DER BEGINN EINER NEUEN ÄRA AM ARBEITSPLATZ

DIE GENERATION Y

MITTZWANZIGER VERSTEHEN, FÜR SICH GEWINNEN UND LANGFRISTIG BINDEN

von Steffi Burkhart & Orsolya Nemes

Ein Einblick in unsere Gedankenwelt

In der analogen Welt sind wir 2500 km voneinander entfernt.
In der digitalen Welt sind es 0 km.

Wir haben uns online kennengelernt.
Über SlideShare, YouTube und Facebook.

Drei Wochen später hielt Orsolya bei einer Konferenz in Köln, wo Steffi wohnt, eine Rede über die Generation Y. Was für ein glücklicher Zufall! Also schrieben wir einige Male via Facebook, trafen uns schließlich in einem Café im Belgischen Viertel und unterhielten uns über unsere Lebenswege, Ideen und natürlich auch über die Generation Y. Als wir beim letzten Schluck unseres Milchkaffees angekommen waren, hatten wir bereits beschlossen, dieses Mini-E-Bookzu verfassen.

Die digitale Welt

- ist für uns die Erweiterung der analogen Welt
- ermöglicht uns internationale Kooperation
- ist zentraler Bestandteil konstruktiver Arbeit

Wir haben uns nur ein Mal persönlich getroffen. Aber über hundertmal online. Wir schrieben dieses Buch via Google Drive. Wir unterhalten uns via Skype und Facebook.

Und das ist absolut okay.

Die meiste Zeit unterhalten wir uns auf Englisch, gemischt mit Deutsch, manchmal antwortet Steffi mit Hilfe von Google Translate sogar auf Ungarisch.

Mehr als okay: wir lieben es.

2 Botschafter der Generation Y

2 Junge Damen

2 Muttersprachler

2 29-Jährige

1 Vision

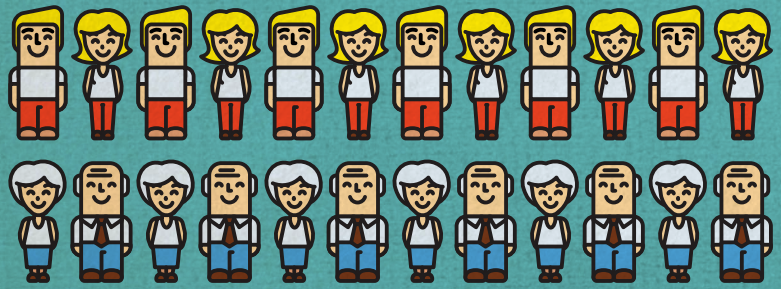
Unsere gemeinsame Vision besteht darin, die Einstellung gegenüber der Generation Y am Arbeitsplatz zu ändern und Unternehmen dabei zu helfen, uns besser zu verstehen.

Angehörige der Generation Y[1] sind heute 20-33 Jahre alt. Wir sind die jüngste Generation auf dem Arbeitsmarkt.Und es macht den Anschein, als stellten wir die Arbeitswelt auf den Kopf.

Wir wetten, dass Ihnen diese Leute Kopfschmerzen bereiten.
Hier ist ein Einblick in unsere Gedankenwelt.

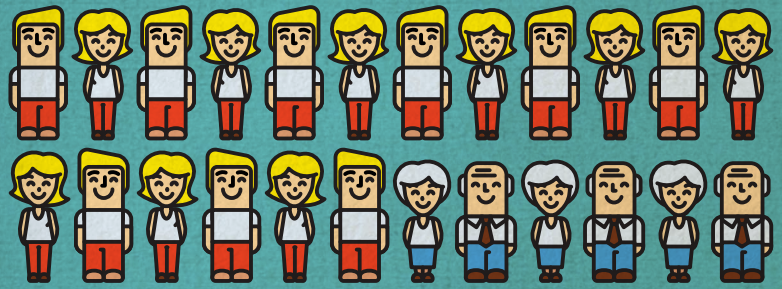
Bis 2020

wird die Hälfte der Arbeitskräfte weltweit aus Millennials bestehen.[2]



Bis 2025

werden wir 75% der Arbeitsplätze übernehmen.[3]



1. In diesem Mini-E-Book konzentrieren wir uns auf die Mittzwanziger der westlichen Welt.
2. Die Bezeichnung „Millennials" bezieht sich auf die Generation, welche zwischen 1982-2000 geboren wurde. Es handelt sich um einen Sammelbegriff, der zur Beschreibung Angehöriger der Generationen Y und Z verwendet wird.

3. Beide Statistiken stammen aus: „Millennials at work", PwC 2011 http://bit.ly/PwCMillennials

Lest keine Bücher über uns.
Redet nicht über uns.

Redet mit uns!

