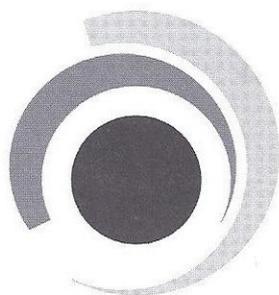


G 30602
Wissenschaftsladen Bonn
www.wila-arbeitsmarkt.de
20. Jahrgang
22.09.2015



WILA
Arbeitsmarkt



Infodienst für Berufe in
**Bildung, Kultur und
Sozialwesen**

Berufsfelder:
Social Business als Arbeitsfeld

Ausgabe 39 | 2015
mit Stellenauswertung
vom 15.09. bis 21.09.2015

Social Business als Arbeitsfeld

Neue Arbeitsformen: Sozialunternehmen sind genau das Richtige für Menschen, die gerne in sinnerfüllten Jobs arbeiten möchten. Doch kann man dort auch Geld verdienen?

Text: Sarah Kröger



© www.fotolia.com

Immer mehr Berufseinsteiger/innen wünschen sich nicht nur das passende Gehalt und gute Arbeitsbedingungen, sondern möchten auch eine Arbeitsstelle mit Sinn. Sie gehören zu einer Generation, die es sich – aufgrund der demografischen Entwicklungen – leisten kann, solche Ansprüche an den Job zu stellen. Dr. Steffi Burkhart, Bloggerin und Autorin zum Thema Generation Y, sagt dazu: „Ich glaube, jede Generation stellt sich die Sinnfrage, aber unsere Generation traut es sich etwas mehr, die Frage nach dem ‚Warum‘ zu stellen, auch mit Fokus auf die Arbeitswelt.“ Doch gibt es Berufsmöglichkeiten für diese Sinnsucher? Nicht nur in Non-Profit-Organisationen, Stiftungen und Wohlfahrtsverbänden, sondern auch in Sozialunternehmen lässt sich ein Job mit Anspruch finden. Die Chancen, dort zu

arbeiten, stehen gar nicht so schlecht: Jedes vierte in der EU gegründete Unternehmen ist mittlerweile ein ‚Social Business‘. Bei solchen Sozialunternehmen liegt der Fokus in der Lösung eines sozialen Problems – im Gegensatz zu normalen Unternehmen schüttet es seine Gewinne nicht aus, sondern reinvestiert sie zum Beispiel in soziale Zwecke.

Autisten als Consultants

Ein Beispiel für ein Sozialunternehmen ist Auticon. Der Gründer von Auticon, Dirk Müller-Remus, war über zwanzig Jahre lang in Industrieunternehmen tätig, unter anderem in der Software-Entwicklung und Medizin-Technik. Doch dann wurde bei einem seiner vier Kinder das sogenannte Asperger-Syndrom

diagnostiziert, eine etwas mildere Form des Autismus. Die Diagnose war zunächst einmal ein Schock. Müller-Remus begann daraufhin, sich intensiv mit dem Thema auseinanderzusetzen und stellte fest: Asperger Autisten haben große Probleme in der Kommunikation und sozialen Interaktion und tappen deshalb oft in Fettnäpfchen. Auf der anderen Seite sind sie überdurchschnittlich intelligent, verfügen über eine hohe Konzentrationsfähigkeit und ein ausgeprägtes analytisches Denken. Müller-Remus war nach seiner Recherche überzeugt: Die Stärken von Autisten überwiegen ihre Schwächen bei weitem. Das brachte ihn 2011 auf die Idee, die Firma Auticon zu gründen. Das Unternehmen setzt Asperger-Autisten als IT-Consultants in Großunternehmen ein. Viele der Consultants verfügen

über eine gute Ausbildung oder ein Studium, haben aber Probleme, Jobs zu finden. Denn sie können sich im Bewerbungsgespräch schlecht verkaufen, weil sie zu selbstkritisch sind. Auch das Lesen von Zwischentönen fällt ihnen schwer, sie verstehen alles wortwörtlich und sind sehr direkt und ehrlich. „Das sorgt bei Personalern für Irritationen. Bekam einer den Job, war oft – aufgrund von Missverständnissen – nach zwei, drei Monaten Schluss“, erklärt Müller-Remus. Auticon löst dieses Problem, indem es sogenannte ‚Job-coaches‘ einsetzt, die als Vermittler zwischen Kunden und IT-Consultants fungieren, um zum Beispiel auch problematische Situationen zu deeskalieren.

