

Work Life

SANDRA BAIERL

Sehnsucht nach Verrücktheiten

Ganz schlau wird man nicht aus ihm. Als Richard Branson diese Woche für einen Nachmittag nach Wien kommt, wirkt er getrieben. Nach getanem Antwortspiel läuft er möglichst schnell wieder von der Bühne. Er ist milliardenreich, hat 400 Unternehmen, keine Zeit, investiert in Projekte, die andere nicht einmal andeuten können. Seine Fluglinie ist defizitär, er ist unkonventioneller Managerstar, risikofreudiger Abenteuerer und mit seinen Charity-Projekten ein unermüdlicher Rufer nach einer besseren Welt. Projekte verfolgt er „ganz oder gar nicht“, an seine zwölf Millionen Follower twittert er aber nicht selbst. Und doch: Der 63-jährige Verfasser von „Screw Business as usual“ ist vieles, aber nicht Mittelmaß. Er hat verrückte Vorstellungen und die wunderbare Verspieltheit, an sie zu glauben.

Träumen und anecken

Trotz konträrer Facetten und dem immensen Marketinggetue: Diese Verspieltheit des Richard Branson ist erfrischend, lässt ihn aus der grauen Masse der Durchschnittstypen herausleuchten. Er ist einer, der selbst in seinem eigenen Vorstand mit seiner Meinung alleine dasteht. Ein Branson hat den Einfluss – und das Geld –, die Dinge trotzdem voranzutreiben. Er schreibt damit Geschichte.

Und wir? Wie oft halten wir überzeugt dagegen und verfolgen verrückte Ideen? Träumen von etwas ganz anderem? Nicht, dass Querdenker in Firmen besonders geschätzt würden. Wer dagegen spricht, ist ein Querulant, unbequem und anstrengend. Für diese bunten Vögel gibt es zwei Wege: Sie rühren entweder in den Konzernen um und schauen, wie weit sie damit kommen (die Chancen auf Rauswurf oder Heldentum stehen 70:30). Oder sie gründen ihr eigenes Business und tun, wie sie wollen. Die Nonkonformisten der neuen Generation (siehe Story nebenan) scheinen Letzteres zu bevorzugen. Sie werden sich ihre Welt ohne Vorlage zeichnen.

eMail an: sandra.baierl@kurier.at
auf Twitter folgen: @SandraBaierl

KURIER Herausgeber, Medieninhaber: KURIER Zeitungsverlag und Druckerei Ges.m.b.H., 1072 Wien. **Chefredakteur, Herausgeber:** Dr. Helmut Brandstätter. **Redaktion:** Sandra Baierl (Tg.). **Layout:** Beilagen-Grafik **Geschäftsführer:** Mag. Thomas Krallinger, DfM. **Mark Mickasch, Verleger:** Mediaprint Zeitungs-, Zeitschriftenverlag GesmbH & Co. KG, 1190 Wien. **Hersteller:** Mediaprint Druckerei, 1230 Wien.

FAKTEN & ZAHLEN

Wussten Sie, dass ...



... 41 Prozent der österreichischen Führungskräfte glauben, dass sich Mitarbeiter effektiv aus der Ferne managen lassen. Das ergab eine internationale Umfrage des Bürodienstleisters Regus. Weltweit seien es 55 Prozent. Skeptischer sind die deutschen Manager mit 36 Prozent. Laut Studie arbeitet fast jeder zweite Österreicher flexibel.

... dass man im Krankenstand in Österreich nicht erst ab dem dritten, sondern schon ab dem ersten Krankenstandtag eine ärztliche Bestätigung vorlegen muss, wenn der Arbeitgeber darauf besteht.

... Arbeitsmarktforscher der künftigen deutschen Bundesregierung zur massiven Förderung von Langzeitarbeitslosen raten. Neben einer Aus- und Fortbildungsoffensive sollen Patenschaften helfen: Jobberfahrene sollen schwer vermittelbare Arbeitslose unterstützen.

