

# NEWSLETTER NO 5

LAFIFEE E.V., KOLUMBUSSTRASSE 23, 42655 SOLINGEN

## GENERATION X, Y, Z UND DANN?

### Und warum?

Liebe Mitglieder des Verein Lafiffee e.V.

Die Baby-Boomer, zwischen 1955 und 1969 geboren, besetzen häufig noch das Top-Management, werden sich aber „bald“ in den Ruhestand verabschieden.

Die Generation X wurden zwischen Ende der 60er und

Mitte der 70er geboren. Visionen und Utopien spiel(t)en bei dieser Generation keine Rolle. Daher gab es kaum

eigene Aufstiegserwartungen.

Die Generation Y (Ende der 70er bis Mitte der 90er Jahre geboren), auch Kinder des globalisierten Internetzeitalters genannt, besannen sich auf Begriffe wie Sinn und Werte und strebten auch in der Arbeitswelt die persönliche Weiterentwicklung und Selbstentfaltung an. Geprägt wurde diese Generation durch die Chancen der Globalisierung und Digitalisierung. Die Generation Z, geboren ab Ende der 1990er-Jahre bis zum Jahr 2010 ist die jüngste Generation. Sie erkennt, dass der Plan der Generation Y nicht aufgegangen ist. Sie trennt daher wieder klar zwischen Arbeits- und

Privatleben, legt Wert auf Harmonie und fokussiert sich auf das Lebens-glück in der eigenen über-schaubaren Welt. Und am Ende des Alphabets stellt sich natürlich die Frage, welchen Namen die nächste Generation bekommt. Die ersten Vor-schläge werden in der Wissenschaft angeblich

bereits diskutiert. Der am häufigsten genannte Name für die Generation ab 2010, die logischerweise erst maximal fünf Jahre alt ist, ist ALPHA. Warum aber

unterscheidet man Generationen nach Buchstaben und Jahrgängen? Gerade in der Unternehmenswelt dienen solche Kategorien zur besseren Veranschaulichung von Chancen und Risiken, von Stärken und Schwächen. Bereits seit dem 2. Weltkrieg unterteilt die Forschung in Generationen. Die erste bekannte Einteilung waren die Veteranen, eben die, die vor 1955 geboren und durch den 2. Weltkrieg geprägt wurden. Wir haben nachfolgend einige interessante Meinungen hierzu gefunden, welche wir mit euch teilen wollen. Viel Spaß beim Lesen und liebe Grüße – Euer Vorstand

Generationen reden  
verschieden und  
handeln gleich.

Carl Ludwig von Haller  
(1768 - 1854), Schweizer  
Staatstheoretiker und Politiker, Professor  
für Staatsrecht in Bern)

### TERMINE:

#### FORTBILDUNGEN:

08.11.2016

„Motopädie“

13.12.2016

„Inklusion“

24.01.2017

„Führen“

07.03.2017

„Entspannung“

#### SONSTIGES

01.11.2016

Absitzen auf  
Schloss Burg

#### **ZWEI HIGHLIGHTS**

**06.11.2016**

1. Cup of Rock

**19.11.2016**

Kinder-Disco im  
Rollhaus

13.02.2017

Jahres-Mitgliederver-  
sammlung

Weitere Infos zu diesen  
Veranstaltungen  
findet Ihr auf unserer  
Homepage. Ebenso  
auch  
Veranstaltungen,  
die wir für Euch  
noch in diesem Jahr  
geplant haben.

WWW.LAFIFEE.DE

## HEUTIGES TOPTHEMA

### „GENERATIONEN“

Sie wünschen sich Jobs, die es noch nicht gibt: Die heute 20- bis 30-Jährigen werden mit ihrem Blick auf die Welt den Arbeitsmarkt revolutionieren. Wenn die Unternehmen nicht umdenken, haben sie bald ein Personalproblem.

Die Huffington Post erklärt, wie sich die Arbeit der Zukunft verändern wird - zumindest dann, wenn die Unternehmen auf die Bedürfnisse der jungen Menschen reagieren. Statt zu gehorchen, fragen die: Warum? Und haben sich so den Spitznamen "Generation Y" eingefangen - weil sich Y im Englischen wie das Fragewort "Why" spricht.