Anfangs war es nicht leicht, Großkonzerne von der Kompetenz der IT-Consultants zu überzeugen. „Ich musste immer wieder deutlich machen, dass wir keine Behindertenwerkstatt, sondern ein IT-Unternehmen

ziale Erfolg ist bei seinem Unternehmen eng mit dem wirtschaftlichen Erfolg verknüpft. Je mehr Umsatz Auticon macht, desto mehr Autisten können sie einstellen. Eine klassische Vereinsgründung kam für ihn nie in Frage. Heute ist er froh darüber, da er weiß: als Verein oder gemeinnützige GmbH hätte Auticon nie einen Fuß in die Tür der Großkonzerne bekommen, man hätte sie bestenfalls zum Schwerbehinderten-Beauftragten weiter geleitet.

Auticon bekommt viele Bewerbungen von Nicht-Autisten, die in der Wirtschaft gut bezahlte Jobs haben, jedoch den Sinn in ihrer Arbeit vermissen. Doch hier zählen andere Einstellungskriterien als sonst: Wichtig ist nicht, wie erfolgreich jemand in seinem alten Job war, sondern ob er oder sie gut mit Autisten umgehen kann. Gesucht werden stabile Persönlichkeiten, die Erfahrung im Umgang mit Menschen haben und direkt kommuni-

es eigentlich gar nicht sein Plan, in einem Social Business zu arbeiten. Nach dem Abitur machte er eine Banklehre und studierte danach Betriebswirtschaft. Seine Kommilitonen bewarben sich bei großen Unternehmen und landeten bei Banken oder Wirtschaftsprüfungsgesellschaften. Auch Schier ging nach dem Studium erst einmal als Trainee zu einem führenden Kaffeeröster. Allerdings merkte er schon in der Probezeit, dass ihm die geringe Handlungsfreiheit und die enge Konzernstruktur nicht gefielen. Er unterhielt sich mit Kollegen, die die Traineezeit schon ganz durchlaufen hatten und merkte, dass er auf keine der anschließenden Positionen Lust hatte. Diesen Job wollte er nicht sein Leben lang machen, gerade weil ihm klar war, dass er 50, 60 Stunden die Woche arbeiten müsste: „Das hätte mich zu viel wertvolle Lebenszeit gekostet.“

Also schaute er sich weiter um und suchte nach einem Job mit viel eigenem Entscheidungsspielraum, gerne auch in einem kleinen Unternehmen, mit Start-up Charakter. Von einem Freund hörte er dann, dass Lemonaid noch Leute suchte und bewarb sich auf den ausgeschriebenen Vertriebsjob. Erst in der Bewerbungsphase wurde ihm richtig bewusst, dass Lemonaid ein Social Business betreibt. Letztendlich gab das dann auch den Ausschlag dafür, die Stelle anzunehmen. Mit dem Einstieg bei Lemonaid verzichtete er auch bewusst auf ein Stück Gehalt, und er ist sich sicher: „Bei vergleichbaren Unternehmen würde ich in meiner Position mit Sicherheit etwas mehr verdienen.“ Doch das sei für ihn in Ordnung so: „Der Ausgleich für das

Links

- Social Entrepreneurship Akademie: www.seakademie.de
- Informationen zum sozialen Unternehmertum: www.social-startups.de
- Blog von Dr. Steffi Burkart zu Generation-Y-Themen: www.steffiburkart.de/blog/
- Personalvermittlung für Jobs mit Sinn: www.talents4good.org
- Stellenanzeigen und Veranstaltungstipps zum Thema ‚Gutes tun‘: www.thechanger.org

sind!“, erzählt Müller-Remus. Das Geschäftsmodell rief einige Skepsis hervor, keiner konnte sich so richtig vorstellen, mit Autisten zusammen zu arbeiten. Durch kontinuierliche Überzeugungsarbeit und eine positive Medienresonanz kamen die ersten Aufträge. Nach vier Jahren hat Auticon 73 Mitarbeiter an sechs Standorten und kann begeisterte Kunden wie die Postbank, Siemens oder die Allianz Group vorweisen. „Ich war von Anfang an der Überzeugung, dass unsere autistischen IT-Consultants mindestens genauso gut sind wie nicht-autistische IT-Consultants. Das haben wir nun bewiesen“, sagt der zufriedene Gründer.