„Die haben Angst, ihre Macht zu verlieren“

Interview. Mit 13 Jahren veröffentlichte Philipp Riederle seinen ersten Podcast „Mein iPhone und ich...“. Heute berät der 19-Jährige Unternehmen, die keine Ahnung haben, wie sie an seine Generation herankommen sollen.

VON A. HLINKA UND S. BAIERL

KURIER: Sie sind ein Prototyp der Digital Natives, beraten Firmen: Was wollen die von Ihnen wissen?
Philipp Riederle: Wie man uns als Mitarbeiter bekommen und halten kann.

Seid ihr schwer zu kriegen?

Laut Statistiken ja. Gerade mittelständische Unternehmen haben es nicht leicht.

Weil eure Ansprüche so hoch sind? Was wollt ihr?

Man hat kürzlich erhoben, warum die ältere Generation arbeiten gegangen ist und warum wir heute arbeiten gehen. Die wichtigsten Punkte damals: Geld verdienen, Status erlangen, Macht ausüben. In unserer Generation sind diese drei Punkte auf den letzten Plätzen. Wir wollen Purpose, also Sinnhaftes tun, wollen etwas, das die Augen zum Funkeln bringt. Gefolgt von der Selbstverwirklichung: Wir wollen etwas machen, das uns wichtig ist. Punkt drei ist, dass wir das in den richtigen Organisationsformen tun wollen.

Und die Mehrheit der Firmen kann das nicht bieten?

Richtig.

Warum stellen Firmen sich nicht auf Ihre Generation ein?

Weil das ganz schön schwierig ist. Von den theoretischen Möglichkeiten her ist es kein Problem, aber in der Kultur der Firmen sind diese Möglichkeiten noch nicht angekommen.

Ein Generationenproblem?

Ich sehe das nicht pauschal

als Generationenproblem. Ich treffe auf zwei Typen von Führungskräften: Die einen, die schon immer so arbeiten wollten, wie die neue Generation es tut. Und die anderen – an denen beißen wir uns die Zähne aus.

Was ist deren Problem?

Diese Älteren haben Angst, ihre Macht zu verlieren. Darum geht es, und um Kontrolle. In meiner Generation sind Statussymbole nicht mehr wichtig. Wir erkennen Autorität auch nicht mehr an, nur weil sich jemand CEO, CIO oder wie auch immer nennt, oder wenn jemand seine Macht nur dadurch hat, weil er strategisch Informationen zurückhält. Das sind für uns keine Autoritäten. Uns geht es um die Kompetenz, um die Substanz, ob wir auf Augenhöhe zusammenarbeiten und was wir von ihnen lernen können. Wir wollen Gegenüber, die unsere Erfahrungen schätzen, auch wenn wir noch jung sind.

Sie können sich ja viel wünschen, die Realität in Firmen sieht oft hierarchisch, bürokratisch aus ...

Aber die Unternehmen haben damit zunehmend Probleme: Entweder die Jungen kommen gar nicht erst – oder sie bleiben nur kurze Zeit.

Die Jungen meiden solche Firmen also?

Es gibt alternative Möglichkeiten, um sich durchzuschlagen. Jeder kann jederzeit, mit jedem, überall auf der Welt kommunizieren. Jeder kann jede verfügbare Information sofort abrufen. Und jeder kann publizieren. Wenn man eine Idee hat



2008 stellte Philipp Riederle seinen Podcast „Mein iPhone und ich...“ ins Netz – inzwischen läuft Folge 186, er ist Buchautor, Unternehmensberater

und etwas vorantreiben will, kann man sich das Wissen heute leicht aneignen, rund um den Globus mit anderen kollaborieren und seine Ideen verbreiten. Die Unternehmen merken, dass die Jungen nicht mehr kommen oder schnell wieder gehen. Das ist doch deren Horrorszenario. Die täten gut daran, sich auf uns einzustellen.

Fühlen Sie sich bei den derzeitigen Entscheidungsträgern gut aufgehoben?

Alles ist sehr von Hierarchie getrieben. Es werden Großraumbüros diskutiert, um Miete zu sparen, es werden Organisationsformen besprochen, – aber es geht nie um die Menschen und darum, was sie brauchen.

Sie fühlen sich also unverstanden?

