

# Karriere

Warum Unternehmen den Wandel verschlafen und Vielfalt nicht gelebt wird. S. 28

## Generation Z

# „Sie haben keine Bindung“

**Sie halten von Bindung wenig und bestehen auf einer klaren Trennung zwischen Beruf und Privatleben. Damit stellt die Generation Z Unternehmen vor große Herausforderungen.**

WIEN. Gerade haben sich alle halbwegs an die Generation Y gewöhnt, da drängt die nächste Arbeiterspezies in die Unternehmen – die nach 1995 Geborenen. Wie sie ticken, verrät Christian Scholz im Buch „Generation Z“ (Willey) und im Interview.

**WirtschaftsBlatt:** Herr Scholz, von wem reden wir, wenn wir von der Generation Z reden?

**Christian Scholz:** Wir reden auf jeden Fall nicht von einem bestimmten Geburtsjahr, sondern von einem spezifischen Werte- und Verhaltensmuster. Das darf nicht dazu führen, dass man alle Jungen in die gleiche Ecke stellt. Es geht um Merkmale, die sympathisch, die aber auch problematisch für Unternehmen sind.

**Wie erkenne ich sie?**

Wenn man von der Generation Y redet, redet man von zwei Generationen. Die Generation-Y2 ist anders. Deshalb hat sie einen anderen Buchstaben bekommen. Die Generation Z ist sehr realistisch. Die wissen genau, was in der Wirtschaft passiert. Wer glaubt, sie mit schönen Firmenbroschüren anlocken zu können, liegt falsch. Sie wissen, dass viele Karriereversprechen nicht eingelöst werden. Sie sehen das im Umfeld. Sie können im Hamster-



Christian Scholz hat sich angeschaut, wie die Generation Z tickt – und wie sie das Arbeitsleben verändert.

rad noch so fest treten, es bringt nichts. Also machen sie gar nicht erst mit. Das heißt: In den Unternehmen sitzen Menschen – egal ob 18 oder 28 – die der Generation Y und der Generation Z angehören. Das steht aber nicht auf ihren T-Shirts.

**Man sollte aber unterscheiden?**

Der Personalist kann sie nicht in die Schublade „Junge Menschen“ stecken. Er muss differenzieren: Ist das ein Y oder ein Z? Sie brauchen ein bisschen, bis Sie den Unterschied merken und verstehen. Der gleiche Satz sorgt bei Y für Begeisterungsstürme, bei Z aber für Augenrollen. Flexible Arbeitszeitsysteme findet ein Y gut. Ein Z sagt: oje, Überstunden. Die Generation Z ist rundherum zufrieden. Sie arbeitet nicht so lang, verdient dafür weniger. Um

17 Uhr ist Schluss, das Wochenende tabu. Worte wie Führungsverantwortung stehen nicht auf ihrer Wunschliste. Sie wollen nicht mitten in der Nacht über irgendetwas nachdenken. Sie haben auch keine Bindung.

**Das heißt, bewährte Konzepte verlieren an Bedeutung?**

Unternehmen glauben immer noch, dass sie mit seltsamen Konzepten Loyalität generieren können. Sie berauschen sich, was sie nicht alles Tolles machen und wundern sich, warum die Mitarbeiter plötzlich gehen.

**Viele halten nun mal nichts von Kategorisierung.**

Zu unterscheiden ist schwierig und anspruchsvoll und wird mit Schubladisierung verwechselt. Da wird an falschen Merkmalen die

Welt einfach gemacht. Ich muss mich substanziell mit den Leuten auseinandersetzen und handeln. Davor schrecken viele zurück.

**Was kann man sich anschauen?**

Die Zler kann man tagelang kritisch diskutieren. Aber genauso wichtig ist der Umkehrschluss. Sie denken nicht: Nur wenn ich mich reinhänge, bin ich gut. Emotionale Bindung an das Unternehmen führt ja auch zu Stress. Den wollen sie nicht. Ich finde das nicht verkehrt. Sie sind natürlich bereit zu arbeiten und trinken nicht nur Bachblütentee. Am Schluss kommt nicht weniger heraus, als wenn andere zwölf Stunden amokartig durch das Büro laufen. Das ist eine Riesenproblematik und eine Chance.

KATHRIN GULNERITS  
kathrin.gulnerits@wirtschaftsblatt.at

## Kommentar

# Gut ist nicht gut genug

Er (eher selten ist es eine Sie) schreit, gestikuliert, treibt mit ausladenden Handbewegungen sein Team zu Höchstleistungen – und bekommt im besten Fall nach 90 Minuten die Quittung: auf der Anzeigentafel im Fußballstadion. In den Unternehmen geht es zwangsläufig gesitteter zu. Da gibt es ein „Super gemacht!“ als Massenmail und ein „Ist gut geworden!“ im Vorbeigehen. Wer mehr hören will, muss sich aufplustern und mehrmals publikumswirksam selbst auf die Schulter klopfen. Das funktioniert ganz wunderbar. Perfektioniert haben das in der Regel die männlichen Kollegen. Die anderen, die Stillen, können immer noch auf spontane Äußerungen des Wahrgenommenwerdens hoffen, auch wenn diese gelegentlich nach hinten losgehen: „Ach, das haben wir auch noch?“, bekommt die Kollegin zu hören, die ein Projekt schon seit Jahren – scheinbar unbemerkt – leitet. Meinem Schulkind geht es nicht besser. Es musste neulich auch einen „herben“ Rückschlag einstecken. Gab es doch für seine Präsentation keinen Einser, sondern ein Minus dazu. (Was sagt dann eigentlich eine Fünf minus aus?) Aber anscheinend fühlt man sich besser, wenn am Ende noch ein klitzekleines Defizit gefunden wurde. Und die Betroffenen? Die bleiben eher ratlos und oft auch enttäuscht zurück.



