mais un besoin d'innovation

Les membres de GEOSUISSE bénéficient d'un bon réseau professionnel, apprécient les échanges personnels et la tradition de l'apéritif lors des événements. Cependant, un besoin clair se dessine: développer des offres intergénérationnelles et renforcer les échanges entre sections et régions linguistiques. En Suisse romande, en particulier, le groupe de réflexion pointe par ailleurs un manque d'offres de formation continue reconnues en langue française. En Suisse alémanique, les attentes portent sur une offre plus diversifiée, notamment axée sur la pratique.

Autre enjeu majeur: la communication de l'association. Le site Internet de GEOSUISSE est perçu comme confus. Une plateforme plus moderne et intuitive, en allemand comme en français, figure en tête des attentes des membres et non-membres. La première impression ainsi que la présence numérique globale jouent

un rôle crucial pour attirer de nouveaux membres. Les échanges avec le groupe cible ont également révélé que le site Internet – et par conséquent l'image qu'il véhicule – peuvent être déterminants dans la décision d'adhésion.

*«L'association renvoie l'image d'un club du troisième âge. Les visuels sur la page d'accueil du site ne reflètent pas notre métier; il pourrait s'agir de n'importe quelle association dans n'importe quel secteur.»*

participante

Manque de visibilité et avantages flous pour les membres GEOSUISSE est largement méconnue des jeunes professionnels, et surtout, les avantages d'une adhésion ne sont pas clairs. Si le potentiel de réseautage d'une association professionnelle ne fait aucun mystère, beaucoup ignorent la valeur ajoutée spécifique de GEOSUISSE. Des cotisations élevées sans bénéfices perceptibles d'emblée freinent l'élan d'adhésion, alors que les offres de formation continue sont perçues comme particulièrement attrayantes.

*«L'adhésion à GEOSUISSE suscite des interrogations, notamment chez les personnes déjà membres d'une autre association. La valeur ajoutée, en général et par rapport aux autres associations, doit être claire et visible d'emblée.»*

participante

Pour atteindre ce groupe cible, des événements bien organisés, une présence ciblée sur des réseaux sociaux comme LinkedIn et Instagram, ainsi qu'un site Internet clair, moderne et structuré sont essentiels. Les futurs membres souhaitent aussi percevoir la représentation des différentes générations au sein de l'association, ce qui pourrait renforcer l'identification et le sentiment d'appartenance.

## Conclusion

L'association de demain sera numérique, visible et connectée.

L'étude montre clairement que GEOSUISSE repose sur des bases solides. Pour séduire

la nouvelle génération, elle a cependant besoin d'une communication plus ciblée. Elle doit améliorer sa présence en ligne et miser sur des offres de formation continue adaptées aux besoins concrets des jeunes professionnels. La bonne nouvelle, c'est que la volonté de s'impliquer et de bénéficier des atouts d'une association professionnelle est forte – à condition que les conditions-cadres soient réunies.

## Implications pour les parties prenantes

Les résultats de l'étude menée par NEO-VISO identifient plusieurs pistes concrètes pour promouvoir une collaboration intergénérationnelle efficace et durable au sein de GEOSUISSE.

### Collaboration intergénérationnelle: favoriser le dialogue plutôt que les divisions

Dans un monde professionnel toujours plus diversifié, la collaboration intergénérationnelle constitue un enjeu majeur. Elle implique un changement de regard: sortir des stéréotypes pour entamer un vrai dialogue et une compréhension mutuelle. Ce nouvel état d'esprit crée un climat de sécurité psychologique, où poser des questions est perçu non comme une faiblesse, mais comme une force. Le concept de «unbossing» illustre cette approche: les leaders deviennent des coaches plutôt que des autorités directrices. Déléguer des responsabilités n'est

pas une perte de contrôle, mais un signe de confiance.

L'intégration de toutes les générations devient un véritable atout lorsque valeurs et objectifs sont partagés, car au fond, ils sont souvent étonnamment alignés. L'authenticité du leadership renforce la crédibilité et rend les visions communes tangibles. Aujourd'hui, quand on parle d'entreprises attrayantes et de fidélisation durable des collaborateurs, il s'agit plus que jamais de proposer un travail porteur de sens, des responsabilités partagées et un lien authentique. La communication construit des ponts, et l'engagement crée la confiance.