Wenn ich diese Veränderungen den Managern erkläre, dann habe ich schon das Gefühl, dass das verstanden wird. Vorher ist das aber oft nicht auf ihrem Radar. Sie merken nur, dass etwas anders ist als früher: Früher hat ein Bewerber gesagt, dass er sein gesamtes Leben dem Unternehmen unterordnet, Hauptsache er darf hier anfangen. Die Jungen heute kommen zum ersten Interview und fragen gleich nach Sabbatical, Eltern-Teilzeit und Home-Office.

Generationenwechsel waren nie leicht: Macht der technologische Fortschritt zusätzlich Probleme?

Die technologischen Möglichkeiten intensivieren diesen Generationenkonflikt. Wir haben ganz andere Möglichkeiten zur Selbstbildung und zur Selbsterfahrung. Auf einmal endet unser Horizont nicht mehr hinter dem Ortsschild. Und die technologische Entwicklung verändert Arbeitsprozesse massiv.

Ist das für Ihre Generation nicht verwirrend und überfordernd?

Wir gleichen das aus: Laut Studien sind in meiner Generation persönliche Bindungen, feste Freundschaften und Heimat wichtiger als je zuvor. Meine Erklärung: Wenn man überall hinkommen kann und alles machen kann, wird eine feste Konstante im Leben wichtiger.

Schlechte Wirtschaftslage, unsichere Pensionsaussichten, schwieriger Arbeitsmarkt. Wie wirkt sich das auf die Ys aus?

Wir haben von unseren Eltern gelernt: Sie haben sich für ihren Job aufgeopfert, haben Familie und Freunde vernachlässigt, ihr ganzes Leben am Job ausgerichtet. Das ist ja kein Leben. Wir wollen nicht 80 Stunden die Woche arbeiten, um uns dann ein Auto vor die Tür zu stel-

len, das vielleicht den Nachbarn beeindruckt. Das ist garantiert nicht unser Lebensziel.

Sondern?

Das kann ich nicht beantworten, weil es für jeden etwas anderes ist.

Ihr persönliches Ziel?

Immer Tätigkeiten zu machen, die mich erfüllen und die in mein Leben integriert sind. Zeit zu haben für die Leute, die mir wichtig sind. Es wird oft gesagt, die Jungen hätten keine Work-Life-Balance, weil sie immer erreichbar sind. Aber wenn wir das tun, was uns wichtig ist, ist das ja unser Life. Diese Diskussion hängt den Strukturen der Industrialisierung nach, wo Work ein notwendiges Übel war, um das Life haben zu können. Wir leben anders.

Arbeit ist aber nicht immer nur erfüllend: Wer steht künftig am Fließband? An der Supermarkt-Kassa?

Es ist eine falsche Haltung, zu glauben, dass diese Jobs alle traurig und schlecht sind. Es gibt Menschen, für die es nichts Größeres gibt, als die Stadt sauber zu halten oder Autos zusammenzuschrauben.

Gibt es etwas, für das Sie sich stellvertretend für Ihre Generation schämen?

Wenn man zusammen beim Essen sitzt und alle in ihre Handys reinschauen, werde ich sauer. Aber es verbreitet sich immer mehr die Haltung, dass man das Handy weglegt, wenn man zusammensitzt. Wir kommen schon selber drauf.

Sie sind 19 und Unternehmensberater – wie begegnen Ihnen Gleichaltrige?

Ich habe den Podcast damals für mich gemacht, weil ich Lust drauf hatte. Ich habe nur meinen besten Freunden davon erzählt. Und so mache ich das auch heute noch. Ich bin ein normaler 19-Jähriger, der ein außergewöhnliches Hobby hat – das inzwischen mein Job geworden ist.



