



## **Millenials wollen heute „sowohl – als auch“ und das sofort – 1. Shell PrivatEnergie POWER DIALOG diskutiert wesentliche Erkenntnisse aus der Shell Jugendstudie**

**Karriere und Work-Life-Balance, persönliche Erfüllung und Planbarkeit – der Diskurs über die Vereinbarkeit unterschiedlicher Lebensziele prägte den 1. Shell PrivatEnergie POWER DIALOG vorgestern Abend im Business Club Hamburg. Auf Einladung von Gastgeber Maik Neubauer, Geschäftsführer der First Utility GmbH und verantwortlich für das Shell PrivatEnergie Angebot in Deutschland, diskutierten Gäste aus Politik und Wirtschaft die Ergebnisse der 17. Shell Jugendstudie. Teilnehmer waren Ingo Leven, Mitautor der Shell Jugendstudie, Dr. Melanie Leonhard, Senatorin für Arbeit, Soziales, Familie und Integration der Freien und Hansestadt Hamburg, Jürgen Bock, Bereichsleiter Kulturentwicklung und Corporate Values der OTTO Group, sowie Marion Pohl, Leiterin Personalentwicklung im Konzern Jungheinrich AG.**

**Gemeinsames Fazit: Flexible Arbeitszeitmodelle, lokale Arbeitsbasis und lockere Hierarchien – junge Menschen wollen heute „sowohl – als auch“, die Wirtschaft muss sich auf ganz neue Anforderungen einstellen.**

*Hamburg, 21. April 2016 – „Eine pragmatische Generation im Aufbruch“ – so lautet der Untertitel der 17. Shell Jugendstudie. Seit 1953 werden Lebenswirklichkeit und Zukunftsperspektiven der jungen Generation untersucht, dabei zeigt sich in der jüngsten Ausgabe vor allem eins: Die Generation zwischen 12 und 25 Jahren kann nicht mehr auf klassische Lebensmuster festgelegt werden. Familie oder Karriere? Solche einseitigen Sichtweisen haben die meisten jungen Menschen nicht mehr. Auch gibt es keine klare Entscheidung zwischen regionalen oder internationalen Arbeitsplätzen: „Die Jugendlichen sind durchaus flexibel, zum Beispiel wenn es darum geht, für den Job in eine andere Stadt oder ein anderes Land zu ziehen. Allerdings lediglich für einen überschaubaren Zeitraum. Alles, was über zwei Jahre hinausgeht, greift für sie zu weit in die Zukunft, viele wollen sich nicht so lange im Voraus festlegen. Wichtig ist ihnen, dass der Kontakt zum gewachsenen sozialen Umfeld stabil bleibt – und zwar über die allgegenwärtige mobile Kommunikation hinaus“, beschreibt Ingo Leven, Projektleiter bei TNS Infratest und Mitautor der Shell Jugendstudie, die Entwicklung. Diese sei vor allem mit der verkürzten Lebensphase „Jugend“ an sich zu begründen. „Die Millenials kommen vor allem aufgrund des G8 und der Bologna-Reformen deutlich früher im Hamsterrad des Berufslebens an als ihre Vorgänger. Ein Studienabsolvent mit 22 denkt noch nicht für die nächsten acht Jahre, kleinere Horizonte bekommen so eine stärkere Bedeutung. Gerade hier müssen Politik und Wirtschaft entsprechend reagieren, wenn sie die Besten finden und an sich binden wollen“, erläutert Leven weiter.*

### **Millenials müssen ernst genommen werden**

Die Herausforderung ist klar: Wer die neuen High Potentials für sich begeistern will, der muss sich ihrer Lebenswirklichkeit ein Stück annähern. „Wir müssen uns als Politik vor allem auf die Anpassung der Angebote hier vor Ort konzentrieren“, sagt Dr. Melanie Leonhard, Senatorin für Arbeit, Soziales, Familie und Integration der Freien und Hansestadt Hamburg. „Dazu gehört, dass wir die jungen, sehr pragmatisch denkenden und handelnden Menschen durch zeitgemäße Qualifizierungsangebote anziehen. Gerade wenn es darum geht, in den Beruf einzusteigen, ist es nötig, zu optimieren und mit der sich ständig entwickelnden Arbeitswelt Schritt zu halten. Warum sollte man zum Beispiel nur einmal im Jahr eine neue Berufsausbildung starten können? Was müssen wir verändern, um ein hohes Interesse und Flexibilität beim Berufseinstieg zu schaffen?“, gibt Leonhard zu Bedenken.



