

WAS, WENN WYRSCH UNWIRSCH WIRD

Die Y-Generation verändert die Gesellschaft

Zugegeben: Das Thema, das ich hier aufgreife ist heikel. Denn ich spreche von Generationen oder vielmehr von Unterschieden zwischen denselben. Und ich, als zugehöriger zu einer Generation, bin zweifellos Partei. Doch das Thema ist auch reizvoll. Und über etwas zu reflektieren, hat noch nie geschadet.

Also: Jene Menschen, die (bei uns) zwischen 1980 und 1995 geboren wurden, werden gemeinhin als die Y-Generation bezeichnet. Die Vorgänger-Generationen (also der Rest) sind X-Generationen. Deren Lebensmotto lautete in der Regel: «Mehr ist besser». Genau diese Maxime aber sieht die Y-Generation so nicht mehr. Weshalb nicht? Weshalb ist diese Generation so anders? Gibt es weitere Unterschiede? Und wenn ja, wo? Nun: Sie ist zu 100 Prozent im Zeitalter des Internets aufgewachsen. Man kann sie also als Digital Natives bezeichnen. Der ältere Rest der Bevölkerung (also wir) sind demzufolge Digitale Immigranten.

Diese Generation ist hoch qualifiziert, selbstbewusst und sie denkt ausgesprochen international. Sie ist gut ausgebildet und dazu sehr, sehr anspruchsvoll und wählerisch. Man könnte sagen: Wie eine Diva beim Dorfanztee.

An Hierarchien glauben sie nicht. Antworten auf Fragen und Probleme akzeptieren sie zwar sehr wohl – aber nur von jemandem, der es besser weiss als sie.

Sogenannten Führungsautoritäten begegnen sie auf Augenhöhe, und sie denken in Netzwerken (Communities). Sie arbeiten gern, sind auch bereit, hart zu arbeiten – und doch

ist es nicht unbedingt ihr Wille, Boss zu werden – ganz einfach deshalb, weil für sie das Leben ausserhalb der Arbeit auch Sinnerfüllung sein muss. So suchen sie nach herausfordernder, spannender und abwechslungsreicher Arbeit. Sogenannte Loyalität zur Firma ist ihnen deshalb unwichtig. Ihre Flexibilität in der Beschaffung von Antworten auf komplexe Fragen ist atemberaubend. Wer am besten Bescheid weiss, bestimmt den Prozess. Im Mittelpunkt stehen Werte – und deshalb ist flache Hierarchie ein Muss. Diese Generation will nicht mehr die Welt verändern. Sie will sie nur noch «ein bisschen besser machen». Das bedingt offene Systeme, denn auch der Austausch von Informationen mit dem «Feind» gilt als natürlich. Zwar ist auch dem «Ypsiloner» das Feedback auf seine Arbeit wichtig. Doch er entscheidet selbst, ob dasselbe angemessen und damit annehmbar sei.

Für die Y-Generation von heute ist der Job ein Hort der Selbstverwirklichung. «Ora et labora» sind für sie fremde Wörter in einer fremden Sprache, die sie nicht mehr kennen. Weil dem so ist, sind ihre Ansprüche hoch. «Öfter mal was Neues», lautet deshalb ihr Motto. Denn sie wissen bestens, was sie draufhaben und schätzen sich selbst auch richtig (hoch) ein. So wissen sie auch, dass sie auf dem Arbeitsmarkt ein knappes Gut sind. Das erlaubt ihnen gar, sich bisweilen etwas «divenhaft» zu geben. Was aber bedeutet dies für unsere Zukunft? Denn diese Generation wird in zehn Jahren unsere Arbeitswelt anführen, und die Werte der Un-



Ernst Aschi Wyrsch, dipl. Hotelier SHV/VDH und Präsident HotellerieSuisse Graubünden.

ternehmen verändern.

Das ist Grund genug für uns, uns offen und intensiv mit ihr zu beschäftigen, denn wir wollen und müssen lernen, wie sie tickt. Ein Problem der Y-Generation ist die Fülle der Angebote, die bereitliegt. Hier müssen die jungen Menschen selektionieren und auswählen. Zu unserem Erstaunen entscheiden sie sich oft für: «Weniger ist mehr – aber Spass muss es trotzdem machen.»

Es ist nicht relevant, ob wir das Gedankengut der Y-Generation gut finden oder nicht. Doch wenn wir uns damit beschäftigen, können wir mitschwimmen im künftigen Trend. Und mitschwimmen ist alleweil einfacher und kräftesparender, als gegen den Strom zu schwimmen.

Eine offene und ungeklärte Frage habe ich noch: Wie wird sich diese Generation bei Rückschlägen allgemeiner Natur verhalten? Wird sie durch die Vernetzung solidarischer? Oder wird sie vielleicht doch eher einsamer? Spannende Zeiten liegen vor uns. Denn die Y-Generation ist ein Fakt. Und es wird gut sein, wenn wir uns rechtzeitig auf ihn einstellen.

«Wenn Hunde nur noch Ware sind»

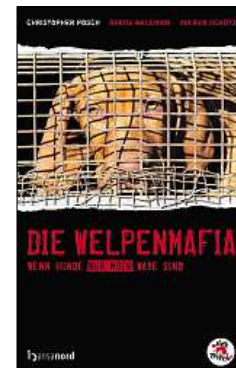
büwo. Am 19. Februar hat Rechtsanwalt Christopher Posch (bekannt aus der RTL-Serie «Christopher Posch – Ich kämpfe für Ihr Recht») gemeinsam mit seinen Co-Autoren Gerda Melchior und Volker Schütz sein neues Buch «Die Welpenmafia – Wenn Hunde nur noch Ware sind» vorgestellt. Das Werk ist in enger Zusammenarbeit mit der Tierschutzstiftung Vier Pfoten entstanden. In dem Buch werden unter anderem die Machenschaften zwielichtiger Hundehändler angeprangert.

Birgitt Thiesmann, Kampagnenleiterin bei Vier Pfoten, erklärt in einer Medienmitteilung: «Obwohl es ein grosses Tierschutzpro-

blem unserer Zeit ist und täglich in unserer Nachbarschaft vorkommt, ist vielen der erbarmungslose Welpenhandel gänzlich unbekannt.»

Durch einen Fall in seiner Anwaltskanzlei wurde Posch erstmals auf das Thema «Illegaler Welpenhandel» aufmerksam, wie es in der Medienmitteilung weiter heisst. Bei seinen weiteren Recherchen habe er dann festgestellt, dass es sich nicht etwa um einen Einzelfall handle. Vielmehr sei hier ein regelrechtes Netzwerk aus skrupellosen Züchtern und Verkäufern tätig, denen Gesundheit und Wohlergehen der Welpen und der Elterntiere völlig gleichgültig seien. «Ihnen geht es ein-

zig und allein um ihren Profit. Das Ganze ist ein Millionengeschäft», so Posch.



Christopher Posch u.a.: «Die Welpenmafia – Wenn Hunde nur noch Ware sind», Hansanord-Verlag, ISBN-10: 3940873446