#### Die Macht der Bewerber

Die Bewerbungsgespräche der Zukunft werden anders verlaufen. Arrogante Bemerkungen wie „Warum sollten wir bitte ausgerechnet Sie in unserem Unternehmen einstellen?“ können nach hinten losgehen. Denn bis 2030 sinkt die Zahl der Deutschen im erwerbsfähigen Alter – je nach Studie – um bis zu sechs Millionen. Ein Fachkräftemangel droht, warnt die Wirtschaft. Die gut ausgebildeten Vertreter der Generation Y können mutig(er) auftreten als ihre Eltern und Großeltern. Sie können keck Gegenfragen stellen: „Warum bitte sollte ich bei Ihnen anfangen? Was bieten Sie mir, was die Konkurrenz nicht hat?“ Die Macht der Arbeitgeber bröckelt, langsam aber stetig. Aus dem Arbeitgeber-Arbeitsmarkt wird mehr und mehr ein Arbeitnehmer-Arbeitsmarkt.

#### Die Rede von der Work-Life-Balance ist Bullshit

Noch mal eben eine Überstunde dranhängen, damit nicht zu viel Arbeit liegen bleibt - das kennen viele. Man macht es, immer wieder. Auch wenn man seine Liebste oder seinen Liebsten versetzt. Zu Hause angekommen, muss man dann noch 148 Mails checken. Zumindest meint man, dass das

erwartet wird. Das papierlose Büro ist praktisch und nervt zugleich. Eine Balance zwischen Arbeit und Beruf – kann es die für die Digital Natives der Generation Y überhaupt noch geben?

Nein, sie ist eine Illusion. Die Rede von Work-Life-Balance ist eine Farce. Work-Life-Blend ist die Zukunft, schreibt der Organisationsexperte Ron Ashkenas in einem "Forbes"-Beitrag. Seine These: Balance ist Bullshit, nehmen wir die Realität, wie sie ist. Versuchen wir nicht länger so zu tun, als würden Smart Phones und die ständige Erreichbarkeit keinen Einfluss auf unser Arbeitsleben haben. Die Mitarbeiter werden sich ihren eigenen Stundenplan machen. Sie haben kein schlechtes Gewissen, wenn sie auf der Arbeit mit ihren Eltern telefonieren oder wenn sie mittags zwei Stunden joggen gehen. Die Arbeit wird nachgeholt. Und sie bestimmen wann.

#### Der neue Führungsstil der Chefs

Nicht geschimpft ist schon gelobt – mit diesem Motto werden Führungskräfte in der Zukunft scheitern. Die Alten in den Chefsesseln müssen umdenken, wenn die jungen Hippen anrücken. Ein autoritärer Führungsstil mit Einweg-Kommunikation wird sich dann fatal auswirken. Die Chefs müssen so gecoacht werden, dass sie mitarbeiterorientiert führen können. Der Mensch steht im Mittelpunkt.

Chefs müssen ihre Mitarbeiter viel stärker wertschätzen und aufrichtig mögen: „Die Generation Y liebt den Like-Button bei Facebook. Viele junge Leute sind sehr begeisterungsfähig, posten Fotos, hoffen auf Feedback, geben anderen Feedback. Damit sind sie aufgewachsen. Und dieses Feedback erwarten sie auch im Job“, sagt der Berliner Wirtschaftswissenschaftler Martin Klaffke der Huffington Post. Die heute 20- bis 30-

Jährigen wurden von ihren Eltern meist gehätschelt. Sie sind „Premium-Kunden“, so Klaffke – und wollen auch als solche von ihrem Arbeitgeber behandelt werden.

#### Unternehmen müssen sich attraktiv präsentieren, aber nicht anbiedernd

Unternehmen müssen sich attraktiver präsentieren. Müssen jung und innovativ wirken, ohne dabei anbiedernd zu sein. „Aber nicht alle Unternehmen sollten jetzt anfangen, ihre Mitarbeiter für die Gewinnung der jungen Generation rappen zu lassen wie die Polizei in Nordrhein-Westfalen das gemacht hat“, sagt Klaffke. Die Firma muss ihre Bewerber mit Authentizität locken - nicht mit Hochglanzbroschüren voller geschönter Fakten. Wenn etwas geschönt ist, fällt das auf. Erst recht den Digital Natives, die im Netz nachschauen, was andere über den Job oder die Firma berichten.