01

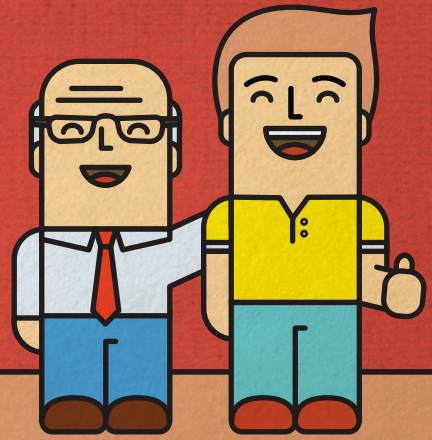
Jeder redet über uns anstatt mit uns! Aus diesem Grund wird negativ über uns geurteilt. Man behauptet, wir würden keinen Respekt zeigen, wären faul, prätentiös und unmotiviert und hätten unrealistische Erwartungen am Arbeitsplatz. Es werden Theorien aufgestellt, wieso wir uns so verhalten wie wir uns verhalten – anstatt uns einfach zu fragen.

Wir sehen den ganzen Schlamassel mit anderen Augen –

aus der Perspektive der Generation Y.

Diese Perspektive würden wir gerne mit euch teilen.

Denn wer versteht, weshalb wir so ticken wie wir ticken, was dahinter steckt und wie es unsere Sicht auf die Welt beeinflusst, hat einen enormen Vorteil, wenn es darum geht, junge Top-Talente für sich zu gewinnen und auch langfristig zu binden.



Oh, diese Jungen und Rastlosen

02

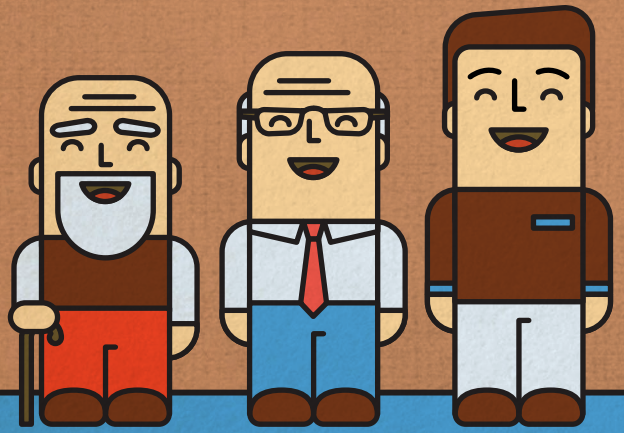
"Alles, was es schon gibt, wenn du auf die Welt kommst, ist normal und üblich und gehört zum selbstverständlichen Funktionieren der Welt dazu.

Alles, was zwischen deinem 15. und 35. Lebensjahr erfunden wird, ist neu, aufregend und revolutionär und kann dir vielleicht zu einer beruflichen Laufbahn verhelfen.

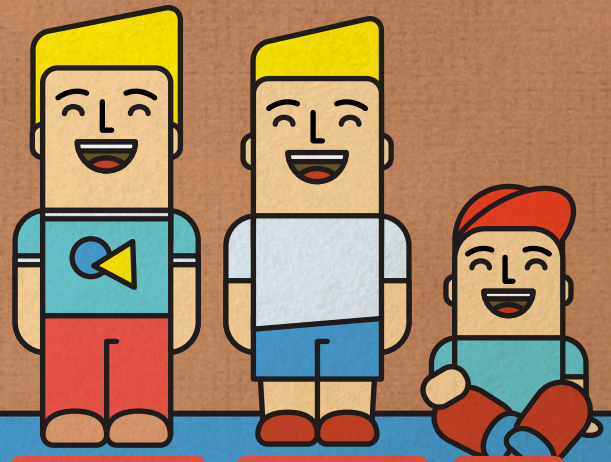
Alles, was nach deinem 35. Lebensjahr erfunden wird, richtet sich gegen die natürliche Ordnung."

Douglas Adams, Lachs im Zweifel

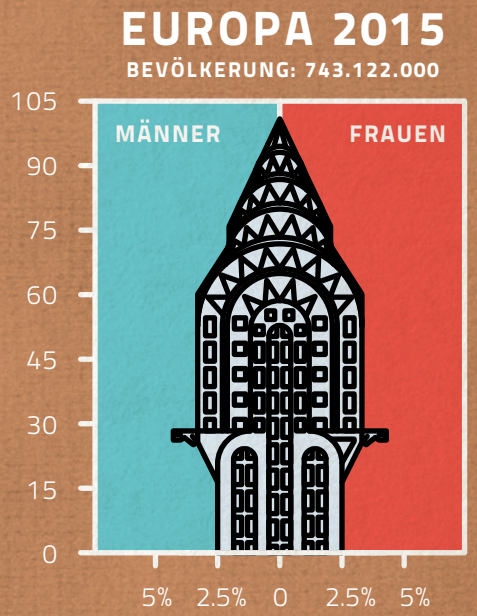
Die Welt hatte seit jeher ein Problem mit der jeweils aktuell jüngsten Generation. **Die Veteranen** (1925-45), Überlebende des Grauens der Weltkriege, waren frustriert über ihre Hippie-Kinder der **Baby-Boomer-Generation** (1946-64), die sich Blumen ins Haar steckten, flippige Kleidung trugen und nach Woodstock gingen. Als die **Generation X** (1965-81) jung war, dachte man, dass diese durch das Schauen von MTV, Hören von seltsamer Musik auf ihren Walkmans und Lesen von Comicbüchern, irgendwann unsozial und hirntot enden würde.