Für Müller-Remus war klar, dass sein Engagement für Autisten nur in der Verbindung mit der Gründung eines Unternehmens Sinn macht. „Ich komme nun mal aus der privaten Wirtschaft und habe dort meine Expertise“, meint er. Es ist ihm sehr wichtig, dass sich das Soziale und die wirtschaftliche Leistungsfähigkeit in einer Balance halten, denn der so-

zieren können. Müller-Remus erzählt, dass die Arbeit bei Auticon für viele etwas ganz Besonderes ist: „Wir geben ihnen den Sinn an der Arbeit wieder, das wirkt sich sehr positiv auf viele aus.“

„Ich arbeite mit Freunden“

„Trinkend die Welt verändern“ ist einer der Werbesprüche von Lemonaid, einer Limonade, deren Zutaten zu 100% biologisch angebaut werden und aus Fairem Handel stammen. Das junge Unternehmen wurde von drei Freunden gegründet, die einen Beitrag zu einer besseren Welt leisten wollten. Daher wird mit dem Kauf jeder Flasche zusätzlich der eigene Verein unterstützt, der wiederum Entwicklungsprojekte fördert. Jonas Schier ist Vertriebsleiter für den Lebensmittel-Einzelhandel bei Lemonaid. Er betreut mit seinem Team Bestandskunden und akquiriert im Biofachhandel, in Supermärkten und bei Getränkemärkten Neukunden. Seit fast drei Jahren ist er nun bei Lemonaid, dabei war



Wenn Sinn stiftende Arbeit auch noch Spaß macht – was will man mehr?
© www.fotolia.com



Trendiges Design und der Charity-Gedanke im Gepäck: Im Social Business werden Überschüsse in Projekte mit Sinn investiert. © <http://www.lemon-aid.de/> LA-Sortiment

geringe Gehalt ist die tolle Personalkultur, ich arbeite den ganzen Tag mit Freunden.“ Bei dem Unternehmen wird sehr darauf geachtet, dass die zukünftigen Mitarbeiter/innen auch ins Team passen. Schon manchmal haben sie Bewerber/innen mit einem besseren Lebenslauf abgelehnt und dafür lieber eine passendere Person genommen, selbst wenn sie weniger Kompetenzen mitbrachte. „Wir schauen nicht nur auf die Fachkompetenz, sondern auch darauf, ob die Person menschlich zu uns passt und ob sie das Thema Fairen Handel authentisch rüberbringen kann.“ sagt Schier, der mittlerweile auch am Einstellungsprozess beteiligt ist.

Agentur für das Gute

„Wigwam macht Medienbeobachtung. Aber nur für das Gute“. So steht es groß auf der Startseite der Agentur Wigwam. Die Agentur arbeitet in den Bereichen Kommunikation, Design und Web-Entwicklung für Kunden wie die Caritas oder die Welthungerhilfe. Nicht nur NGOs sind ihre Auftraggeber, sondern auch Stiftungen, Parteien oder Unternehmen – solange ihre Tätigkeit dem Gemeinwohl dient. Maïke Janssen kam über ihren vorherigen Job zu Wigwam. Sie hatte sich in ihrem Masterstudium auf Nonprofit-Kommunikation spezialisiert und suchte nach einer Arbeit mit Sinn im Kommunikationsbereich. Zunächst arbeitete sie als Online-Redakteurin für Bündnis 90/Die Grünen in Berlin. Die damals beratende

Kommunikations-Agentur war Wigwam, deren Grundhaltung ihr sehr gefiel: Kein angestaubtes Gutmenschentum leben, sondern gemeinnützige Ziele innovativ und kreativ umsetzen. Schon bald wechselte sie zur Agentur, heute ist sie dort Geschäftsführerin.

Wigwam berät Kunden, die gesellschaftliche Probleme lösen wollen. Aber ist die Agentur damit ein klassisches Social Business? Maïke Janssen meint: „Uns ist es ein bisschen egal, was draufsteht.“ Gutes tun heißt für sie nicht nur, Kampagnen für gute Zwecke zu verwirklichen, sondern auch, ihre Mitarbeiter gut zu behandeln. Die Agentur investiert viel in gesunde Teamstrukturen. Dreimal im Jahr wird zum Beispiel ein Teamausflug gemacht. Man achtet auch darauf, dass sich die Mitarbeiter/innen im Unternehmen weiter entwickeln können, indem sie bewusst nicht auf feste Rollen oder Abteilungen festgelegt und ihre individuelle Interessen gefördert werden. Sie haben beispielsweise eine Webentwicklerin, die auch gerne Veranstaltungen organisiert und nun beides bei Wigwam macht. Diese Stelle hätten sie in der Form nicht ausgeschrieben. Wichtig ist der Agentur eine gesunde Work-Life-Balance. „Wer bei uns um 19 Uhr ins Büro kommt, wird nur vereinzelt noch Menschen antreffen. Die meisten gehen um halb sieben nach Hause und kommen zwischen neun und zehn Uhr.“, sagt Janssen. Damit unterscheidet sich Wigwam von der Agenturbranche, in der oft viele Überstunden erwartet werden.

