

Selbstbeschreibungen der Generation X und Generation Y Arbeitshaltungen und Einstellungen

	1	2	3	4	
Treue zum Unternehmen	1,57	1,98			Tendenz zum Unternehmenswechsel
Klare Trennung von Beruf und Privatem		2,07 2,14			Ineinanderfließen beruflicher und privater Angelegenheiten
Konsequentes und rasches Verfolgen von Zielen und Wünschen		2,29	2,50		Abwarten und Geduld
Ruhiges Überlegen und Abwägen bei Veränderungen			2,56 2,59		Schnelle Reaktion auf Veränderungen
Klare Regeln und Prozesse			2,63 2,58		Kreativität und Ausprobieren
Fixe Arbeitszeiten oder -plätze			2,76	3,12	Arbeiten, egal wann und wo
Fokus auf Vertrauen auf Mitarbeiter		2,04 2,18			Kontrolle durch Vorgesetzte notwendig
Eingehen auf unterschiedliche Bedürfnisse und Vielfältigkeit	1,57 1,67				Vereinheitlichung und Homogenität
Verlassen auf Urteilsvermögen des Vorgesetzten				3,42 3,58	Entscheidungen hinterfragen und mitreden
Arbeit muss Spaß machen und einen Sinn haben	1,37 1,48				Arbeiten, um in erster Linie Geld zu verdienen

Quelle: Argo Performance & Development

Unternehmen im Generationswechsel

Generation X trifft auf Generation Y: Was das heißt und welche Konfliktherde der Generationenclash birgt, erklärt die Argo-Studie „The XY-Challenge“

Die Unternehmenswelt befindet sich im Generationenwechsel, in den nächsten Jahren werden europaweit rund 48 Millionen Zugehörige der Generation X – geboren zwischen 1965 und 1979 – einen Jobwechsel vollziehen. Auf sie folgt die Generation Y – jene Berufstätige, die zwischen 1980 und 1995 auf die Welt gekommen sind und sich, so die häufige Annahme, in ihrer Arbeitseinstellung maßgeblich von der Generation X unterscheiden.

Doch ist dem tatsächlich so? Bergen die – angeblich – unterschiedlichen Werte und Einstellungen Konfliktpotenzial, für die Arbeitgeber und Arbeitnehmer zugleich Lösungen finden müssen? Die Consulting-Gesellschaft Argo Performance & Development ist diesen Fragen nachgegangen und hat im Rahmen der Argo Studie 2013 unter

dem Titel „The XY-Challenge“ 529 Probanden quer durch alle Altersgruppen und Tätigkeitsbereiche online zu ihrer Arbeitseinstellung befragt.

„Wir haben immer wieder Gespräche mit Führungskräften geführt, die meinten, dass sie mit der Arbeitshaltung der jungen Generation nicht zurechtkommen“, erklärt Argo-Geschäftsführerin Barbara Thoma den Anstoß zur Studie. Die Ergebnisse der Studie sind dabei überraschend und widersprechen den Beschwerden vieler Führungskräfte, dass die zwischen 1980 und 1995 geborene Generation alles wolle, nur nicht arbeiten. Denn: Auch wenn sich Generation X und Y in ihren persönlichen Eigenschaften unterscheiden, so wiesen die zentralen ermittelten Wertepole in allen Altersklassen in eine ähnliche Richtung; auch im

Hinblick auf den Wunsch, eine Führungsposition anzustreben, zeigen sich ähnliche Motive und Bedenken.

Doch, bei allen Gemeinsamkeiten: „In den Detailergebnissen gibt es sehr wohl Unterschiede, vor allem dann, wenn es um Begrifflichkeiten geht“, so Thoma gegenüber HORIZONT. Besonders sticht hier die fast gegensätzliche Konnotation des Begriffs „Feedback“ heraus. Für die Generation X bedeutet Feedback in erster Linie, die eigene Meinung kritisch äußern zu dürfen. Im Vergleich: Die Generation Y versteht unter Feedback vor allem laufende, positive Bestätigung. „Für die unterschiedliche Auffassung von Begrifflichkeiten muss eine Sensibilität entwickelt werden, denn hier, etwas tiefer im Detail, besteht Konfliktpotenzial“, so der Appell von Barbara Thoma. **gg**

Sabbatical: Neustart nach der Auszeit

Bildungskarenz und Sabbatical bieten die Möglichkeit zur Fortbildung, Arbeitgeber sind vermehrt interessiert