Von **den Millennials, alias Generation Y (1982-95) und Generation Z** (1996-2007), wird behauptet, dass sie mit ihren Smartphones und der Verwendung sozialer Medien das Ende der Menschheit herbeiführen würden. Ach, und von den **Alphas** (nach 2008 geboren) sollten wir gar nicht erst anfangen. Sie wachsen mit Tablet-PCs auf und sind praktisch online, sobald ihre Nabelschnur durchtrennt wird.



Die demografische Situation



Ja, ja, schon klar. Ein reines Zahlenspiel. Die westliche Welt wird immer älter und es gibt immer weniger junge Menschen, die in Fußstapfen ihrer Vorgänger der treten. Die Alterspyramide der westlichen Welt ändert ihre Form und sieht mittlerweile aus wie die Umrisse des Chrysler Buildings.[4]

03

4. http://bit.ly/populationpyramidEU
Quelle: United Nations, Department of Economic and Social Affairs, Population Division. World Population Prospects: The 2012 Revision. (Medium variant)

Die Geburtenrate sinkt seit Jahrzehnten. Gleichzeitig steigt der Anteil der grauhaarigen Bevölkerung. Die einzig wachsenden Altersgruppen sind die 50- und 80-Jährigen. Wir verwandeln uns in eine „Silberne Gesellschaft".

Selbstverständlich hat diese Entwicklung auch Auswirkungen auf den Arbeitsmarkt. Bei einer Vielzahl von Unternehmen liegt das Durchschnittsalter der Beschäftigten zwischen 45-50 Jahren. Aktuellen Prognosen zufolge, wird es bis 2025 nicht genug Arbeitnehmer geben, um Millionen von Arbeitsstellen zu besetzen, da die Baby-Boomer in den Ruhestand gehen und es schlichtweg nicht genug Nachwuchs gibt, um all diese Positionen auszufüllen. Und da der Talente-Pool immer mehr schrumpft, wird die Anstellung und Bindung junger Talente in den nächsten Jahren für Unternehmen eine der größten Herausforderungen darstellen. Top-Talente werden Mangelware sein.

#KriegUmTalente

Diese Entwicklung bedeutet, dass es eine Machtverschiebung geben wird: vom Arbeitgeber zum Arbeitnehmer. Der ‚Krieg **der** Talente' wird zum ‚Krieg **um** Talente'.

Deshalb ist es enorm wichtig, sich weiterzuentwickeln und Maßnahmen zu ergreifen, die Ihr Unternehmen als Arbeitgeber attraktiv machen. Wir wollen Sie nicht verunsichern, aber falls Sie aus der Situation als Gewinner heraustreten wollen, sollten Sie vorausplanen.

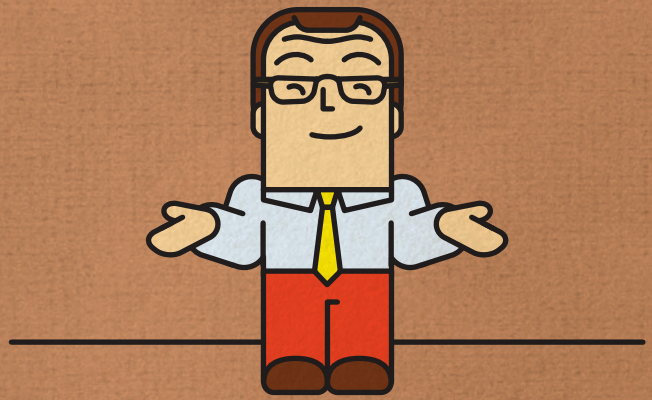
Praktisch ab sofort..

Sie werden uns im Bewerbungsgespräch fragen, weshalb wir bei Ihnen arbeiten wollen. Nun ja, wir werden Sie fragen, was Sie zu bieten haben. Wir wollen wissen, wie wir dazu beitragen können, die Welt zu einem besseren Ort zu machen, sollten wir eine Stelle in Ihrem Unternehmen annehmen. Für uns zählt, wie attraktiv Ihr Unternehmen ist. Von innen. Nicht nur von außen.

#innereWerte

Wie Sie das hinkriegen?

Lassen Sie uns Ihnen einige Tipps geben!



Die Generation Y für Ihr Unternehmen gewinnen

04

Was macht ein Unternehmen für einen Mittzwanziger attraktiv? ?

Der steigende Einfluss sozialer Medien und Smartphones hat nicht nur die Art und Weise wiewir arbeiten verändert, sondern auch, wie wir nach Arbeitsstellen suchen und diese bewerten. Diese Mittel ermöglichen es uns, miteinander zu kommunizieren und innerhalb von Sekunden zu recherchieren. Rund um die Uhr, sieben Tage die Woche. Aber es geht noch weiter. In den letzten 15 Jahren konnten wir hautnah beobachten, wie kleine, von aufgeschlossenen jungen Unternehmern gegründete Start-Ups, zu riesigen Unternehmen heranwuchsen (Google, Facebook, Twitter usw.) – und eine ganz neue Arbeitskultur einführten. Unkonventioneller und viel menschenorientierter als wir es je gesehen hatten. Wo unser junges Alter keinen Nachteil, sondern einen Vorteil darstellt. Ach ja, und in diesen Unternehmen werden wir auch wertgeschätzt und gefördert. Einschließlich unserer Ideen. Ein Zeitalter, in dem erfolgreiche Start-up-Unternehmen Top-Talente quasi magnetisch anziehen. Und zwar mit der Möglichkeit, in gemütlichen, lebhaften und geselligen Büros bedeutungsvolle Arbeit zu leisten, und das in einer angenehmen, teamorientierten Atmosphäre.