Jede Woche bekommt Maïke Janssen ein, zwei Bewerbungen von Konzeptern und Grafikdesignern. „Teilweise sind das ganz euphorische Zuschriften, manche schreiben, dass Wigwam eine der wenigen Agenturen mit Seele sei“, berichtet sie. Jedoch können sie nicht alle qualifizierten Bewerber anstellen, denn um den familiären Charakter zu erhalten, soll die Agentur nicht endlos wachsen. Deswegen haben sie nun ein Event-Format entwickelt, über das sich die Bewerber/innen untereinander kennen lernen können und auch mit interessierten Kunden in Kontakt gebracht werden. „Unsere These ist, dass die Leute gar nicht unbedingt den einen Job bei uns finden wollen, sondern Anschluss an unser Team suchen“, sagt Janssen. Sie kann sich gut vorstellen, solche Personen in Zukunft noch stärker in Richtung Gründung einer eigenen Agentur zu coachen.

Business gut, alles gut?

Auch bei Wigwam verdienen die Mitarbeiter/innen nicht das, was sie in einer anderen Agentur verdienen könnten. Dabei bezahlen die Kunden marktübliche Preise. Der Gehaltsunterschied kommt gerade dadurch zustande, weil sie ein sozial denkendes Unternehmen sind, erklärt Janssen: „Wir nutzen zum Beispiel unsere Räume sehr großzügig, wir könnten durchaus doppelt so viele Leute darin unterbringen. Dann wäre aber die Stimmung hinüber.“ Außerdem schöpfen sie nicht so viel Arbeitszeit ab wie andere Agenturen, nach 39,5 Stunden ist bei ihnen Schluss. Auch schöne Extras, wie Teamausflüge, kosten Geld. Die Mitarbeiter/innen bei Wigwam scheint die Gehaltsstruktur nicht zu stören: „Ich würde es nicht als Verzicht bezeichnen. Bei uns wird man eben nicht nur mit Geld bezahlt, sondern erhält auch andere Gegenleistungen“, meint Janssen.

Auch Müller-Remus bestätigt, dass Auticon es sich momentan nicht leisten könne, Gehälter wie große, schon etablierte Unternehmen zu zahlen. Das habe aber nichts damit zu tun, dass sie ein Social Business sind, sondern vielmehr damit, dass das Unternehmen noch jung ist. Er erklärt: „Wenn wir uns als Unternehmen weiter etabliert haben, werden auch unsere Gehälter steigen. Ich wehre mich dagegen zu sagen, dass man bei einem Social Business grundsätzlich weniger verdient.“

Teil von etwas Größerem sein

Immer mehr Arbeitsuchenden ist es nicht egal, wo und wie sie arbeiten. Sie legen Wert auf sinnvolle Inhalte und eine sozialverträgliche Unternehmenskultur. Manche gründen ihr eigenes Social Business.

Interview: Sarah Kröger



Kristina Notz

ist Teamsprecherin bei der Social Entrepreneurship Akademie in München und zugleich für die Kommunikation und Netzwerkaktivitäten verantwortlich.

Foto: Social Entrepreneurship Akademie

arbeitsmarkt: Was unterscheidet ein soziales Unternehmen von einem normalen Unternehmen?

Kristina Notz: Der Fokus von sozialen Unternehmen liegt auf der gesellschaftlichen Wirkung. Der Social Entrepreneur ist „missiondriven“, ihn bewegt ein ganz konkretes gesellschaftliches Problem, das er mit seiner unternehmerischen Aktivität lösen möchte. Weniger im Vordergrund steht die Gewinnerzielung bei einem sozialen Unternehmen. Es ist natürlich wichtig, dass es ein Geschäftsmodell gibt, das das Unternehmen trägt. Jedoch schüttet ein erfolgreiches soziales Unternehmen seine Gewinne nicht an sich selbst oder die Stakeholder aus, sondern reinvestiert sie, um die gesellschaftliche Wirkung zu vergrößern.