Philipp Riederle über Geld, Status und Macht: „In meiner Generation ist das alles nicht mehr wichtig – wir wollen Sinnhaftes tun“

Digitaler Ureinwohner

Philipp Riederle

Philipp Riederle wurde am 9. 10. 1994 in München geboren. Mit 13 Jahren ließ er sich ein iPhone aus den USA senden, er crackte es und gründete im April 2008 den Podcast „Mein iPhone und Ich...“, wo er von seinen Erfahrungen mit dem Apple iPhone berichtete – zuerst aus dem Kinderzimmer, dann aus einem Kellerstudio bei den Großeltern. 2010 rief er sein Zweitprojekt „Mein iPad und Ich...“ ins Leben. Mit 15 Jahren gründete er Phipz Media. Mit 18 veröffentlichte er sein Buch „Wer wir sind und was wir wollen“.

Die Generation Y und ihre radikalen Erben

Generationsfrage. Im Englischen wird die Generation Y „why“ ausgesprochen: „Warum“. Eben das fragen sich Firmenlenker: Warum kommen die besten Köpfe dieser Generation, die nach 1980 Geborenen, nicht zu uns? Sie wollen und brauchen sie als Mitarbeiter und Kunden – und wissen nicht, womit sie zu ködern sind. Zahlreiche Studien setzen sich mit ihren Werten und Forderungen auseinander. Jene von Ernst & Young zeigt es deutlich: 72 Prozent der befragten Hochschulabsolventen nennen Entfaltungschancen als höchstes Kriterium für die Arbeitgeberwahl, 56 Prozent die Work-Life-Balance. Nur 35 Prozent sind Karriereoptionen besonders wichtig.

Das ist zweifellos Trend. Aber am Ende ticken die Ys doch individuell unterschiedlich. Die Generationalisierung unmöglich. Das ging schon nicht bei den Generationen zuvor, nicht bei den 68ern, den Babyboomern, bei der Generation X. Wenig leugnen kann man aber, dass die heute Jungen alle unter ähnlichen Rahmenbedingungen erwachsen geworden sind: Sie haben die digitale Revolution im Teenageralter mitgelebt, mitgestaltet und etwas später auch die Wirtschaftskrise gespürt. Die ältere Generation sieht sie daher auch gerne als verwirrt, orientierungslos und ohne Werte. Die Generation Y selbst nimmt diese Vorurteile gelassen.

Die nächste Generation sind die Zs, die noch radikaleren Ypsiloner: Sie haben die digitalen Medien tatsächlich mit der Muttermilch aufgesogen. Hierarchische Organisationsstrukturen, Bürokratie und Statussymbole können diesen Jungen wirklich nur mehr ein müdes Lächeln entlocken.

GRAFIK DER WOCHE

17 PROZENT KÖNNEN NICHT GUT LESEN

Lesen, Alltagsmathematik und Problemlösen im Ländervergleich

PIAAC-Studie unter 16- bis 65-Jährigen

Lesen		Alltagsmathematik		Problemlösen*	
Japan	296	Japan	288	Schweden	44,0
Finnland	288	Finnland	282	Finnland	41,6
Niederlande	284	Niederlande	280	Niederlande	41,5
Schweden	279	Schweden	279	Deutschland	36,0
Tschechien	274	Tschechien	276	Großbritann.	34,8
OECD-Schnitt	273	Österreich	275	Japan	34,6
Großbritann.	272	Deutschland	272	OECD-Schnitt	34,0
Deutschland	270	OECD-Schnitt	269	Tschechien	33,1
USA	270	Großbritann.	262	Österreich	32,5
Österreich	269	Frankreich	254	USA	31,1
Frankreich	262	USA	253	Frankreich	-
Italien	250	Italien	247	Italien	-

KURIER Grafik: Tichy * im Zusammenhang mit neuen Technologien (z. B. Computer, Internet, etc.) Quelle: APA/OECD/Stat

PISA für Erwachsene. Fast eine Million Österreicher können nicht ausreichend lesen – das sind 17 Prozent der 16- bis 65-Jährigen. Im OECD-Vergleich liegt Österreich beim Erwachsenen-PISA in der Lesekompetenz unter, in der Mathematik über dem Durchschnitt. Auch bei der Fähigkeit der Problemlösung haben die Österreicher Aufholbedarf. In allen drei Kompetenzen schnitten die Frauen schlechter ab als die Männer.