Ein Jahr unterbrechen, um sich weiterzubilden, neu zu orientieren, gar die Karriere anzustoßen oder auch schlicht die Batterien aufzuladen – davon träumen immer mehr Menschen, auch in der Kreativ- und Medienbranche. Sabbaticals und Bildungskarenzen gewinnen an Zuspruch. Ersteres basiert auf dem amerikanischen Modell, wo Stunden angespart und als Auszeit konsumiert werden oder ein Entgeltverzicht die Pause ermöglicht. Bildungskarenzen werden in Österreich in den letzten Jahren vermehrt genutzt und ermöglichen eine vom AMS finanzierte Karenzierung von zwei bis zwölf Monaten innerhalb von vier Jahren, wenn man länger als ein halbes Jahr bei einem Arbeitgeber beschäftigt war und eine Weiterbildung im Rahmen von 20 Wochenstunden absolviert – ohne Garantie auf Rückkehr. 2012 waren 19.500 Menschen in Bildungskarenz, vor der Krise 2008 waren es 4.000. „Aus meiner Erfahrung kann ich sagen, es sind neugierige und erfolgreiche Mitarbeiter, die eine Bildungskarenz andenkten“, erzählt Bernhard Albrecht, COO ProSieben-Sat.1 Puls 4, „aber es ist ein neues Phänomen“, räumt er ein. Von 250 Mitarbeitern sind vier auf Bildungskarenz, was Albrecht auch darauf zurückführt, dass Puls 4 ein junges Unternehmen ist und diese Lernmöglichkeit oftmals erst später in Erwägung gezogen wird. Zumeist sind es Arbeitnehmer zwischen 35 und 40 Jahren, die diese Variante wählen. Das Risiko liege beim Arbeitnehmer, so Albrecht, denn ob nach der Beendigung der Fortbildung auch der richtige Job frei ist, könne kein Unternehmen garantieren. Eine Reihe internationaler Unternehmen verpflichtet ihre Mitarbeiter gar zu einer Lernpause für Post-Graduate-Studien oder ihre Manager zur Zwangspause. Früher war der berufliche Aufstieg oft beendet, wenn man nicht täglich im Büro saß, nicht an allen Meetings teilnahm und Entscheidungen beteiligt war, inzwischen haben Arbeitgeber erkannt, dass sie von einer Auszeit ihrer besten Kräfte profitieren.

Selbstsicher und reif

Eine Studie von Bain & Company nennt sie die „Unterbrecher“ und charakterisiert diese Arbeitnehmer als „selbstsicher und reif“. Peter Hörlezereder, Geschäftsführer der Agentur Jung von Matt, hält fest: „Das Thema ist noch

neu. Wichtig ist aber, dass die Bildungskarenz nicht dazu verwendet wird, eine vorübergehende Orientierungslosigkeit oder einen Motivationsdurchhänger zu überbrücken, sondern für die Professionalisierung in einer für die Agentur relevanten Disziplin genutzt wird. Die größte Herausforderung für uns ist das Auszeitenmanagement: Wer übernimmt die Position befristet, wie gestaltet sich die Wiedereingliederung, wie können die neuen Kompetenzen genutzt werden?“ Katharina Schmid, Mitglied der D,M&B-Geschäftsleitung, setzt auf Paralleltätigkeit von Job und Ausbildung: „Im Idealfall wird das Bedürfnis zu lernen vom Arbeitgeber gefördert und lässt sich mit dem Job vereinbaren. Es gibt viele berufsbegleitende Ausbildungen. Ich nahm am Cannes Creative Leaders Programme der Berlin School teil – das hat zwei Wochen gedauert. Aber es hat mir einen unheimlichen Motivations Schub gegeben.“

Wolf und Sagmeister als Befürworter

Eine Möglichkeit mit vielen Vorteilen, finden zwei prominente erfolgreiche Beispiele: Armin Wolf hat 2010 einen Master an der Berlin School of Leadership in einer neunmonatigen Karenz absolviert, lernte Neues, knüpfte Kontakte in der Welt und startete schließlich mit frischer Energie wieder als „ZIB 2“-Moderator. Zweites Beispiel ist der in New York lebende Voralberger Stefan Sagmeister, der inzwischen schon zweimal ein Auszeitjahr genommen hat. „Die Idee entstand, als ich bemerkte, dass meine Arbeiten einander ähnelten“, so der erfolgreiche Designer: „Nicht nur, dass die Zeit sehr energetisierend und bereichernd ist, das Ergebnis fließt in den Folgejahren in die Arbeit ein.“ So stammten laut Sagmeister sämtliche darauffolgende Erfolge aus dem einen Auszeitjahr 2002. Die zweite Auszeit nahm Sagmeister 2009 in Bali – eines der aktuell stärksten Projekte von Sagmeister & Walsh, das Happiness-Project, dem noch heuer ein Film folgen soll, entstammt dieser Zeit. Sagmeister legte zwar klassische Kundenprojekte aufs Eis und öffnete sich für neue Themen wie die Meditation, konnte aber die Finger nicht vom Design-Schaffen lassen. Eine Weiterentwicklung ist so vorprogrammiert. Ein klarer Plan für die Auszeit macht also definitiv Sinn. **bis**

HIER BILDET SICH
MEHR ALS NUR WISSEN



BILDUNG. FREUDE INKLUSIVE.



ANERKANNTE AUSBILDUNGEN FÜR MARKETING & PR

Diplomlehrgang Kommunikationsmanagement

Informationsabend: 18.06.2013 - Start: 22.10.2013

Diplomlehrgang Social Media ManagerIn

Informationsabend: 02.10.2013 - Start: 07.11.2013

Diplomlehrgang Web und Traffic ManagerIn

Informationsabend: 09.10.2013 - Start: 11.11.2013

Unkonventionelles Marketing

Termin: 13.05. - 23.05.2013

Journalistisches Schreiben

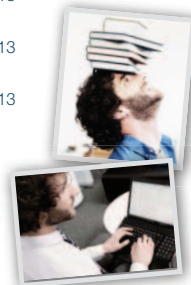
Termin: 07.06. - 15.06.2013

Ihr Firmenauftritt auf Facebook

Termin: 14.06.2013

Lehrgang Online-Marketing

Start: 17.06.2013



www.bfi-wien.at