! Sie bieten die Gelegenheit, Teil einer weltverändernden Mission zu sein.

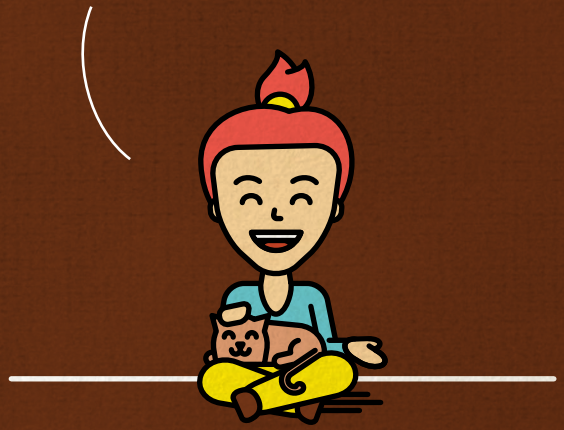
Millennials über soziale Medien zu erreichen ist einfach.

Die richtigen Millennials über soziale Medien zu erreichen ist harte Arbeit.

Machen Sie ihr Unternehmen zur Marke

Wir sind es gewohnt, Entscheidungen so schnell wie möglich zu treffen und aus einer Flut von Produkten und Informationen zu wählen. Immerhin sind wir in einer Konsumgesellschaft aufgewachsen. Und wir haben Neuigkeiten für Sie. Wir suchen unseren Arbeitgeber nach dem gleichen Prinzip aus wie unser Shampoo, unsere Turnschuhe oder Limonade. Es mag hart klingen, aber genau so ist es. Wir wollen keinen Job. Wir wollen Arbeit. Wir wollen etwas Bedeutsames leisten. Wir wollen das Gesamtbild betrachten. Etwas, womit wir uns identifizieren können. Wissen Sie, wir wollen die Welt einfach zu einem besseren Ort machen. Tag für Tag. Um unser Interesse zu wecken, definieren Sie die Werte, die Sie repräsentieren - und zeigen Sie sie uns. Was ist Ihr Wertversprechen? Was ist der höhere Nutzen? Geben Sie uns das Gefühl, Teil Ihrer Marke zu sein. Verwenden Sie Anschauungsmaterial, um uns zu faszinieren und dazu zu inspirieren, aktiv zu werden. Stellen Sie etwas noch nie Dagewesenes auf die Beine. Wir lieben alles Neue und Wagemutige. Wenn Sie das authentisch rüberbringen, stehen wir Schlange, um bei Ihnen zu arbeiten. Denken Sie mal darüber nach. Das sind genau die Qualitäten, die Sie auch von uns erwarten.

wir wollen die Welt einfach zu einem besseren Ort machen.



#ExempelStatuieren

Auf unseren Plattformen präsent sein! Inhalte personalisieren!

Wir suchen nach Arbeitgebern. Gründlich. Und ja, wir sind wählerisch. Aber wir machen auch unsere Hausaufgaben und kommen vorbereitet. Das Problem besteht darin, dass wir manchmal nicht alle notwendigen Informationen über ein Unternehmen finden können, weil diese keine Präsenz auf unseren Plattformen haben. Wir wollen Informationen. Wir wollen wissen, was andere über Sie denken. Wir wollen die Meinungen von so vielen Leuten wie möglich einholen. Von denjenigen, die bei Ihnen arbeiten – und jenen, die nicht bei Ihnen arbeiten. Wir verbringen 5,4 Stunden am Tag mit nutzergenerierten Inhalten, alias UGC[5] („user generated content"), wie beispielsweise Facebook, Instagram oder WhatsApp. Solche Inhalte gefallen uns, da sie Neuigkeiten in Echtzeit liefern, und das zügig. Und weil sie uns alles zeigen, was gerade in der Welt passiert. Ob es Grumpy Cat ist oder die Verfolgung von Charlie Hebdos Todesschützen. Soziale Medien sind perfekt geeignet, um Gespräche zu eröffnen. Sprechen Sie mit uns und stellen Sie uns die Informationen zur Verfügung, die wir wirklich brauchen – nicht die, von denen Sie denken, dass wir sie brauchen. Ach ja, und bitte engagieren Sie einen UX Designer (UX: „user experience", dt. Nutzererlebnis), um Ihre Website anzupassen! Gestalten Sie sie unterhaltsam, ansprechend und flüssig – falls Sie nicht wollen, dass wir schon nach drei Sekunden wegklicken. Desweiteren sind wir personalisierte Inhalte gewohnt. Google verfolgt jede unserer Suchanfragen, jeden Klick. Und es wird kein einziger Tastendruck übersehen. Google weiß, worüber wir in unseren E-Mails schreiben, welche YouTube Videos wir schauen, welche Seiten wir auf Facebook mit „gefällt mir" markiert haben, und bietet uns entsprechende Werbung an. Dabei hinterlassen wir einen digitalen Fußabdruck (und glauben Sie uns, er ist groß), auf dessen Grundlage wir personalisierte Werbebotschaften erhalten. Wenn Sie sich diese riesigen Datenmengen zu Nutze machen und eine ähnliche Taktik verfolgen, wenn Sie nach passenden Bewerbern suchen, werden Sie eine größere Chance haben, um genau die Top-Talente zu finden, nach denen Sie suchen. Beobachten Sie, worüber wir auf welcher Plattform sprechen und finden Sie einen cleveren Weg, hiermit ein Gespräch zu eröffnen – und Sie werden uns nicht nur überzeugen, wir werden auch zu Ihrem Sprachrohr in den sozialen Medien.

