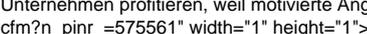




Telefónica-Studie bei ZEIT-Konferenz: Wie Millennials arbeiten wollen

Telefónica-Studie bei ZEIT-Konferenz: Wie Millennials arbeiten wollen
Die Generation der Millennials, die im digitalen Umbruch groß geworden ist, verändert unsere Arbeitswelt. Doch wie sehen die Veränderungen konkret aus? Welche Vorstellungen haben junge Erwachsene von Karriere und wie müssen sich Unternehmen darauf einstellen? Diese Fragen standen im Mittelpunkt der jüngsten ZEIT-Konferenz in Frankfurt. Telefónica Deutschland stellte dort die ersten Ergebnisse der neuen Global Millennial Studie vor. "Bewerber haben heute höhere Ansprüche an ihr Arbeitsumfeld", sagte Jörg Asmussen, Staatssekretär im Bundesarbeitsministerium, vor rund 300 Teilnehmern auf der Konferenz Arbeit & Gesellschaft. Junge Mitarbeiter würden viel stärker als früher die Vereinbarung von Beruf und Familie einfordern. Auch wollen sie selbstbestimmter arbeiten und ihre privaten Lebensziele gleichberechtigt mit den beruflichen Zielen erfüllen, so Asmussen. Generation Y: Trend geht weg von den Statussymbolen
Über ähnliche Erfahrungen berichteten Experten und Unternehmensvertreter auf der anschließenden Podiumsdiskussion. Dort ging es speziell um die Ansichten und Einstellungen der Millennials, die auch als Generation Y bezeichnet werden - also um junge Erwachsene im Alter von 18 bis 30 Jahren. "Die Generation Y hinterfragt heute mehr. Und sie agiert selbstbestimmter", sagte Christoph Fellingner, Personalmanager bei Beiersdorf. Der Kosmetikkonzern reagiert auf die geänderten Anforderungen junger Menschen mit neuen, flexibleren Nachwuchsprogrammen. Auch Mittelständler wie Native Instruments, eine Softwareschmiede für Musikproduktionen, erleben einen Paradigmenwechsel der Mitarbeiter. "Geld ist für die jungen Leute nicht unwichtig, aber es steht eben auch nicht mehr im Vordergrund", sagte Geschäftsführer Tom Kurth. Viel wichtiger seien flache Hierarchien und Möglichkeiten zum Home-Office. Für Kurth ist das grundsätzlich "ein gesunder Trend, weg von den Statussymbolen." Deshalb müsse er auch nicht groß überzeugt werden, die Strukturen zu verändern. "Ich will ja selbst so arbeiten!" Für Fridtjof Detzner ist die neue Art des Arbeitens längst Alltag: "Ich habe schon lange keinen eigenen Schreibtisch mehr", erklärte der Mitbegründer des erfolgreichen Startups Jimdo. Telefónica: Global Millennial Studie vorgestellt
Die neue Telefónica Global Millennial Studie, deren erste Ergebnisse auf der Konferenz vorgestellt wurden, bestätigt diesen Trend. Für jeden zweiten deutschen Millennial (49 Prozent) ist das wichtigste Ziel, in den nächsten zehn Jahren einen "gut bezahlten und stabilen Arbeitsplatz" zu finden. Dabei sind die jungen Erwachsenen bei der Jobsuche wählerisch: 47 Prozent der deutschen Millennials wollen ein "Umfeld, in dem die Arbeit Spaß macht". Auch ein "gutes Gleichgewicht zwischen Berufs- und Privatleben" wird als wichtig angesehen (41 Prozent). Ein hohes Gehalt ist dagegen nur für 32 Prozent von besonderer Bedeutung bei der Arbeitssuche. Die vollständigen Ergebnisse der Global Millennial Studie wird Telefónica am 2. Oktober veröffentlichen. Zwei große Trends verändern die Art, wie wir künftig arbeiten werden: Die Millennials und die Digitalisierung", betonte Peter Rampling, Managing Director Marketing von Telefónica Deutschland, auf der Konferenz. Studien zufolge werden bis 2015 weltweit 650 Millionen Menschen zumindest phasenweise mobil arbeiten, also losgelöst von starren Bürostrukturen. Als Telekommunikationskonzern hat Telefónica in dieser Entwicklung deshalb eine besondere Rolle: "Mit Produkten wie Digital Phone von O2, Digital Workplace oder den neuen Business-Tarifen O2 Unite ermöglichen wir den Unternehmen, ihren Mitarbeitern ein flexibles und mobiles Arbeitsumfeld anzubieten", sagte Rampling. Neue Karriereziele: Glück schlägt Geld im Digitalzeitalter
Gleichzeitig sieht sich Telefónica Deutschland selbst als modernen Arbeitgeber und Vorreiter für flexibles Arbeiten. Dazu gehören offene Bürostrukturen, Arbeiten von Zuhause, mobile Technologie etwa für Videokonferenzen und eine auf Vertrauen basierende Unternehmenskultur. "Wir nutzen selbst die Digitalisierung, um unsere Abläufe zu verbessern und unseren Mitarbeitern mehr Freiraum und Flexibilität zu geben", sagte Rampling. Ziel von Telefónica Deutschland ist, das führende digitale Telekommunikationsunternehmen in Deutschland zu werden. "Die Generation Y will durchaus Karriere machen. Aber sie will anders arbeiten und entscheiden", fasste Moderatorin Kerstin Bund die Diskussion zusammen. Die ZEIT-Journalistin hat gerade ein Buch (Glück schlägt Geld im Murmann-Verlag) über die Millennials geschrieben und sieht sich selbst als Vertreterin dieser Generation. Sie ist überzeugt, dass durch die Forderungen der jungen Generation und den daraus resultierenden Veränderungen in den Firmen "am Ende alle gewinnen": Mitarbeiter werden zufriedener sein. Und Unternehmen profitieren, weil motivierte Angestellte letztendlich produktiver sind.


Pressekontakt

Telefónica o2 Germany

80992 München

telefonica.de/

Firmenkontakt

Telefónica o2 Germany

80992 München

telefonica.de/

Weitere Informationen finden sich auf unserer Homepage