In welchen Themenbereichen wirken soziale Unternehmen?

Ein Social Business engagiert sich für ein breites Spektrum an Themen wie zum Beispiel Umwelt, Inklusion oder Bildung. Es kann sich um die Integration von Randgruppen kümmern, benachteiligte Jugendliche fördern, den Klimawandel bekämpfen, sich für Fair Trade einsetzen etc. Thematisch ist der Social Entrepreneur wenig festgelegt.

Was macht die Social Entrepreneurship Akademie?

Wir begleiten Gründer von Sozialunternehmen in der frühen Phase. Menschen, die eine Idee haben und sie umsetzen möchten, kommen zu uns, und wir helfen ihnen, aus

aufwendiger und schwieriger ist, die Leute, insbesondere potenzielle Investoren, davon zu überzeugen.

Ist die Gründung eines Sozialunternehmens ein guter Berufseinstieg?

Da gibt es, wie auch zur Gründung eines Start-ups, unterschiedliche Ansichten. Die einen sagen: „Du solltest lieber erstmal Erfahrungen in einem normalen Job sammeln, gründe nicht sofort.“ Andere sagen: „Du bist jung und kannst noch scheitern, warum nicht?“ Da gibt es kein Richtig oder Falsch.

Wer ist der typische Social Entrepreneur?

Wir erleben oft viele Sozialunternehmer, die gar nicht anders können als zu gründen, sobald sie einen Bedarf erkannt haben. Sie wollen unbedingt einen innovativen Weg finden, ein bestimmtes Problem zu lösen. Häufig haben sie vorher schon einen anderen Job gemacht, sind bereit, diesen aufzugeben und große Risiken einzugehen. Aber wir erleben auch viele Studierende, die gründen, weil sie einen Job mit Sinn haben möchten und im Rahmen ihres Jobs etwas Gutes tun wollen. Sie sagen sich: „Ich will Teil von etwas Größerem sein, das Sinn macht, von etwas, was mir tiefes inneres Glück stiftet.“

Wenn ich nicht der klassische Gründer-typ bin, aber trotzdem im Job Gutes tun möchte – ist die Bewerbung bei einem Sozialunternehmen eine Alternative?

Auf jeden Fall. Ein Sozialunternehmer kreiert Jobs wie jedes andere Unternehmen auch, es gibt in Sozialunternehmen zum Beispiel Positionen im Marketing, in Sales, in der Buchhaltung oder im Sekretariat zu vergeben. Es gibt sogar schon Plattformen und Headhunter, die nur in diesem Feld Jobs vermitteln. Mittlerweile hat sich hier eine ganze Industrie entwickelt, besonders, wenn man nicht nur die Sozialunternehmen, sondern auch den ganzen Dritten Sektor, also NGOs, Wohlfahrtsverbände und Stiftungen mit berücksichtigt. Da passiert gerade unglaublich viel, weil immer mehr Leute einen Job mit Sinn suchen.

Wir haben es selbst in der Hand

Der demographisch bedingte zukünftige Arbeitskräftemangel erlaubt es jungen Arbeitssuchenden neue Prioritäten bei der Jobwahl zu setzen. Die Generation Y will sinnvolle Arbeit, die Zeit lässt fürs Leben.

Interview: Sarah Kröger



Dr. Steffi Burkart

gehört selbst zur Generation Y, bloggt und hält Vorträge zum Thema. Gerade schreibt sie an ihrem Buch „Die spinnen die Jungen! Eine Gebrauchsanweisung für die Generation Y“.

Foto: Hanna Berger

arbeitsmarkt: Was bedeutet Generation Y?

Dr. Steffi Burkart: Als Generation Y werden alle bezeichnet, die zwischen 1980 bis 1995 geboren sind. Das Y, das englisch ‚Why‘ ausgesprochen wird, steht dafür, dass diese Generation vieles in Frage stellt.

Der Generation Y wird nachgesagt, dass sie mehr Sinn in der Arbeit sucht als die Generationen zuvor. Ist das so?

Ich glaube, jede Generation stellt sich die Sinnfrage, aber unsere Generation traut es sich etwas mehr, die Frage nach dem ‚Warum‘ zu stellen, auch in Bezug auf die Arbeitswelt. Wir stellen uns und unseren Arbeitgebern Fragen wie: Muss ich fünf Tage die Woche immer in einem Büro sitzen oder kann ich mir meine Arbeit auch anders einteilen? Muss ich unbedingt Karriere machen oder ist mir die Balance zwischen Arbeit und Freizeit wichtiger? Muss ich ein klassisches Familienmodell leben oder geht es auch anders?