#showyourself

5. Crowdtap and Ipsos Media CT: Social influence: Marketing's New Frontier, March 2014

Seien Sie transparent! Seien Sie ehrlich!

Vor dem Boom sozialer Medien, waren Marketingfachleute damit beschäftigt, hübschelmagefilme zu produzieren und glänzende Poster mit glücklichen Stockfotografie-Mitarbeitern aufzuhängen, die der Welt mitteilen sollten, wie großartig es sei, dort zu arbeiten. Im Zeitalter sozialer Medien lautet unser Motto: „Wir entscheiden, was wir von Ihrer Marke halten". Wir haben angefangen, uns unser eigenes Bild über Unternehmen zu machen, über ihre Werte – und ob diese mit dem, was sie kommunizieren, kongruent sind. Für uns sind die Informationen, die wir über soziale Medien erhalten, über unser eigenes Netzwerk, äußerst vertrauenswürdig. Wissen Sie was? Wir vertrauen nutzergenerierten Inhalten zu 40% mehr als den Informationen, die wir aus traditionellen Medienquellen, wie Fernsehen, Print, Radio oder Zeitungen und Magazinen beziehen können.[6] Dank dieser wundervollen kleinen Erfindung, genannt Internet (und der Tatsache, dass wir miteinander verbunden, vernetzt und immer online sind), verlagert sich die Marke des Arbeitgebers dahin, dass das zählt, was andere Leute über Ihr Unternehmen sagen – nicht das, was Sie über sich selbst sagen. Wenn irgendetwas verdächtig erscheint, teilen wir es. Aber die gute Nachricht ist: wenn uns etwas gefällt, teilen wir es noch öfter.

6. Crowdtap and Ipsos Media CT: Social influence: Marketing's New Frontier, March 2014

wenn uns
etwas gefällt,
teilen wir es
noch öfter.

#wahresGesicht

Bindung Ihrer Generation Y Kollegen

05

Neben der Fähigkeit, junge Talente für sich zu gewinnen, wird es für Unternehmen immerwichtiger, diese auch langfristig zu binden. 54% der Generation Y rechnet mit 2-5 Arbeitsstellen, während 16% über den Verlauf ihrer Karriere[7] mit 6-9 Arbeitgebern rechnen (verglichen mit 2-3 Jobs bei der Generation X und 1-2 bei den Baby-Boomern). Das sind ziemlich häufige Arbeitsplatzwechsel. Die Anstellung und Ausbildung eines Neulings kostet das Unternehmen viel Zeit, Aufwand und Geld. Und bis Ihre Neuanstellung sich im Labyrinth einer Firma zurechtgefunden hat, tja, da sagt sie auch schon wieder 'Tschüss'.

Wäre es nicht einfacher, eine Atmosphäre zu schaffen, in der man nach etwas streben kann, sich richtig gut fühlt und somit nicht sofort die Biege machen will?

Vielleicht. Wieso nicht versuchen, aus Work-Life-Balance Work-Life-Blending zu machen?
Karriere-Sicherheit anstatt Job-Sicherheit und flexible Arbeitsstunden für junge Familien?

7. Millennials at work, PwC 2011 http://bit.ly/PwCMillennials

Feedback

Wir leben in einer Welt ständigen Feedbacks. Wir haben ein Smartphone in der Tasche und erhalten andauernd Kommentare – ob es uns gefällt oder nicht. Wenn man mal darüber nachdenkt, bestehen soziale Plattformen zu 100% aus Feedback, richtig? Wir sind es also gewohnt, dass Kommentare zu unseren Kochkünsten abgegeben werden, dazu, wo wir mit unseren Freunden waren oder zu unserer Weltanschauung. Aber Feedback hat noch einen anderen Aspekt. Auf der Hochschule lernen wir überwiegend theoretische Fähigkeiten – das heißt, wir müssen Theorien in die Realität umsetzen und praktische Kenntnisse am Arbeitsplatz erlangen. Feedback hilft uns dabei, herauszufinden, ob wir uns auf dem richtigen Weg befinden, ob die Richtung stimmt und ob unsere Entwicklung nicht nur für uns persönlich, sondern auch für das Unternehmen positiv zu bewerten ist. Verstehen Sie uns bitte nicht falsch, wir sprechen nicht von Schulterklopfen oder Überhäufung mit Gummibärchen. Geben Sie uns aussagekräftige und nützliche Einschätzungen dazu, wie wir uns machen. Vergessen Sie das alljährliche Beurteilungsgespräch. Entscheiden Sie sich stattdessen für kontinuierliches Feedback zu unserer Leistung. Sehen Sie Feedback als Wegweiser am Straßenrand, der uns zeigt, in welche Richtung es gehen soll. Und wir werden Sie dafür lieben.

