



Umfrage: Fehlermachen stresst am meisten Seite K 4

Wenn die Weihnachtsfeier den Job kostet Seite K 6

derStandard.at/Karriere

Was die „Auserwählten“ wollen

Unangenehme Befunde bezüglich der Ansprüche der bestens ausgebildeten Jungen mit der digitalen DNA beim Zehn-Jahr-Fest von Brenner & Company: Loyal war gestern. Zentrales Ziel im Leben ist, „happy“ zu sein. Die Karriereleiter ist gefallen.

Karin Bauer

Wien – Wenn Unternehmen dem Mythos „Generation Y“ näher treten möchten, um sich „die Besten“ für sich selbst zu sichern, dann geht es um eine Minderheit: um jene 15, maximal 20 Prozent der Studierenden und Absolventen, die sowohl über das Bildungs- als auch über das Sozialkapital verfügen, um als Kadernachwuchs für das künftige Prosperieren der Firma zu dienen. Mit der Dechiffrierung dieser Jungen verdient eine Reihe von Unternehmen ihr Geld – etwa Universum, die global die Motive, Wünsche, Ambitionen und Ansprüche der Studierenden an Arbeitsleben und Arbeitgeber erfragen. Sukkus des Ringens: Wo sind die Leute mit der digitalen DNA, die dem Unternehmen zeigen, wie das geht, einen Schritt voraus zu sein in der technologischen Lawine mit ihren unberechenbar gewordenen Stakeholdern.

Zumindest machen sich 75 Prozent der CEOs weltweit große Sorgen um die sogenannte „talent shortage“. Die beiden anstrengenden Nachrichten zuerst: Die Work-Life-Balance ist Karriereziel Nummer eins. Und: 20 Prozent sehen sich lieber in einem Start-up als in einem Konzern.

Markus Brenner hat Petter Nylander, den CEO von Universum, ins Wiener Büro geladen und Personalchefs wie Manager solcherart mit den Gegebenheiten konfrontiert.

Nylander fährt fort mit seinen Botschaften: Die Karriereleiter emporzuklettern – das ist nicht mehr. Jener Aufstieg, der sich über das Maximieren von Headcounts definiert, gilt nicht mehr. Wozu Verantwortung für andere übernehmen? Die kommen mit ihren Problemen, haben Querelen, wollen meine Zeit – das denken sich laut Nylander die begehrten Absolventen. Managen ist Old School für diese Leute, sagt er.

Generation Me und Helikoptereltern

Sie denken an sich: die berühmte Bezeichnung der „Generation Me Me Me“. Sie wollen Freizeit, flexible Arbeitszeiten inklusive örtlicher Wahlfreiheit des beruflichen Tuns. Sie wollen Anerkennung, Respekt, Augenhöhe und andauerndes Feedback. Wie war ich? Über ein Mitarbeitergespräch einmal pro Jahr lachen sie. Loyalität kennen sie nicht.

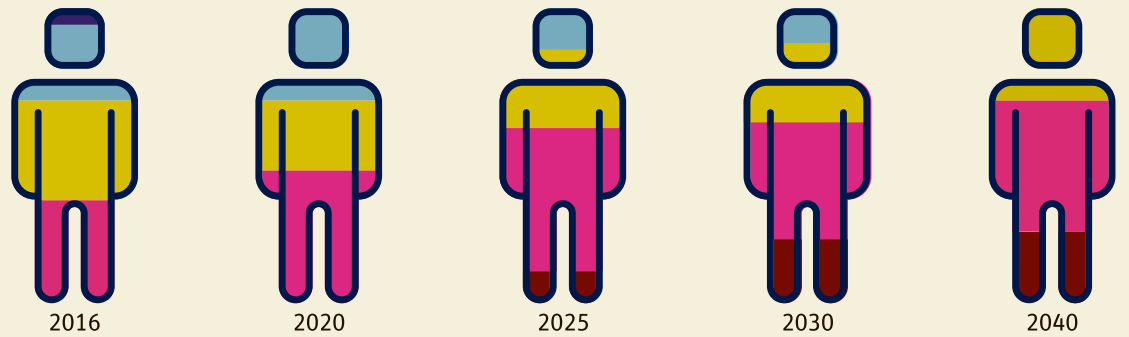
Dass mit diesen Ansprüchen auch ein Celebrity-Faktor gemeint ist, Rampenlicht gefordert wird, spricht Nylander nicht aus, es schwingt aber mit: Diese jungen Leute sind es von klein auf gewohnt, andauernd für alles gelobt zu werden. Dass sie im Mittelpunkt stehen, hätte viel mit ihrer Sozialisation durch die Helikoptereltern – also jene Eltern, die die Kids permanent herumführen, von der Klavierstunde bis zum Treffen mit Gleichgesinnten aus demselben Milieu – zu tun. Bevor Wünsche noch geäußert werden, sind sie übererfüllt.