#### Nach der Bewerbung schnell wissen, was Sache ist

Viele Unternehmen bieten zwar mittlerweile Online-Bewerbungen an, aber hat der Bewerber dann erst mal ein Onlineformular ausgefüllt, hört er in vielen Fällen häufig nichts. Manchmal gibt es nicht mal eine Eingangsbestätigung, manchmal hört man erst fünf Monate später wieder etwas. So etwas lässt sich die Generation Y nicht bieten. Sie will's persönlich, sie ist ja Premium. Höflich soll es sein, freundlich, zuckersüß, neudeutsch heißt das „candidate relationship management“.

#### Karriere wird anders definiert

In manchen Texten über die Generation Y könnte man den Eindruck gewinnen, die Generation würde gar keine Karriere machen wollen – doch, will sie, aber anders. Es geht weniger darum, möglichst schnell mit der Ellenbogen-Taktik aus der Masse von Mitarbeitern herauszustechen, sondern darum, sich persönlich zu verwirklichen und dabei zufrieden zu sein. Das kann der

Posten des Abteilungsleiters bieten aber auch die Herausforderung des neuen Projekts, in dem man sich kreativ austobt.

### **So arbeiten, wie es gerade passt**

Es ist Zeit, die Büro-Schreibtische zu verschieben und die Wände einzureißen. Denn so arbeiten die Jungen kreativer. Sie wollen vor allem dort arbeiten können, wo es ihnen am sinnvollsten erscheint. In der Firmenlounge sitzen sie, wenn sie ihre Mails nach dem Mittagessen checken, im Ruheraum tanken sie Energie für das 16-Uhr-Meeting, im Teamraum sitzen sie an einem runden Tisch und brainstormen. In der Küche trinken sie Gratis-Kaffee und bedienen sich aus der Obstschüssel. Von diesen Vorstellungen sind viele Firmen noch meilenweit entfernt. „Unternehmen setzen aus Kostendruck oftmals nur auf die Verkleinerung ihrer Büroflächen. Dies ist nicht der richtige Weg. Wichtig ist, gleichzeitig auch die Büros qualitativ zu verbessern“, betont Klaffke. Er empfiehlt Räume, in denen kooperativ und kreativ gearbeitet wird, die wortwörtlich "Raum für Innovationen" geben.

### **„Just-in-time-Loyalität“**

Den nach 1980 Geborenen ist eine Festanstellung wichtig. Aber nicht so wichtig, dass sie dafür alles mit sich machen ließen. Diese Generation beißt sich nicht bis zum Burn-out durch. Dauerfrust führt bei ihnen viel schneller zur Kündigung. Die Bereitschaft, Dinge zu ändern, ist größer als bei der Elterngeneration. Die Loyalität zur eigenen Firma ist eine „just-in-time-Loyalität“, wie es Klaffke nennt. Das heißt: Wenn die Firma sie mies behandelt, werden sie ihr schneller untreu als etwa ihre Eltern es gewagt hätten.

### **Der klassische Bürojob von 9 bis 17 Uhr stirbt aus**

Die Kinder quengeln, wenn sie nicht pünktlich aus der Kita abgeholt werden, die demente Mutter will nicht ins Altenheim und braucht häusliche Pflege – die Unternehmen werden auf diese Herausforderungen im

Leben ihrer Mitarbeiter reagieren müssen. Damit haben sie zwar angefangen, aber das reicht nicht. Neben einem Kern-Team werden Unternehmen verstärkt auf Freiberufler oder „Cloudworker“ setzen, die von jedem Ort der Welt zuarbeiten, prognostiziert das Fraunhofer Institut IAO. Der Vorteil für die Freiberufler und "Cloudworker" ist die zeitliche und räumliche Flexibilität. Der Nachteil: Ihr Job ist viel unsicherer, sie werden gebucht, wenn sie gebraucht werden.

### **Trennung ist kein Schmerz**

Wenn ein Mitarbeiter ein Unternehmen auf eigenen Wunsch verlässt, reagieren Unternehmen häufig beleidigt. Das wird sich in Zukunft ändern. Das Unternehmen soll nicht "Auf Nimmerwiedersehen" sagen, sondern hoffen, dass der verlorene, super ausgebildete Mitarbeiter irgendwann zurückkehrt. Sie gründen daher viel öfter als bisher Alumni-Vereine.