Geben Sie uns aussagekräftige und nützliche Einschätzungen

#FeedbackLiegtInDerLuft

Work-Life-Blending

Jeder redet über Work-Life-Balance. Aber wissen Sie was? Das ist sowas von 2014. Wir sind zu 100% vernetzt. Das Internet hat es uns ermöglicht, von zu Hause aus zu arbeiten, oder aus unkonventionellen Arbeitsumgebungen, wie Cafés oder Flughäfen. Solange wir unsere Laptops, Tablet-PCs und Smartphones haben und online sind. Resultat: Freiheit. Und wir lieben es. Wir lieben es zu arbeiten, wann und wo auch immer uns die Inspiration überkommt. Und wenn das eben nachts um 10 Uhr ist und wir bis 3 Uhr morgens durcharbeiten. Aber wir werden nicht begeistert (oder nützlich) sein, wenn wir am darauffolgenden Morgen um 9 Uhr auf der Arbeit sein sollen. Wenn wir auf den Klempner warten müssen, der unser Waschbecken repariert, tja, dann können wir uns trotzdem einloggen und von zu Hause aus arbeiten. Und das bedeutet nicht, dass wir die Arbeit nicht erledigen. Es erfordert lediglich einen eher projektbezogenen Ansatz. Wir erwarten Flexibilität. Deshalb müssen wir der Work-Life-Balance Lebewohl sagen und uns stattdessen mit Work-Life-Blending befassen. Arbeitszeit und Privatleben sind für uns untrennbar. Keine Sorge, das bedeutet nicht, dass wir Teambesprechungen um 3 Uhr morgens abhalten wollen. Arbeitgeber und Arbeitnehmer sollten sich gemeinsam um eine Vereinbarkeit von Arbeits- und Privatleben bemühen. Ein Mittzwanziger hat andere Bedürfnisse als ein älterer Mitarbeiter oder eine berufstätige Mutter.

