

(Keinen) Bock auf Konzern!? Generation Y und die klassische Unternehmenskarriere

Podiumsdiskussion Young Leaders | 03. 04. 2019 | Evonik Industries, Essen

Text: Dietmar Kramer / Fotos: Petra Wilke // Redaktion: Anna Steinmeier/ Petra Wilke

In Wirtschaft und Industrie vollzieht sich ein personeller Wandel unter besonderen Vorzeichen: Die sogenannte „Generation Y“ der zwischen den frühen 80ern und den späten 90ern Geborenen drängt nicht nur mit ihren außergewöhnlich zahlreichen Absolvent_innen mit Macht auf den Arbeitsmarkt, sondern bringt auch deutlich andere Vorstellungen einer künftigen Arbeitswelt und Erwartungen an ihr Berufsleben mit als vorherige Jahrgänge.

Ein gemessen markanter Unterschied ist das geringere Interesse der „Millenials“ an klassischen Laufbahnen in Unternehmen und Konzernen. Stattdessen gelten das Streben nach Eigenständigkeit und eben auch beruflicher Selbstständigkeit einerseits sowie die Verschmelzung von Arbeits- und Privatleben mit einem eindeutigen Schwerpunkt auf den persönlichen Interessen als herausstechende Eigenschaften der ersten „Digital Natives“, die seit ihrer Kindheit von und mit der Multimedia-Technologie sozialisiert wurden.



Diese Entwicklung hat längst Fragen besonders für Unternehmen und Konzerne nach ihren künftigen Strukturen und Möglichkeiten zur Personalgewinnung eben aus dieser neuen Generation von hochqualifizierten Arbeitskräften aufgeworfen. Zur Erörterung lud der „Managerkreis Young Leaders“ der Friedrich-Evert-Stiftung NRW zur Podiumsdiskussion mit dem Titel „(Keinen) Bock auf Konzern? Generation Y und die klassische Unternehmenskarriere“ Expert_innen aus verschiedenen Bereichen nach Essen ein. Die HR-Managerinnen **Natali Bily** (Bilfinger SE) und **Jessica Lingenfelder** (High Tech Gründer Fonds GmbH), die StartUp-Unternehmer **Michael Wilmes** (myDaydelivery GmbH) und **Stephan Kuhnert** (Made in Office GmbH) sowie **Dr. Volker Arning** vom gastgebenden Chemiekonzern Evonik Industries AG diskutierten unter der Moderation von Young-Leaders-NRW-Organisator **Dr. Christian Tribowski** (Handelsblatt Research Institute) über die wechselseitigen Erwartungen von „Millennials“ und Unternehmen.



Die Ansprüche der „Generation Y“ hinsichtlich beruflicher Tätigkeiten verdeutlichte bereits **Matthias Speth** in seiner einführenden Keynote. „Sie sind lieber arbeitslos als in irgendeinem Job unglücklich“, sagte der Head of People Organizational Development bei Evonik über ein elementares Grundbedürfnis der nachrückenden Talente. Sein Unternehmen reagiere darauf seit einiger Zeit schon durch eine Kampagne, dass außer ein Job oder ein Projekt auch Heimat geboten werde, erläuterte Speth weiter. Gleichwohl stellte die anschließende Debatte über das „Thema, das gesellschaftspolitisch eine nicht zu unterschätzende Größenordnung hat und größer ist als nur Arbeit und Wirtschaft“ (Tribowski), die generellen Trennungslinien zwischen den Generationen zunächst infrage. Für Lingenfelder etwa „gibt es die Generation Y in dieser spezifischen Form nicht“. Die angelegten Schablonen würden nicht passen, „weil die Unterschiede zwischen den Generationen mindestens ebenso groß sind wie in den