[http://www.huffingtonpost.de/2014/02/10/arbeit-zukunft-generation-y-n\\_4745593.html?utm\\_hp\\_ref=germany](http://www.huffingtonpost.de/2014/02/10/arbeit-zukunft-generation-y-n_4745593.html?utm_hp_ref=germany)

### **Generation Z ist der Trend, Generation Y die Realität!**

Wenn man also erklären möchte, weshalb alles im Wandel ist, hilft es doch sehr, die Bedürfnisse und pauschalen Mottos der Generationen heranzuziehen. Generationen sind Pauschalierungen. Jeder kennt die pauschalen Attribute der 1968er. Und jeder kennt auch Beispiele in seiner Familie, im Bekannten- und Freundeskreis, von Menschen der gleichen Generation, die aber ganz anders sind als die Stereotypen der 68er. Generationen-Forschung lebt von Stereotypen und eben der Gewissheit, dass dies immer nur eine Klammer um beobachtbare Attribute sein kann. Dass sich Auffassungen zu Generationen ändern, ebenfalls. Und das ist auch gut so, wenn ständig der Realitäts-Check gemacht wird. Das hilft dabei, bei diesen Themen nicht zu weit theoretisch unterwegs zu sein.

Meine Großeltern sind dort in Rente gegangen, wo sie ihren Job begannen. Meine Eltern hatten zwei bis drei Arbeitgeber. Ich bzw. meine Generationen statistisch gesehen acht Arbeitgeber. Die Generation Y wird wohl bei statistisch 12 Arbeitgebern liegen. Und die Gen Z? Diese Generationen drehen diese Logik um. Die Fokussierung auf Arbeitgeber dreht sich hin zur eigenen Expertise und Kompetenz. Vor Jahren hatte Kai Deininger mal vom „Job-Nomadentum“ gesprochen. Vielleicht trifft diese Beschreibung zu. Auf jeden Fall wird die Generation Z ihre eigenen Fähigkeiten viel stärker auf dem Arbeitsmarkt kapitalisieren. Das Ergebnis wird steigende Fluktuation sein, weil im Arbeitgeberwechsel die größte Kapitalisierungswahrscheinlichkeit vermutet wird. Dies ist eine Entwicklung, die ganze Arbeits- und Organisationsmodelle etablierter deutscher Unternehmen auf den Kopf stellen wird. Hinzu kommen noch die Trends aus der Globalisierung und der technologischen Entwicklung, wo sogar kleine Handwerker und regionale Mittelständler einen weltweiten Absatzmarkt bearbeiten. Das ist großartig, bleibt aber nicht einseitig ohne Konsequenz und Implikation.

### **Paradigmenwechsel in den Unternehmen zwingend – Karriereplanung und Strategien für Mitarbeitergewinnung**

„Dialog“ – dieses Wort ist für mich mehr als nur ein wichtiger Begriff, ihn lasse ich erst einmal im Raum stehen und wirken. Seit 1997 beschäftige ich mich mit Internet-Stellenbörsen und Personalbeschaffungsstrategien und habe technische wie strategische Möglichkeiten entwickelt, On- und Offline-Aktivitäten zu verbinden. Employer Branding und Recruiting ist mein Verantwortungsgebiet bei EY (Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft). Darunter verstehe ich mehr als das Erstellen von interessant

Klingenden Web-Angeboten, die Absolventen neugierig machen sollen. Meine Idee reicht weiter und wirkt nachhaltiger. Soziale Medien sind wichtige Bestandteile meiner Strategie. So kümmert man sich um die knapp 100.000 Facebook-„Fans“ der Karriereseite ebenso intensiv wie um Fragen, die in Foren oder auf Internetportalen gestellt werden. Heutzutage geht das Interesse potenzieller Kollegen weit über das hinaus, was man früher auf Homepages und in Stellenanzeigen über sich preisgegeben hat. Und der Weg, wie man neue Kollegen gewinnt, hat sich fundamental verändert. Die Strategie „post and pray“ im Sinne von Anzeige schalten und warten, bis sich jemand bewirbt, ist restlos überholt und heute wirkungslos. Auch erlauben das Internet, die sozialen Medien und die hohe Smartphone-Durchdringung der Zielgruppe viel umfassendere Möglichkeiten, sich ein Bild von einem Unternehmen zu machen. Und an diesem zeichnet jeder Bewerber, jeder Mitarbeiter, jeder Ehemalige mit. Nicht mehr Botschafter prägen die Reputation eines Arbeitgebers, sondern der Einzelne.