ALLERWELTS-MANAGER



Janet Yellen
US-Präsident Barack Obama setzt auf Frauen: Mit Janet Yellen soll an der mächtigen US-Notenbank Fed erstmals eine Chefin an der Spitze stehen. Die 67 Jahre alte bisherige Vize-Chefin soll Ben Bernanke folgen, dessen zweite Amtszeit am 31. 1. 2014.



Peter Higgs
Viel mehr als den nun mit dem Physik-Nobelpreis prämierten Beitrag aus 1964 hat Peter Higgs in seiner Forscherkarriere nicht publiziert. Er wechselte früh in die Uni-Verwaltung. „Manchmal ist es nett, recht zu haben“, sagt der heute 84-jährige.

Deloitte. Unser Kunde ist ein erfolgreiches österreichisches Produktionsunternehmen im Bereich der Großkonfektion von Damenoberbekleidung mit internationaler Verkaufstätigkeit. Zur Unterstützung des Teams suchen wir eine engagierte Persönlichkeit als

Mitarbeiter/in Modelldesign

Damenkonfektion

Aufgaben	Anforderungen
<ul style="list-style-type: none"> Erstellung von Skizzen mittels eines Grafikprogramms Kreative Mitentwicklung von neuen Kollektionen Wartung und Pflege der Produkt-datenbank und des Warenwirtschaftssystems Erkennen und Aufgreifen von Trends (Messen, Medien, Veranstaltungen) Koordinationsfunktion zwischen Produktion, Vertrieb und Qualitätsmanagement 	<ul style="list-style-type: none"> Abgeschlossene Ausbildung (Textilfachschule, -HTL, etc.) Mehrjährige praktische Erfahrung im Skizzieren von Modellen Fundierte Kenntnisse eines Vektorgrafikprogramms Sehr gute MS-Office Kenntnisse Englisch in Wort und Schrift Engagement und selbständige Arbeitsweise Hohes Interesse und Gefühl für Mode

Es erwartet Sie ein spannendes und abwechslungsreiches Aufgabengebiet mit Entwicklungsperspektiven in einem renommierten Familienunternehmen. Für diese Position ist abhängig von Qualifikation und Erfahrung ein Jahresbruttogehalt ab € 42.000 vorgesehen.

Bitte bewerben Sie sich online unter www.jobs.recruitingservices.at Unsere Beraterinnen Mag. Birgit Witzelsberger (+43/1/53700-2526) und Mag. Svetlana Rammel (DW 2530) freuen sich über Ihre Bewerbung.

Deloitte Recruiting Services – Recruiting for Business
Deloitte, Rengasse 1, 1010 Wien

HILL

Die Salzburger Verkehrsverbund GmbH ist ein hundertprozentiger Tochterbetrieb des Landes Salzburg; sie hat in den 18 Jahren ihrer Existenz viel erreicht, hat aber auch in den kommenden Jahren viele Herausforderungen zu bewältigen. Auf Grundlage des aktuellen Stellenbesetzungsgesetzes schreibt der Eigentümer die oberste Funktion aus:

Geschäftsführer/in – SW

mit nachweisbarer Expertise in Verkehrsplanung, Rechtsfragen, Führung, Finanzierung

Mit derzeit 21 Mitarbeiter/innen nimmt das Unternehmen eine Fülle von Aufgaben wahr, die zum Großteil in den §§ 17/18 des ÖPNRV-G festgehalten sind. In den Strukturen des Personennah- und Regionalverkehrs. Mit dieser Struktur viele Projekte ermöglicht, werden Sie eine sehr interessante, sehr fordernde Position antreten können. Diese wird – je nach Berufspraxis – mit ca. € 5.000,- brutto/Monat an Fixum dotiert sein und auch eine attraktive Prämie beinhalten können. Laufen wird der DV über max. 5 Jahre mit Wiederbestellungsmöglichkeit bei entsprechender Leistungsbringung. Senden Sie Ihre Bewerbung unter Wahrung der Bewerbungsfrist bis zum 12. 11. 2013 an

HILL International, Itzlinger Hauptstraße 18/2
5020 Salzburg, Tel: 0662/871656
E-Mail: office@hill-salzburg.at

www.hill-international.com