

GENERATION Y

// Wieso Start-ups deswegen nicht nur im Controlling scheitern //

Nach ein paar Jahren als Controller bei der Tiger AG, einem internationalen Sportartikelhersteller wollte ich (35) mich einer neuen beruflichen Herausforderung stellen und begann bei einem Online-Fashion Händler. Hier traf ich die Generation Y. Für sie ist das Smartphone eine Droge. Postings ersetzen die Nadeln.

In der Firma brauchten wir einen neuen Tages-Report, oder besser überhaupt einen Tages-Report, um zu wissen, in welche Richtung wir steuerten und machte mich an die Arbeit. Der neue Report: Rote und Grüne Säulen zeigten positive und negative Entwicklungen vom Umsatz von einem Monat an. Auffällig: Viele rote Säulen. Die bisherigen Marketing-Aktionen schienen nicht zu greifen. Nach weiteren erfolglosen Werbe-Aktionen und roten Säulen erreichte mich ein Anruf aus der Marketingabteilung mit der Anfrage, ob es nötig ist, den Tages-Report weiter zu versenden. Es wäre sehr frustrierend, nur rote Farben zu sehen. Schließlich haben sich doch alle Mitarbeiter so viel Mühe bei den Werbekampagnen gegeben. Das wäre nicht gut für die Motivation.

Die Formel für Motivation = Wollen x Können x Möglichkeiten. Ich überlegte, welcher Faktor bei den Marketing-Mitarbeitern gegen null tendiert. Jemand mit mehr Erfahrung und Professionalität musste her. Helmut Schmidt! – Nein der

war Politiker und leider schon verstorben. Dann ein Geschäftsführer. Mein Wunsch war es, Meeting-Regeln einzuführen. 1. Pünktlichkeit ... bevor ich weitere Themen platzieren konnte, wurde ich konfrontiert mit: „Nazi-Methoden brauchen wir hier nicht ...“ Ich fragte mich, ob Soldaten in Uniformen mit Gewehren ausreichen würden, um alle Mitarbeiter zu einem Meeting zu versammeln. Die Generation Y hat eine mächtigere Waffe - Das Smartphone! Hiermit führten sie ihren Krieg. Private Posts fielen während der Arbeitszeit in sozialen Portalen ein, wie die Bomben nachts im 2. Weltkrieg.

Ein anderes Thema musste her. Die Liquidität. Unsere Lagerdauer lag bei 40 Tagen und das Zahlungsziel bei 30 Tagen. Um die Liquidität nicht weiter zu gefährden, schlug ich vor, Marken mit strategisch niedriger Bedeutung und negativer Wirtschaftlichkeit aus dem Sortiment zu nehmen. Als Antwort bekam ich, dass die Rechnungen schneller bezahlt werden sollten. Sogar einem Porschefahrer, der von Geschwindigkeit etwas versteht, wäre es unmöglich gewesen, den Sinn von diesem Einwand nachzuvollziehen. Brachte ich in Meetings Vergleiche konfrontierten mich die Mitarbeiter mit „Wir sind halt nicht die Tiger AG“. Natürlich nicht. Das war der Grund, wieso dieses Unternehmen schwarze Zahlen erzielte. Und wir rote. Zogen die Mitarbeiter dort nicht mit, gab es arbeitsrechtli-

che Konsequenzen. „Für so ein Unternehmen würde ich ja gar nicht arbeiten wollen“ war die klassische Antwort. Arbeit? War das nicht etwas mit den

8 Stunden pro Tag und Gehalt? Gehalt gab es. Nur wofür? Arbeit wurde hier wie folgt gelebt: Eine Stunde zu spät kommen. 2 Stunden Mittagspause. Viele Kaffee- und Raucherpausen. Private Posts in sozialen Portalen und 1 Stunde eher Feierabend. Gab es einen Arbeitsauftrag, gab es dafür keine Zeit. Nun Burn Out ist ja auch ein ernst zu nehmendes Thema. Ein Schwächeanfall der Mitarbeiter durfte ja nicht riskiert werden. Mitarbeiter, die renommierte Akademien/Hochschulen besucht hatten, welche mehrere Tausend Euro Studiengebühren kosteten. Um mehr über die Generation Y zu erfahren arbeitete ich von nun an zusätzlich als Dozent bei einem dieser Institute. Hier war sie nun. Die berühmte Generation Y, welche sich auch bald bei meinem Arbeitgeber bewerben würde. Wichtige Personen, die während der Vorlesung ihre Mailbox mit wertvollem Inhalt abhörten („beim nächsten Ton ist es 10:00 Uhr und 35 Sekunden ...“). Kurze Zeit später griffen die Investoren bei meinem Arbeitgeber durch. Kündigungswelle. Und viele dieser Mitarbeiter fragten sich, wie das bloß passieren konnte. Wir können es nachlesen – In den sozialen Portalen ...

Kristoffer Dietz

Gesundheitsregion Allgäu – neue Studiengänge an der Hochschule Kempten auf Wachstumskurs



BILD: SIMONE WINTERGEBERT

Hochschule Kempten

Eng mit der Region vernetzt begleitet die Hochschule Kempten seit Jahren den Wandel in der Gesundheits- und Sozialwirtschaft. Lebenslange Gesundheitsförderung, interdisziplinäre Zusammenarbeit und die Fähigkeit zur strategischen Vernetzung, sind in dieser Branche essentielle Kompetenzen. Inzwischen können die Studierenden die hierfür notwendigen Qualifikationen in gleich drei grundständigen Bachelor-Studiengängen an der Hochschule Kempten erwerben: Gesundheitswirt-

schaft, Geriatriische Therapie, Rehabilitation und Pflege sowie Soziale Arbeit mit dem Schwerpunkt Gesundheitsförderung und Prävention. Das Studienangebot trifft den Nerv der Zeit. So konnte Prof. Dr. Schmidt bei der Eröffnungsfeier zum Wintersemester 2016/17 allein an der Fakultät Soziales und Gesundheit 25% mehr Studierende als noch im Jahr zuvor begrüßen. Damit zeigt sich die Gesundheitsregion Allgäu gut gerüstet für die Zukunft.

SW