Früher haben sich Absolventen bei Unternehmen beworben, heute bewerben sich die Unternehmen bei Absolventen. Der immer stärker werdende Fach- und Führungskräfte-Engpass erfordert diesen Paradigmenwechsel der Unternehmen. Der Prozess der Bewerbung ist ein Kennenlernen für beide Seiten. Dies muss zwingend auf Augenhöhe stattfinden. Die Absolventen von heute haben eine genaue Vorstellung davon, was der Job ihnen bieten muss, welche Entfaltungs- und Karrieremöglichkeiten sie erwarten. Und weil man bei EY nicht weniger als die Besten für das Unternehmen gewinnen will, nimmt man den Kontakt mit potenziellen neuen Kollegen

sehr früh auf, teilweise schon in der Schule. Wir wollen präsent sein, wenn die jungen Leute sich fragen, was sie studieren sollen. Mit Rat und Hinweisen helfen wir, die Gedanken zu sortieren und eine der bedeutendsten Entscheidungen für die eigene Karriere zu treffen. Die Praktika werden seit Bologna kürzer, sind aber noch immer gefragt. Wer möchte, bleibt länger oder kann im Ausland Erfahrung sammeln. Wir unterstützen viele denkbare Ansätze, veranstalten kostenlose Seminare für ehemalige Praktikanten, betreuen Abschlussarbeiten und organisieren beispielsweise eine internationale Praktikantenkonferenz mit 3.000 Teilnehmern in Florida.

#### **Flexibilität: Gefordert, aber auch gewährt**

Stressfrei ist der Beruf in einer Wirtschaftsprüfungsgesellschaft und Unternehmensberatung nicht. Diesbezüglich verweise ich auf die Besonderheiten der Beraterbranche, wozu für mich unter anderem etwa gehören: Im Sommer die Freiheit zu haben, früher als andere am See zu liegen, mittags eine Runde zu joggen, spontan freizunehmen oder auch mal länger in Urlaub zu gehen, als es in der Industrie üblich ist – das gehört zur Flexibilität, die wir fordern, aber auch geben. Die heutige Generation hat ihre eigenen Bedürfnisse, braucht andere Angebote und Freiheiten als früher. Das Handy zur privaten Nutzung, der Blick ins soziale Netzwerk, der Laptop mit Firmennetzzugang für das Homeoffice und viele verschiedene Angebote, vom Kiosk und der Kantine über Reinigung, Schneiderei sowie diverse Fitness- und Gesundheitspakete bis hin zum Betriebsarzt, sind daher bei uns bei EY zur Normalität geworden. Im Gegenzug erwartet das Unternehmen Teamfähigkeit, Eigeninitiative und die Bereitschaft, niemals stehen zu bleiben, sich immer weiterzuentwickeln. Das muss jedem auch klar sein: „Alleinunterhalter“ können bei uns nicht erfolgreich sein.

Ein wichtiger Aspekt neben Dialogfähigkeit ist für mich *Diversity*. Darunter verstehen wir nicht nur die Frauenquote, sondern alle Unterschiedlichkeiten, die sich in einem Unternehmen zeigen – ob hinsichtlich Ausbildung, Know-how, Arbeitsweise, Entwicklung oder Bedürfnissen. Nicht zwei unserer Mitarbeiter sind gleich, somit müssen wir einigen Aufwand betreiben, um Potenziale und Talente zu erkennen – im Idealfall bereits beim Recruiting. G8, das achtjährige Gymnasium und Bologna, die europaweite Harmonisierung von Studiengängen und -abschlüssen, brachten einschneidende Veränderungen. Damit haben wir inzwischen eine Verlagerung der Ausbildung in die Unternehmen hinein. Heutige Bewerber sind nicht vergleichbar mit früheren, sie sind jünger und mit weniger praktischen Erfahrungen, da der Bologna-Prozess während des sechssemestrigen Bachelors keine Praktika vorsieht. Das meine ich nicht als Wertung, sondern als Tatsache und Herausforderung für die Personalentwicklung. Ihr gilt es gerecht zu werden.