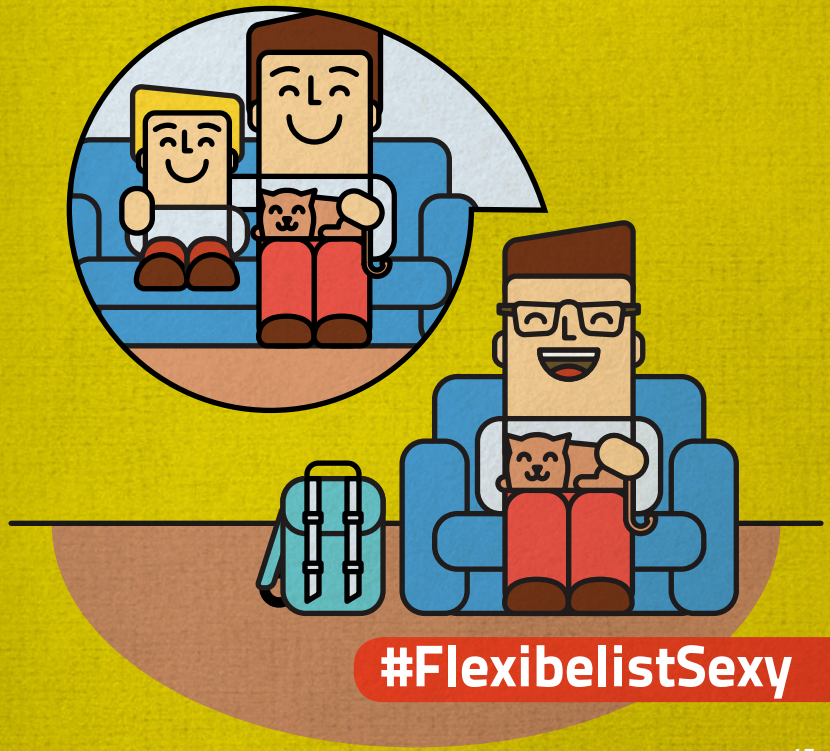
Karriere-Sicherheit

Wir sind es gewohnt, dass sich die Dinge um uns ständig verändern, deshalb sind wir auf alles vorbereitet. Wir konnten verfolgen, wie das iPhone 2007 das Teilen von Inhalten, Arten der Interaktion sowie Konventionen revolutionierte. Wir haben beobachtet, wie die Finanzwelt nach der Wirtschaftskrise 2008 zusammenbrach und unsere Eltern ihre Jobs verloren, und das nachdem sie dem Unternehmen 20 Jahre lang treu waren. 2013 sahen wir den Ausbruch der Ukraine-Krise und das Ende des Status Quo. Wir sind darauf vorbereitet, uns nicht unterkriegen zu lassen, komme was wolle. Aus heiterem Himmel. Wir sind uns darüber im Klaren, dass nichts mehr selbstverständlich ist. Es gibt keine sicheren Vollzeitjobs mehr. Das Tempo heutiger Märkte ändert sich ständig, die Wirtschaftslage ist unberechenbar und es gibt schlicht zu viele Faktoren, auf die wir keinerlei Einfluss haben. Wir haben uns von der Illusion eines sicheren Arbeitsverhältnisses längst verabschiedet und uns mit der Ungewissheit abgefunden. Unsere einzige Chance nicht unterzugehen besteht darin, ein attraktives Spektrum an Fähigkeiten und Kompetenzen, sowie ein breitgefächertes Netzwerk in allen Bereichen zu besitzen. Kein Wunder, dass Mittzwanziger statt Jobsicherheit nach Karriere-Sicherheit streben. Unsere Grundeinstellung ist Anpassung. Wir sind Chamäleons. Wir verändern uns pausenlos, passen uns an und lernen neue Fähigkeiten, um zu überleben – wir folgen ganz einfach den ständigen Änderungen unserer Umgebung. Es handelt sich um reine Evolution. Wir beurteilen unsere Arbeitgeber danach, wie erfolgreich sie uns dabei helfen, zu wachsen, unsere Fähigkeiten zu verbessern und in unserem Tätigkeitsfeld voranzukommen. Ob sie uns ermutigen, wie sie sich als Mentoren und Ausbilder schlagen, ob sie es uns ermöglichen, unsere Stärken zu nutzen und welche Möglichkeiten sie uns bieten, uns weiterzuentwickeln.

Family friendliness

Familienfreundlichkeit ist im Grunde genommen auf lange Sicht betrachtete Flexibilität. Es istein Irrglaube, dass wir so egoistisch und beschäftigt mit der Suche nach uns selbst sind, dass wir keine Kinder haben wollen. Das wollen wir. Wirklich. Tatsächlich steht 'gute Eltern sein' auf Platz 1 der Liste unserer Werte, eine gutbezahlte Karriere kommt erst auf Platz 6[8]. Die meisten von uns wollen sich einfach selbst besser kennenlernen, bevor sie sich in ein lebenslanges Projekt wie Kindererziehung stürzen. Aber es ist kein Wunder, dass dies zum Problem wird, sobald wir auf die 30 zugehen. Wir müssen für die Kleinen sorgen. Aber das Familienmodell, bei welchem nur ein Partner das Geld verdient, funktioniert nicht mehr. Viele Angehörige der Generation Y würden gern – und müssen – das Familienmanagement aufteilen. Wir wollen für unsere Kinder da sein. Wir wollen sie aufwachsen sehen. Nicht nur die Mütter, auch die Väter. Ein Leben nach dem klassischen Ehefrau-Ehemann-Rollenbild funktioniert nicht mehr. Generell ist es praktisch unmöglich, gleichzeitig Kinder großzuziehen und Geld zu verdienen. Genauso wie es praktisch unmöglich ist, Geld für die Rente beiseite zu legen, während Lebenshaltungskosten und Mieten steigen und das Nettoeinkommen sinkt. Und dann noch als arbeitender Elternteil. Die Aussicht auf Teilzeitstellen und mehr Flexibilität bei Arbeitszeit und -ort, sowie die Reintegration nach dem Mutterschaftsurlaub dürfen keine leeren Versprechen mehr sein. Wir wollen großartige Eltern sein. Und wir wollen arbeiten. Arbeit ist für uns eine Art Selbstentfaltung. Sie müssen es uns ermöglichen, diese beiden Dinge miteinander zu vereinbaren, ohne das eine für das andere opfern zu müssen.

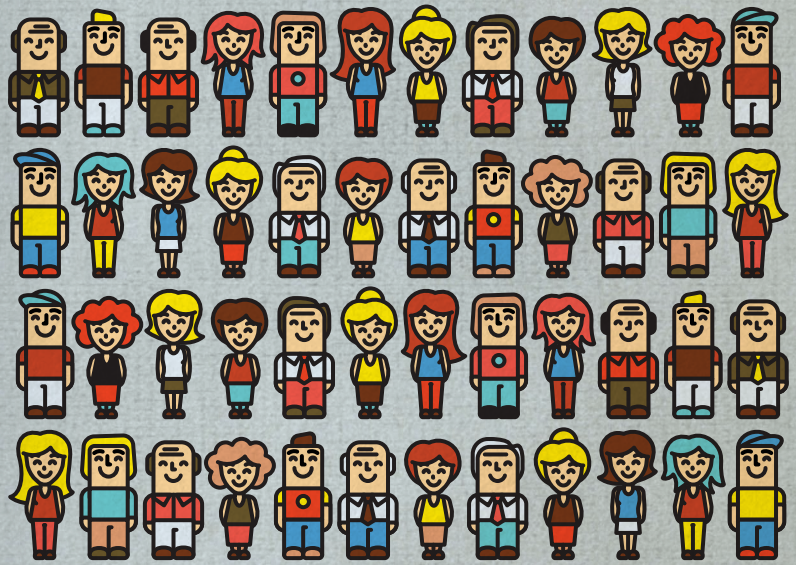
8. Millennials. A Portrait of Generation Next. Confident. Connected. Open to Change. Pew Research Center, 2010. http://bit.ly/PRCmillennials



