

Dossier – Jugendwahn

Fortsetzung von Seite 17

Die Älteren müssen finanzieren: „Bei diesen spielen Spargesinnung betreffend den eigenen Konsum, Subventionierung der Kinder und Rückzahlung der letzten Raten für das Eigenheim in der Regel mehr Rolle als der Kauf des neuesten Automodells. Auf den GTI aber fahren Sohn und Tochter ab – womöglich auf Daddys Kosten. Werbung ist eben oft, auf das Herz der Jungen zu zielen und die Brieftasche der Älteren zu treffen.“ Ein Statement eines Werbefachmanns, das in dieser Offenheit selten zu hören ist. Und daher bestens geeignet ist, erste Klarheiten zu schaffen, warum das Thema Jugendlichkeit von Wirtschaft und Medien nicht so bald aus der Mode kommen dürfte. Jugendwahn bedeutet in dieser Sicht ganz konkret: Marktwachstum durch gesteigerten Konsum der Jungen, der zum Teil eben durch die Finanzierungsmöglichkeiten der Älteren realisiert werden kann.

Dennoch: Solche Analysen des quer durch alle Altersschichten von einer (ganz realen oder auch nur ersehnten) Jugendlichkeit geprägten Kaufverhaltens erklären noch keineswegs, warum unsere Gesell-

schaft zugleich auch die Älteren aus dem Arbeitsprozess entfernt – beziehungsweise deren durch die Jahre gewonnenen Qualitäten zunehmend gering schätzt. Eine Tendenz, welche die Personalberatungsfirma Claus Goworr Consulting kürzlich in einer Studie untersucht hat. Und zu dem Ergebnis kam: „Jugendliche Stärken wie Dynamik und Ideenreichtum zählen bei den meisten Unternehmen nach wie vor weit mehr als Weitblick und Erfahrung.“

Und die erhobenen Fakten sprechen für sich: Nahezu alle Personalchefs erwarten von neuen Mitarbeitern vor allem Leistungsfähigkeit und Initiative. Nach diesem absolut ausschlaggebenden Einstellungskriterium werden am zweithäufigsten allerdings Weitblick und Erfahrung genannt. Man könnte nun meinen, dass – gemessen an diesen Anforderungen – auch ältere Arbeitskräfte durchaus begründete Chancen auf eine Anstellung haben könnten. An Erfahrung mangelt es ihnen schließlich weniger als den Jüngeren, zudem konnten diverse empirische Untersuchungen keinen wesentlichen Unterschied an Leistungskraft zwischen Unternehmen mit einem Großteil älterer Arbeitnehmer und Firmen mit junger Belegschaft feststellen.



„Oft zielt Werbung auf das Herz der Jungen und trifft die Brieftasche der Älteren“, so ein Werbefachmann. Foto: Bilderbox.com

Dennoch: Zwei Drittel der befragten Personalchefs haben sich 2004 ausschließlich für neue Mitarbeiter entschieden, die jünger als 48 Jahre waren. Und auch jene Geschäftsleitungen, die ältere Mitarbeiter angestellt hatten, gaben als Grund nicht die Erfahrung des Kandidaten an: „Ausschlaggebend waren statt dessen Teamfähigkeit, Flexibilität und Aufgeschlossenheit sowie Ideen und Innovationskraft – allesamt Eigenschaften, die als jugendlich gelten. Das spricht dafür, dass ältere Arbeitgeber noch gefragt

sind, solange sie geistig jung geblieben sind“, so die Analyse. Das angehäuften Fachwissen der Älteren hingegen, ergab die Studie, bringt ihnen kein großes Plus. Das sei ohnedies durch die rasante Know-how-Entwicklung entweder bereits größtenteils unbrauchbar, meinen die befragten Personalisten, oder könne den Jungen in kürzerer Zeit beigebracht werden. Woher dieses Wissen kommen soll, wenn in der Firma keine erfahrenen Arbeitskräfte mehr vorhanden sind, darüber schweigen sich manche Befragten lieber

aus. Und bemühen Stichworte wie „Wissenstransfers durch vernetztes Lernen“.

Womit wir in der Tat eine finale Spur gefunden haben dürfen, warum der Jugendwahn und die digital-globale Informationsgesellschaft historisch so zeitgleich aufgetreten sind. Der Philosoph Liessmann kommentiert diesen verblüffenden Zusammenhang mit einer der Sache angemessenen Mischung aus Ernst und Ironie: „Wer von Halbwertszeit des Wissens, von raschen Zugriffen auf Informationen und vom lebenslangen Lernen schwärmt, weiß womöglich gar nicht, was für einen dramatischen Paradigmenwechsel er damit beschreibt. Gegenwärtig bedeutet Altsein, alles Angeeignete vergessen zu müssen, während Jungsein heißt, nichts mehr lernen zu müssen, was von Dauer sein könnte. Zum ersten Mal hat die Jugend einen Vorsprung kraft ihrer Defizite. Je rascher sich eine Gesellschaft verändert, desto größer sind die Chancen derjenigen, die noch keine oder nur wenige Veränderungen verarbeiten müssen.“

Bleibt als ernüchterndes Resümee: Der Jugendwahn wird uns wohl noch eine geraume Zeit erhalten bleiben. In unserer unaufhaltsam und rapide älter werdenden Gesellschaft.

Jakob Steuerer

WANN GEHT UNS DAS ÖL AUS?
KONTROLLIERT SICH DIE WISSENSCHAFT SELBST?
LASSEN SICH ALLERGIEN VERMEIDEN?
STEHT GEN-DOPING AM START?

Mehr Fragen und Antworten bietet
DIE WAHR/FALSCH INC.
Eine Wissenschaftsausstellung in der Stadt.
2. Juni - 15. Juli 2006 in Wien.

innovatives-oesterreich.at

FORSCHUNG. WISSEN. ZUKUNFT.

Das Dialogprogramm wird getragen von



und unterstützt von



Entlang der U1, zum Beispiel: „Imbissstand für Ratschläge“ am Viktor-Adler-Markt, Station Reumannplatz oder „(S)Peak Oil“ am Columbusplatz, Station Keplerplatz. Mehr dazu auf www.innovatives-oesterreich.at