#### **Fazit**

Der Arbeitsmarkt wird enger und die Talente, Fach- und Führungskräfte werden deutlich knapper. Wie lautet die strategische Antwort auf diese Entwicklung? Produktivitätszunahme, Effizienzgewinn, Zuwanderung, Förderung von Teilzeit-Jobs und verstärkte Integration von Eltern (weiblich und männlich) zurück in den Job, Inklusion und zielgerichtete Bildungsstrategie? Unternehmen müssen vor allem Antworten finden, wie die nicht gesetzlich bestimmte Frauenquote, die Flexibilisierung in einer modernen Unternehmenskultur mit Souveränität des Individuums über die eigene Arbeitswelt umsetzen können. Ferner müssen Mitarbeiter mehr in die Pflicht genommen werden, sich am Erfolg (und Misserfolg) zu

partizipieren. Das ist zwar heute schon Usus in einigen Branchen und wird sich verstetigen. Das Bewusstsein hierfür muss jedoch noch erweitert werden.

Die Frage, wie und vor allem wo denn Arbeit im Einklang mit der Digitalisierung stattfinden wird, ist eine sehr spannende Frage. Arbeitszeit- und Arbeitsortflexibilisierung werden ein wichtiger Teil davon sein. Darauf müssen sich alle Unternehmen heute schon einrichten, beispielsweise mit einer Regelung, wie man auch außerhalb des Büros produktiv und technisch optimal wirken kann.

Quelle: [t3n.de/.../arbeitswelt-generation-z](http://t3n.de/.../arbeitswelt-generation-z).

## "DIE GENERATION Y IST EIN MYTHOS"

Junge Leute wollen heute ebenso Karriere machen wie die Alten, sagt Soziologe Marcel Schütz. Firmen sollten sich von der Idee der Generation Y nicht kirre machen lassen.

**ZEIT ONLINE:** Herr Schütz, Sie sehen Generationenkonzepte sehr kritisch. Zum Beispiel die Generation Y: Sie sei ein Mythos, gefördert von Personalabteilungen und Karriereberatern, sagen Sie. Wie kommen Sie darauf?

**Marcel Schütz:** Meist gründen solche Generationenbeschreibungen auf zweifelhaften Beobachtungen. Die Diskussion um die Generation Y ist geprägt von subjektiven Werturteilen und Spekulationen, und sie steckt voller Widersprüche: Mal werden die Ypsiloner als arbeitskritisch beschrieben, mal als genau das Gegenteil. Mal sind sie individualistisch, mal nachdenkliche Kümmerer. Mal sind sie zwischen 1971 bis 1997 geboren, mal ab 1980,

1983 oder 1985. Das suggeriert Komplexität, denn eindeutige Begrenzungen erscheinen weniger eindrucksvoll. Und Zeitangaben, die sich keiner erklären kann, vermitteln den Eindruck, dass etwas Großes geschehen sein muss. Ist es aber gar nicht. Deshalb ist die Generation Y ein Mythos.

**ZEIT ONLINE:** Wer hat den Mythos geschaffen?

**Schütz:** Der Begriff Generation Y tauchte 1993 zum ersten Mal in der Marketingzeitschrift *Advertising Age* auf. Und weil das Y als "why" ausgesprochen wird, hat es den gewünschten Effekt: Es ist cool, weil englisch, und zeugt gleichzeitig von einer ausgeprägt kritischen Einstellung der Generation Y. Diese Generation fremdelt mit der Karriere und hat der Wirtschaft gegenüber Vorbehalte – so zumindest der Mythos. Die Realität sieht ganz anders aus.