KATHRIN GULNERITS  
kathrin.gulnerits@wirtschaftsblatt.at

ANZEIGE



STILL ist der führende Anbieter für die intelligente Steuerung von Intralogistik (www.still.at). Als wichtige Marke im börsennotierten KION Konzern gehört STILL zum Weltmarktführer für Intralogistik und Flurförderzeuge. Mehr als 7.000 qualifizierte Mitarbeiter aus Forschung und Entwicklung, Produktion, Vertrieb und Service sind daran beteiligt, die Anforderungen der Kunden zu erfüllen. Die Schlüssel für den Unternehmenserfolg sind hocheffiziente Produkte, die von branchenspezifischen Komplettangeboten bis zu computergestützten Logistik-Programmen für effektives Lager- und Materialflussmanagement reichen. Von den Standorten des direkten Vertriebs- und Servicenetzes von STILL in Europa werden die Stapler, Logistiklösungen, Service- und Ersatzteileleistungen erfolgreich vertrieben sowie kunden- und marktspezifische Lösungen erarbeitet. Im Zuge einer Nachfolgeregelung suchen wir für die Führung der österreichischen Niederlassung am Standort Wiener Neudorf (NÖ) eine überzeugende Persönlichkeit als

## Managing Director / Geschäftsführer (m/w)

Schwerpunkt Vertrieb und Service

### Dynamische Vertriebspersönlichkeit mit Weitblick

Als erfahrene Vertriebspersönlichkeit gestalten Sie maßgeblich die Vertriebsstrategie für das Vertriebs- und Servicegeschäft von STILL Österreich und Slowenien und tragen die volle Umsatz- und Ergebnisverantwortung. In enger Zusammenarbeit mit der Führungsmannschaft sowie Ihrem Verkaufs-, Finanz- und Serviceteam übernehmen Sie die Führungsverantwortung für ca. 100 Mitarbeiter. Neben der Budget-, Maßnahmen- und Personalplanung optimieren Sie interne Prozesse und Abläufe zum nachhaltigen Wachstum von Umsatz, Profitabilität und Marktanteil. Sie pflegen ein aktives Netzwerk mit Ihren wichtigsten Kunden sowie Ihren Kollegen an den europäischen Standorten. In Ihrer Funktion berichten Sie direkt nach Hamburg an den Leiter der Vertriebsregion Westeuropa.

### Kommunikationsstarker Führungsstil und Interesse an neuen Wegen

Sie sind Kenner des OEM-Geschäfts und dessen Vertriebsstrukturen sowie Servicedienstleistungen und bringen für diese Position mehrjährige, erfolgreiche Geschäftsverantwortung in wesentlichen Bereichen größerer Unternehmen mit. Innerhalb strategischer Konzernvorgaben und dessen Strukturen gelten Sie durch Ihre Erfolge bei Ergebnis-, Umsatz- und Kundenentwicklung sowie durch Ihren gewinnbringenden Führungsstil als Vorbild für Ihre Mitarbeiter. Sie scheuen sich nicht, Dinge zu hinterfragen, können Ihr Team für neue Vertriebs- und Serviceideen begeistern und das Geschäft durch Ihre Dynamik und Umsetzungsstärke erfolgreich ausbauen. Ein einschlägig abgeschlossenes Studium oder eine kaufmännische Ausbildung runden Ihr professionelles Gesamtbild ab.

### Mit Freude nachhaltig gestalten

In dieser Position erwartet Sie eine spannende Aufgabe mit großem Gestaltungsspielraum und einer wesentlichen Bedeutung für den Erfolg des Gesamtunternehmens. Die Größe des KION Konzerns, die Wachstumsmöglichkeiten im Markt der Intralogistik und die dynamische Kultur von STILL gewährleisten ausgezeichnete Weiterentwicklungsmöglichkeiten. Ihr Einsatz und Ihr Engagement werden mit einem attraktiven Jahresgehalt und zusätzlicher, variabler Komponente sowie attraktiven Rahmenbedingungen eines Konzerns honoriert. Wenn Sie Leistung, Verantwortungsbereitschaft, Pragmatismus und gegenseitige Wertschätzung als wesentliche Werte ansehen und Erfolg langfristig mitgestalten möchten, zögern Sie nicht, uns Ihre Bewerbungsunterlagen zu senden.

Ihre Unterlagen senden Sie bitte unter Vermerk „AT-00385-118“ an Mercuri Urval GmbH, Theresianumgasse 11, 1040 Wien bzw. per e-Mail an jobvienna.at@mercuriurval.com. Für Rückfragen steht Ihnen unser Geschäftsführer Herr Dipl.-Kfm. Jörg Seitz unter der Telefonnummer +43 1 50 65 5-20 sehr gerne zur Verfügung. Wir sichern Ihnen vollste Diskretion zu. Mercuri Urval mit Sitz in Wien sowie weltweit über 70 Niederlassungen in 25 Ländern.

Executive Search - Strategic Recruitment - Assessment - Business Coaching - Talent Management

www.mercuriurval.com

Mercuri Urval

Board & Executive