*«La collaboration intergénérationnelle fonctionne lorsque tous les collaborateurs œuvrent ensemble à des projets porteurs de sens pour les clients et la société. Pour ce faire, nous créons un environnement respectueux où les différences sont une force, et où expériences et nouvelles idées se rencontrent sur un pied d'égalité.»*

Romano Hofmann, membre de la direction, Geozug Ingenieure AG

### Comment favoriser la collaboration intergénérationnelle?

Voici une liste d'actions rapides à mettre en place dans les entreprises et les associations. Elles concernent aussi bien les cadres et responsables d'équipes que les collaborateurs, et demandent un engagement collectif pour réussir.

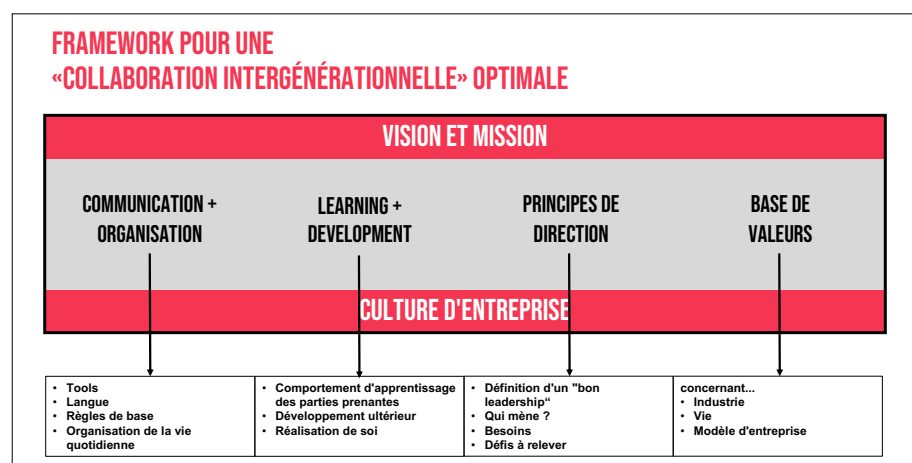


Fig. 2: Collaboration intergénérationnelle.

- *Tables rondes intergénérationnelles*: des espaces de discussion ouverts où les collaborateurs de tous âges partagent expériences, besoins et idées.
- *Mentorat et mentorat inversé*: les collaborateurs expérimentés transmettent leur savoir, tandis que les plus jeunes apportent leurs compétences numériques, nouvelles façons de penser et tendances.
- *Ateliers sur les valeurs*: qu'est-ce qui compte pour notre équipe? Quels sont nos points communs et nos différences?
- *Équipes de projet intergénérationnelles*: composer volontairement des équipes d'âges variés pour des projets d'innovation ou des initiatives de transformation.
- *Binômes de feed-back*: deux collaborateurs de générations différentes s'échangent régulièrement des retours constructifs, sur un pied d'égalité.
- *Bilans et rétrospectives*: des moments réguliers pour réfléchir ensemble à la collaboration, rester ouverts aux ajustements et aux nouveaux besoins.

La collaboration intergénérationnelle n'est pas un simple «bonus», mais une clé stratégique essentielle pour assurer l'in-

novation durable, la motivation et la fidélisation des talents.

GEOSUISSE est convaincue que la collaboration intergénérationnelle, mais surtout l'attitude positive face à ce défi, constitue une grande opportunité pour l'ensemble de la branche. Il est essentiel de prendre au sérieux toutes les personnes concernées ainsi que les entreprises et organisations, et de les impliquer activement.

Le premier pas dans la bonne direction a déjà été franchi par l'association professionnelle avec le projet «Générations», dont le développement se poursuit activement.

Les précieuses conclusions issues des groupes de discussion offrent une base solide pour l'orientation future de GEOSUISSE. Elles concernent à la fois la stratégie globale de l'association et l'offre de formations continues dont ses membres actuels et potentiels peuvent bénéficier. Par ailleurs, GEOSUISSE entend rester attentive aux évolutions internes et externes à la branche afin de toujours suivre les enjeux actuels. Cette ambition est au cœur de la mission de l'association.

Vous trouverez des informations passion-

nantes sur notre offre globale et nos activités sur le site Internet de GEOSUISSE.



<https://www.geosuisse.ch/fr/notre-association.html>

Visitez dès maintenant notre site Internet: découvrez tout ce que GEOSUISSE peut vous offrir et inscrivez-vous à la prochaine manifestation.

GEOSUISSE se réjouit d'accueillir un souffle nouveau!

GEOSUISSE  
Groupe de travail Générations  
Kapellenstrasse 14  
CH-3011 Berne  
[info@geosuisse.ch](mailto:info@geosuisse.ch)

En collaboration avec:  
NEOVISO AG  
Schweighofstrasse 14  
CH-6010 Kriens  
[info@neoviso.ch](mailto:info@neoviso.ch)