**ZEIT ONLINE:** Was will die Generation Y wirklich?

**Schütz:** Viele junge Menschen wollen ganz klassisch Karriere machen und führen. Warum sonst sollten sich in Personalabteilungen Mappen maßgeschneiderter Bewerber stapeln, denen Statussymbole wichtig sind? Die sich ganz normal anpassen, die mit ihren Praktika in Top-Unternehmen und Auslandsaufenthalten an Elite-Hochschulen etwas hermachen wollen? Alternative Typen gab es schon immer und überall. Das ist aber erst einmal die Ausnahme und nicht die Regel. Studienfach, Berufsziel und soziale Herkunft spielen eine wichtige Rolle. Es macht immer noch einen großen Unterschied, ob man BWL studiert oder Kunstpädagogik, Maschinenbau oder Völkerkunde. Auch hängt Karriereverhalten immer mit Status zusammen: Ein Jugendlicher aus unvorteilhaften Verhältnissen in Berlin-Neukölln muss weitaus mehr an die klassische

Leistungskarriere glauben als sein Hipster-Altersgenosse aus einer Anwaltsfamilie in Hamburg-Winterhude. Ich spitze zu, aber so ist das eben. Die Gesellschaft ist und bleibt bunt.

**ZEIT ONLINE:** Dann sind solche Generationenkonzepte überflüssig?

**Schütz:** In wissenschaftlicher Hinsicht ja, denn sie lassen sich nicht bestätigen. Eine wirklich soziologische Bearbeitung des Themas wäre zu riskant und kompliziert. Allerdings: Gesellschaftlich betrachtet ist die Diskussion beliebt, weil man ganz locker ein wenig systemkritisch über das Arbeitsleben philosophieren kann. Ohne große Folgen. Dieser unverbindliche Talk hat eine soziale Funktion.

Unternehmen sollten sich aber bezüglich der Generationenkonstrukte bloß nicht verrückt machen lassen und sich stattdessen auf präzise Fragen zum Thema wie zum Beispiel die Folgen der Digitalisierung konzentrieren. Aber dann geht es primär um Fähigkeiten, und nicht wieder gleich die x-te Neuerung der Gesellschaft.

**ZEIT ONLINE:** Warum wird dann so hartnäckig an solchen Konzepten festgehalten?

**Schütz:** Weil es profitabel ist. Für Personalabteilungen, weil sie gebraucht werden. Für Personalberater und Coaches, weil sie sich so als selbst ernannte Generation-Y-Experten inszenieren können. Und das Geschäft läuft gut, denn man erfindet schon die nächsten Generationenkonzepte.

<http://www.zeit.de/karriere/2016-02/soziologie-generation-y-karriere-mythos-karriereplanung>

## RÜCKBLICK

..was haben wir geschafft!

### Fortbildung „Rückenschule“ am 27.09.2016

In der Kita Krümelkiste, Augustastraße 68 in Solingen fand unsere erste Fortbildung nach den Sommerferien zum Thema "RÜCKENSCHULE" statt. Sowohl krankheitsbedingt als auch durch „Vergesslichkeit“ einiger angemeldeter Teilnehmer schrumpfte die Teilnehmerzahl auf drei Mitglieder. Trotzdem haben wir die Fortbildung lt. Aussage der Teilnehmer mit Erfolg durchgeführt. Ziel war es zum einen rückengerechtes Verhalten zu vermitteln und zum anderen durch unterschiedliche Übungen Bauch und Rückenmuskulatur zu stärken sowie Konzepte zur Entspannung zu liefern. Der Wunsch, diese Fortbildung zu wiederholen, kommen wir gerne nach. Voraussetzung sind hierfür aber mindestens sieben Mitglieder, damit sich der Aufwand hierfür auch lohnt.

### Mitglieder helfen als „Ordner“ auf Gut Haarbecke vom 01. bis 03. Oktober

„Der Markt der schönen Dinge“ nennt sich ein Kunst- und Handwerkermarkt der auf Gut Haarbecke von der Familie Petra und Michael Peters-Hensel veranstaltet wurde. Wir unterstützten den Veranstalter indem wir täglich vier Ordner zur Verfügung stellten. Toller Markt, toller Veranstalter... mehr Infos unter: <http://kunsthandwerkermarkt-lindlar.de/>

**Auf zwei HIGHLIGHT-Veranstaltungen unseres Vereins wollen wir heute hinweisen:**



Liebe Mitglieder!

Auch wenn wir euch heute einige Seiten mehr gesendet haben als normal, wollten wir aber so viele Meinungen wie möglich zu diesem Thema präsentieren. Versprochen, der nächste Newsletter wird wieder kürzer. Bis zum nächsten Mal wünschen wir Euch eine tolle Zeit und bleibt gesund!

Sascha

Markus

Jan