Hierauf läuft alles hinaus

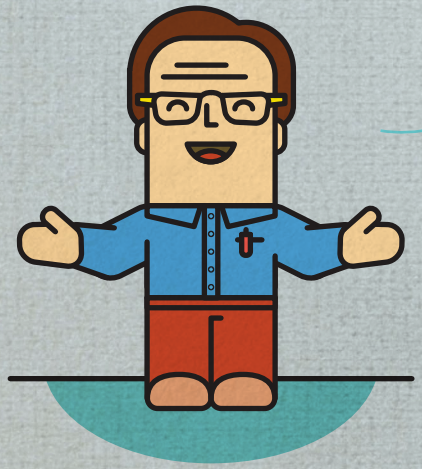
06

Wir wissen, dass es in den Medien heutzutage irgendwie trendy ist, über uns herzuziehen. Aber wissen Sie was? So schlimm sind wir gar nicht. Was wir „verlangen" kommt nicht nur uns zugute.



Sondern allen. Jedem, der Tag für Tag zur Arbeit geht. Es geht darum, einen Arbeitsplatz zu schaffen, an dem sich jeder inspiriert, einbezogen und bedeutend fühlen kann. Für Angehörige aller Generationen.

Unternehmen, die die Generation Y erfolgreich für sich gewonnen haben und langfristig binden konnten (wie Google, Apple oder Facebook), sind innovativ und heißen junge Talente mit offenen Armen willkommen. Sie bieten eine inspirierende Arbeitsatmosphäre mit kreativen Aufgaben und schätzen ihre Mitarbeiter. Das Lustige ist, dass diese Unternehmen es nicht speziell auf Millennials abgesehen haben. Es sind ihre Unternehmenskultur, ihre Werte, ihr Führungsstil, die Möglichkeiten, der Teamgeist und die Arbeitsatmosphäre, von der wir uns auf ganz natürliche Weise angezogen fühlen. Und aus diesem Grund sind sie in der Position, aus den Besten der Besten zu wählen.



> Laszlo Bock, Vizepräsident People Operations, Google

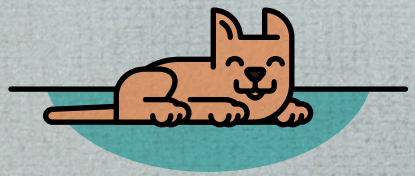
„Mission. Transparenz. Stimme. Diese drei Komponenten unserer Kultur kreieren einen positiven Kreislauf aus Anziehung, Gemeinschaft, Engagement und Innovation. Wenn Sie den Leuten Freiheiten lassen, werden diese Sie in Erstaunen versetzen. Sie werden Bemerkenswertes leisten, und alles, was Sie dafür tun müssen, ist ihnen ein kleines bisschen Infrastruktur zu geben und viel Platz, um die Welt zu verändern. Und ich denke, das gilt für jede Branche."

Also atmen Sie tief ein und ergreifen Sie Initiative.

Geben Sie sich nicht mit Mittelmäßigkeit zufrieden, nur „weil es nun mal so gemacht wird". Fürchten Sie sich nicht davor, Ihre Strukturen zu überdenken. Ihre Prozesse. Wie Sie über Arbeit denken. Und vor allem Ihre Werte. Um heutzutage den konstanten Erfolg Ihres Unternehmens sicherzustellen, sollten Sie sich darauf konzentrieren, intelligente und kreative Mitarbeiter für sich zu gewinnen, und eine Atmosphäre zu schaffen, in der sie aufblühen können. Und das gilt für alle Generationen.

Ach ja, eine Sache noch.

Denken Sie daran. Bis 2020 wird die Hälfte der Arbeitskräfte weltweit aus Millennials bestehenund bis 2025 werden wir 75% der Arbeitsplätze übernehmen.[9] Das ist nicht mehr lange hin. Wir sprechen hier über 5-10 Jahre. Unabwendbar.



9. Millennials at work, PwC 2011 http://bit.ly/PwCMillennials

Entwickeln Sie jetzt Ihre Unternehmensmarke, um unser Interesse zu wecken, und um mit uns in Dialog zu treten. Lotsen Sie uns und helfen Sie uns dabei, bessere Fachkräfte zu werden, und ja, früher oder später auch Manager. Wir werden Ihnen dafür mehr als dankbar sein. Lassen Sie uns eine Arbeitswelt und -kultur schaffen, die den Bedürfnissen aller gerecht wird und es generationenübergreifend allen Charakteren, Ambitionen und Träumen erlaubt, zu glänzen!

Mit Liebe verfasst

von Dr. Steffi Burkhart und Orsolya Nemes

07

Wir sind die Stimmen unserer Generation, der Generation Y. Unser Ziel ist es, die Bedürfnisseund Ansprüche der jüngeren Generationen mit denen des Arbeitsmarktes zu vereinbaren. Dabei treten wir beide von Zeit zu Zeit ins Rampenlicht, um über die Generation Y zu sprechen, Unternehmen beim Thema Arbeitgeberattraktivität unter die Arme zu greifen und es den unterschiedlichen Generationen zu erleichtern, einander zu verstehen.

Haben Sie eine Frage
oder eine Anmerkung zum
Thema Generation Y?

Wir sind für Sie da. Schreiben Sie uns einfach.