Folglich steht auch „happy sein“ im Zentrum der Lebensansprüche – eine Arbeit, die nicht happy macht, geht also gar nicht. Unbedingt benötigt wird sie ja scheint's nicht – der Polster der Herkunft ist ja dick genug. Da kommt gleich eine Ambivalenz ins Spiel: Sicherheit gehört auch zu den Top-Rankings der beruflichen Ansprüche – vielleicht weil man doch ein wenig zeigen will, dass man zur Unabhängigkeit fähig ist?

Man weiß es nicht so genau. Offen bleibt auch, was aus den gut 80 Prozent der Jungen dieser Generation werden soll, die nicht solche Pretiosen sind – angesichts der Robotisierung eine drängende Frage, die Nylander auch nicht beantworten kann. Das beschäftigt auch Markus Brenners Publikum: Wer kauft dann, was diese Konzerne produzieren? Welcher Konnex besteht gesamtgesellschaftlich? Der Gastgeber, der das zehnjährige Bestehen seines Personalberatungsunternehmens mit solchen Reflexionen feiern

Generationenablöse

- Gründergeneration
- Baby-Boomer
- Generation X
- Millennials
- Nächste Generation



Quelle: Universum

DER STANDARD

So verschiebt sich der Anteil der Generationen im Arbeitsprozess: Offen ist noch die Frage, ob sich die „neuen Jungen“ mit ihren Ansprüchen nicht doch anpassen, sobald sie tatsächlich im Job sind. Und: Wie viel vom Gegensatz der Generationen trifft wirklich zu?

Top 5 Karriereziele

1. Work-Life-Balance
2. Leader oder Manager sein
3. Sicherheit im Job
4. Unternehmerisch kreativ sein
5. eine internationale Karriere

und begehen will, freut sich über den Diskurs und runzelt die Stirn. Er mischt sich nicht ein, er will Anstöße geben, vielleicht auch zum Umstellen im Recruiting, denn: Bei allen Parolen, wie gefragt Querdenker seien – je enger es wird, desto mehr Sicherheit des „more of the same“, sprich des vermeintlich Bewährten und immer schon so Gemachten, wird verlangt. Dass damit kein Weiterkommen ist, macht Nylander deutlich: Alle Ausschreibungen, die irgendwelche langen Anforderungstexte enthalten und in denen Models eine scheinbar klasse Unternehmenskultur

herzeigen, ziehen nicht: Diese Generation sei überflutet von Bildern, von Werbung. Was sie anziehe, sei Authentizität – und diese sei mittlerweile ziemlich gut überprüfbar. Das Geld für leere Versprechungen in hübscher Verpackung könne man sparen.

Und eine interessante Gegenposition für alle, die derzeit versuchen, ihre Personalwerbungsetats auf Whatsapp und Instagram zu verlagern und sich solcherart „on the cutting edge“ des Personalmarketings sehen: „Facebook ist bei dieser Generation alles andere als tot. Sie posten nicht, aber sie verfolgen sehr sehr genau.“

Wovor diese Generation eigentlich Angst habe? Davor, die eigene Besonderheit und Großartigkeit nicht herzeigen zu können, sagt Nylander.



Petter Nylander (Universum) und Markus Brenner.

Foto: HO

Die Extreme zwischen den Generationen

	„Baby-Boomers“ und „Gen X“	„Gen Y“ und „Gen Z“
Einteilung	Bürozeiten 9.00 bis 17.00	Büro, Homeoffice, Anytime Anywhere
Motivation	Prestige	gemeinsame Kultur und Werte
Mentoring	wollen nicht unbedingt immer Feedback	verlangen permanentes Feedback
Was bindet	Loyalität, Gehalt, Sicherheit	persönliche Entwicklung und persönliches Weiterkommen
Karriereplan	die Karriereleiter empor kommen	die eigene Karriereleiter bauen

Quelle: Universum

DER STANDARD

Karriere Einblicke

Raiffeisen investiert in die digitale Zukunft. Planen Sie Ihren nächsten Karriereschritt und bewerben Sie sich für Ihren IT-Traumjob!

Christian Kremnitzer, Enterprise IT Business Analyst und Elisabeth Radocha, Senior IT Business Analyst bei Raiffeisen Bank International

Raiffeisen Bank International

Folgen Sie Christian Kremnitzer, Enterprise IT Business Analyst und Elisabeth Radocha, Senior IT Business Analyst bei der Raiffeisen Bank International, und lernen Sie ihre Werdegänge kennen – via QR-Code oder direkt auf derStandard.at/KE201649 bzw. auf www.homepage.at/karriere.