Wie wichtig sind materielle Werte für die Generation Y?

Da wir im Wohlstand aufgewachsen sind, hat Besitz für uns eine andere Wertigkeit. Wir opfern uns nicht für die Arbeit auf, um uns eines Tages bestimmte Träume wie ein Haus, ein Auto oder ein Boot erfüllen zu können. Wir legen mehr Wert auf immaterielle Statussymbole wie Zeit, Wissen oder Selbstverwirklichung. Sich selbst verwirklichen, das wollten natürlich auch schon die

Generationen vor uns, aber wir können das viel intensiver einfordern, da die demographische Entwicklung für uns von Vorteil ist: Wenn die Babyboomer einmal in Rente sind, dann gibt es in Deutschland einen Personal-mangel, und die Unternehmen bemühen sich mehr um gute junge Leute.

Welche Ansprüche stellt die Generation Y an einen Job?

Unsere Generation wurde von Helikopter-Eltern großgezogen, die uns mit auf den Weg gaben: „Kinder, macht im Leben immer das, was Spaß macht, privat und beruflich“. Neben dem Sinn in der Arbeit möchten wir auch Spaß an unserer Arbeit haben. Wir brauchen Kollegen um uns herum, mit denen wir uns verstehen und die auf einer ähnlichen Wellenlänge sind. Wir brauchen eine möglichst flexible und unbürokratische Unternehmenskultur. Wir bevorzugen Teamarbeit und selbstbestimmtes Arbeiten. Und wir wollen kooperative Chefs, die nicht von oben herab führen.

Gibt es überhaupt genug Unternehmen mit derartigen Qualitäten?

Es gibt da noch viel Nachholbedarf in Deutschland. Ein paar Unternehmen haben gute Ansätze, treffen aber nicht den Kern der Ansprüche der Generation Y. Sie stellen zum Beispiel einen Kicker ins Büro oder eine Schale Obst. Aber ein Kicker bringt uns nichts, wenn wir keine eigenen Ideen einbringen dürfen und

uns nicht selbst verwirklichen können. Es gibt aber auch viele Unternehmen, die sich noch gar keine Gedanken um die Generation Y machen. Vor allem bei mittelständischen Unternehmen ist das noch nicht angekommen.

Gibt es Branchen, die sich mehr als andere auf die Generation Y eingestellt haben?

Die Kreativ-Branche lebt schon länger den Arbeitsstil der Generation Y. Aber je größer und je älter ein Unternehmen ist, desto schwieriger wird es, die Unternehmenskultur zu ändern. Kleinere Unternehmen bekommen das schneller hin.

Ist es denn realistisch, einen Job zu finden, der zu meinen individuellen Werten passt?

Ich glaube, dass es möglich ist, so einen Job zu finden. Man sollte nur nicht aufgeben und in Bewerbungsgesprächen die richtigen Fragen stellen. Eine Möglichkeit ist zum Beispiel, vorher schon mal in die Unternehmens-Mensa zu gehen und die Leute dort zu beobachten: Wie sind sie gekleidet, sind sie gut gelaunt? Oder man unterhält sich vor Ort mit ein paar Mitarbeitern. Oder man ruft an im Unternehmen und sagt, man habe sich verwählt. Die Reaktion darauf sagt schon einiges über die Unternehmenskultur.

Aber wer kann es sich denn leisten, sich seinen Job so genau auszusuchen?

Ich glaube, dass wir alle viele Möglichkeiten haben, wenn wir Disziplin und Ehrgeiz mitbringen, uns ein Netzwerk aufbauen und weiterbildungsaffin bleiben. Wenn wir offen sind für weitere Möglichkeiten und auch einen Plan B und C haben, dann können wir, ganz unabhängig vom Bildungsstand, einen Job finden, der zu uns passt. Wir haben es alle selbst in der Hand. Einen sinnvollen Job für sich zu finden ist keine Luxusthematik. Ich glaube, wer seine Stärken erkennt und weiß, was er wirklich kann, kann mit diesem Talent auch etwas machen. Das ist das Tolle, das so etwas heute möglich ist. Wir leben in einer Zeit, in der wir uns verwirklichen und Dinge ausprobieren können.