Generationen selbst“. Werte wie Unabhängigkeit und Work-Life-Balance hätten in ihrem Tätigkeitsbereich ebenso generationenübergreifend Bedeutung wie der Drang zur Übernahme von Verantwortung. „Ich nehme keine Grenzziehung wahr“, hielt Jessica Lingenfelder fest. Auch Natali Bily als erklärte Angehörige der Generation Y stellt sich die Situation anders als von der Forschung behauptet: Sie stolpere beim Vergleich zwischen ihrer Konzernkarriere und den Möglichkeiten für eine Tätigkeit als Unternehmerin einzig über die Sinnfrage, ob sie nicht auch etwas für sich machen könne: „Man braucht einen Sinn und Zweck.“

Michael Wilmes hingegen kann sich eine Laufbahn in den fraglos vorhandenen Grenzen eines Konzerns für sich persönlich nicht vorstellen: „Die acht Stunden im Büro empfinde ich als Arbeit. Aber in meinem Team fühlt sich vieles nicht als Arbeit an, auch wenn wir mehr als acht Stunden beschäftigt sind. Das ist wohl eher ein bisschen, als ob man nach der Arbeit noch Sport macht.“ In einem Unternehmen würden ihm persönliche Freiheit und der Raum zur Umsetzung von spontanen Ideen fehlen. Der Spaß an seiner Arbeit entstehe dadurch, „dass ich etwas für mich Sinnvolles mache und nicht durch das Geld“. Die Gestaltungsmöglichkeiten in der Selbstständigkeit betonte auch Stephan Kuhnert. Nach ersten Jahren in einem Konzern erschien ihm eine Fortsetzung der internen Laufbahn als „mühselige Reise mit ungewissem Ausgang“, und sein Drang zur Mitbestimmung und Entscheidungskompetenz habe schließlich den Ausschlag für seine Entscheidung für die Gründung eines eigenen Unternehmens gegeben. Volker Arning bestätigte die Wahrnehmungen von Michael Wilmes und Stephan Kuhnert. Auch wenn in seinem Haus einerseits nicht wie im Charlie-Chaplin-Klassiker „Modern Times“ am Fließband gearbeitet und andererseits nicht immer nach acht Stunden nach Hause gegangen würde, „merkt man im Konzern schon Hierarchien“. Zugleich aber unterstrich Volker Arning, dass auch in großen Unternehmen sehr wohl Gestaltungsspielräume für Mitarbeiter_innen vorhanden seien.



Einig waren sich die Podiumsteilnehmer in der gestiegenen Bedeutung von Kommunikation als Wohlfühlfaktor in Unternehmen. In diesem Bereich sei die Erwartungshaltung von „Millennials“ eine deutlich andere als bei älteren Jahrgängen. Natali Bily konstatierte ebenfalls „einen Nachholbedarf bei Feedback und Kommunikation in Unternehmen und Konzernen, der den starren Hierarchien geschuldet ist“. Sie nehme allerdings schon durch jüngere Generationen auf der Führungsebene einen Wandel wahr.

Die entsprechende Veränderung von Unternehmenskulturen stellt sich Stephan Kuhnert allerdings grundsätzlich nicht leicht vor. „Wir sind schon dialogorientiert, aber auch für uns als Unternehmen ist das dennoch anstrengend, dann muss es für Konzerne umso anstrengender sein.“ Zur Steigerung ihrer Attraktivität für die „Generation Y“ riet Jessica Lingenfelder großen Unternehmen zur verstärkten Darstellung bereits eingetretener Veränderungen. „Es muss gezeigt werden, was anders geworden ist. Man muss sich sichtbar machen.“ Volker Arning hoffte zudem darauf, dass Firmen bei der Akquise von vielversprechenden Nachwuchskräften „nicht nur bei den Themen Arbeit und Zusammenarbeit zeigen“.

Darin sieht auch Michael Wilmes einen Schlüssel zur Überwindung von Vorbehalten bei Jahrgangskolleg_innen gegenüber Engagements in großen Unternehmen und Konzernen: „Es sollte dahin gehen, dass bald ganz viele kleine eigenständige Einheiten mit selbstverantwortlich agierenden Mitarbeiter_innen entstehen, für die das Unternehmen nur noch eine Klammer darstellt.“