

Ludwig Hasler

Generation Y – oder die Macht der Knappheit



Bild: zvg

Beispiel Schweizer Fussball-Nati: Die sind begabt, auch verwöhnt, sie wollen den Erfolg, vor allem den eigenen, die Frisur ist ihnen so wichtig wie die Flanke, manchmal legen sie sich ins Zeug, über die Schnur hauen sie nie, gewinnen wollen sie, doch Verantwortung fürs Team ist nicht ihre Sache.

Generation Y, das sind die nach 1980 Geborenen. Grundsymphatisch, eher langweilig als wild, brav bis in die Knochen, selbstbewusste Optimisten. Sorgen machen sich Personalchefs: Y-Typen wollen unbedingt interessante Jobs – aber wollen sie auch arbeiten? Rückt da eine Generation Weichei nach? Jedenfalls handelt es sich um die aktuellste Ausgabe der Menschheit.

Wer sie verstehen will, muss wissen: Wie sind Y-Typen sozialisiert? Anders als die 68er-Generation und «Generation Golf» haben sie erfahren: Alles ist möglich – und alles ist ständig im Fluss, nichts bleibt, wie es einmal war. Die Y-Vertreter sind mit unzähligen Optionen gross geworden, im Internet wie im Alltag. Von Anfang an mussten sie «biografisches Selbstmanagement» betreiben: sich um sich selbst kümmern, um sich nicht im Vielerlei zu verlieren. Ihr Problem waren nie die Grenzen, eher das Grenzenlose. Das ist es heute noch: Sie wollen möglichst alles – auf's Mal: Familie & Traumjob, Sinn & Feierabend, Spass & Vorankommen. Und nebenbei gern auch noch die Welt retten. Y-Vertreter hatten schon immer die Wahl. Von Geburt an wurden sie gefördert und gefeiert.

Die Aufmerksamkeit der «Helikopter-Eltern» war ihnen gewiss. Schon als Halbwüchsige durften sie mitreden, mitentscheiden, wohin die Familie in die Ferien fährt, welches Auto angeschafft wird, was auf den Tisch kommt. Sie sind daran gewöhnt, sich verwirklichen, sich entfalten zu dürfen, ja zu müssen.

Und all das, was sie seit Kindheit erfahren haben, erwarten sie nun vom Arbeitgeber: Aufmerksamkeit, Fürsorge, Mitsprache, ständiges Feedback. Sie wollen Chefs, die wie ihre Eltern sind, Unternehmen, die auf ihre Ansprüche eingehen. Gleich im Bewerbungsgespräch erkundigen sie sich nach Sabbatical, Teilzeit, Auszeit für Eltern etc. Personalchefs halten sie nicht selten für Luxusgeschöpfe, die sich auf ihr Erbe freuen statt anzupacken. Dabei sind sie durchaus bereit zu Leistung. Ehrgeiz und Fleiss stehen hoch im Kurs, Weiterbildung dito. Sie sind keineswegs faul, sie setzen nur hinter alles, was bisher galt, ein Fragezeichen. Darum das Y, englisch wie «why» gesprochen: Warum muss der Job die Familie behindern? Warum soll für mich gelten, was der Chef sagt? Und umgekehrt: Why not? Warum sollen wir nicht alles ändern können? Warum profitiert die Firma nicht, wenn ich mich verwirkliche?

Arbeitgeber müssen sich auf diese Generation einstellen. Y-Typen wollen flexibel und selbstbestimmt arbeiten? Gar nicht so daneben. Sie wollen wahrgenommen werden, wollen Feedbacks? Nicht wirklich pervers. Sie wollen sich in einer innovativen Firmenkultur selber entwickeln? Wird eh normal. Sie wollen so etwas wie Sinn beim Arbeiten? Dafür lassen sie über das Salär mit sich reden. Überdies sitzt die Generation Y am längeren Hebel. Für sie spricht die Demografie: die Macht der Knappheit. ■

Dr. Ludwig Hasler, Publizist und Philosoph, lebt in Zollikon. Sein jüngstes Buch: Des Pudels Fell. Neue Verführungen zum Denken. (Huber Verlag)