**Flache Hierarchien und die richtige Führung**

Dass es auf Seiten der Unternehmen ähnlich zugeht, bestätigt Jürgen Bock, Bereichsleiter Kulturentwicklung und Corporate Values, OTTO Group: „Es ist wichtig, die neuen Anforderungen, welche die Millennials an uns als Unternehmen haben, mit dem Bestehenden zu verbinden. Firmenkultur wird immer wichtiger, sie ist bei Bewerbern häufig sogar das ausschlaggebende Kriterium, sich für einen Arbeitgeber zu entscheiden, sogar noch vor einem etablierten Unternehmensnamen. Dazu kommt, dass die Grenzen zwischen den Hierarchiestufen verschwimmen oder sogar völlig verschwinden. Heute lassen sich Praktikanten, die eine gute Idee haben, auch schon mal einfach so einen Termin beim Vorstand geben – das verwundert im ersten Moment, schafft im Nachhinein aber wirklich gute neue Ansätze und kann auf ganze Teams und Bereiche inspirierend wirken.“

Flache Hierarchien sind aber nicht alles. Auch Persönlichkeiten, die als Beispiel und Vorbild dienen, spielen zunehmend eine große Rolle. „Ich habe die Erfahrung gemacht, dass Frauennetzwerke im Ausland sehr stark sind, ohne dass sie den negativen „Quotenvorwurf“ mitbringen, der ihnen in Deutschland oft nachhängt. Mentoren-Programme sind zum Beispiel besonders wertvoll“, betont Marion Pohl, Leiterin Personalentwicklung im Konzern Jungheinrich AG. Während ihrer elf Jahre im internationalen Geschäft hat sie unterschiedlichste Modelle von Nachwuchs- und Kulturförderung erlebt und zieht ein klares Fazit: „Auslandsaufenthalte machen jeden Menschen reifer und beflügeln die Persönlichkeitsentwicklung. Auch wenn die junge Generation nicht mehr für Jahre die Heimat verlassen will, sind kurze Zeiten in der Ferne eine Bereicherung.“

Für die Zukunft haben sich die Teilnehmer einiges vorgenommen. „Wir müssen noch mehr daran arbeiten, die jungen Leute da abzuholen, wo sie sich befinden“, bilanziert Senatorin Leonhard. Leven ergänzt, dass dabei die unterschiedlichen Ausgangslagen und die Vielfalt innerhalb der Generation nicht vernachlässigt werden dürften. Denn gerade die Kluft zwischen den gesellschaftlichen Schichten sei nicht nur groß, sie beeinflusse auch maßgeblich die Sicht auf die Zukunft. „Eigenständigkeit! Das ist es, was der Nachwuchs will. Diesen Wunsch müssen wir mit unserer Basis vereinen, ohne die Aufbruchsstimmung der Jugend zu ersticken – und das geht nur mit Zuhören“, bekräftigt Bock.

Im Anschluss wurden die Diskussionsinhalte gemeinsam mit den Gästen lebhaft vertieft. Maik Neubauer, Geschäftsführer First Utility GmbH und verantwortlich für das Shell PrivatEnergie Angebot, war sehr zufrieden mit dem aktiven Dialog und den vielen neuen Impulsen: „Wir wollten die umfangreichen Ergebnisse der Shell Jugendstudie direkt mit dem Wirtschaftsstandort Hamburg in Verbindung bringen. Dank der hochklassigen Teilnehmer ist uns das gelungen. Die Shell Jugendstudie ist seit über 60 Jahren ein Spiegelbild der Entwicklung von neuen Generationen in Deutschland und trägt so zum besseren Verständnis von Innovations- und Wachstumschancen in der deutschen Wirtschaft bei.“

**Über die First Utility GmbH, verantwortlich für Shell PrivatEnergie:**

Die First Utility GmbH vertreibt im Rahmen einer Markenlizenzvereinbarung mit Shell Strom- und Gasprodukte an Haushalts- und Gewerbekunden in Deutschland. Sie wurde im März 2015 als deutsche Tochtergesellschaft der britischen First Utility Ltd. gegründet, die bereits seit 2008 Energie für Privatkunden anbietet. In Großbritannien ist First Utility Ltd. mit über einer Million Kundenverträgen inzwischen der größte unabhängige Energieversorger im Retailsegment. Im Rahmen der Kooperation mit Shell Energy Europe schließt First Utility GmbH die Lieferverträge mit den Endkunden und verantwortet das Produktmanagement, Marketing und Vertrieb sowie den Wechselprozess und die gesamte Betreuung für Endkunden im Rahmen des Shell PrivatEnergie Produktportfolios.



**Pressekontakt:**

First Utility GmbH  
Laura Stölting  
Düsternstraße 10  
20355 Hamburg  
Tel.: 040 466 66 73 72  
E-Mail: [presse@shellprivatenergie.de](mailto:presse@shellprivatenergie.de)

Serviceplan  
Benjamin Majeron  
Brienner Straße 45 a-d  
80333 München  
Tel.: 089 2050 4193  
E-Mail: [b.majeron@serviceplan.com](mailto:b.majeron@serviceplan.com)