

Press release

Jade Longelin
Marketing & Communications
Tel: +352 451 452 092
Email: lupress@deloitte.lu

Big demands and high expectations: What Generation Y wants from business and the future workplace

Big demands and high expectations characterise the results of Deloitte's recently published third annual Millennial Survey. Across the globe, 70% of tomorrow's future leaders might 'reject' what business as traditionally organised has to offer, preferring to work independently through digital means in the future. This and other findings in Deloitte's annual study of Generation Y point to significant challenges business leaders face if they are to meet the expectations of the Millennial generation.

Millennials, born January 1982 onwards, are already emerging as leaders in technology and other industries and will comprise 75% of the global workforce by 2025. They want to work for organisations that foster innovative thinking, develop their skills and wish to see them make a positive contribution to society. The study also reveals that Millennials believe businesses are not currently doing as much as they could to develop their leadership skills and that they need to nurture their future leaders, especially as they cannot count on them biding their time until senior positions arise.

"We believe that innovation and 'out of the box' thinking fostered within a company and shared amongst colleagues are key traits to be circulated within the heart of businesses today, an area in which we place great emphasis on at Deloitte," said Raymond Krawczykowski, tax Partner and Talent Leader at Deloitte Luxembourg.

Other key findings from the survey include:

- **Business could achieve more.** While most Millennials (74%) believe business is having a positive impact on society by generating jobs (48%) and increasing prosperity (71%), they think business can do much more to address society's challenges in the areas of most concern: resource scarcity (68%), climate change (65%) and income equality (64%). Additionally, 50% of Millennials surveyed want to work for a business with ethical practices.
- **Organisations must foster innovative thinking.** Millennials want to work for organisations that support innovation. In fact, 78% of Millennials are influenced by how innovative a company is when deciding if they want to work there, but most say their current employer does not greatly encourage them to think creatively. They believe the biggest barriers to innovation are management attitude (63%), operational structures and procedures (61%) and employee skills, attitudes, and (lack of) diversity (39%).
- **Organisations must nurture emerging leaders.** Over one in four Millennials are 'asking for a chance' to show their leadership skills. Additionally, 75% believe their organisations could do more to develop future leaders.
- **Millennials are eager to make a difference.** Millennials believe the success of a business should be measured in terms of more than just its financial performance, with a

focus on improving society among the most important things it should seek to achieve. Millennials are also charitable and keen to participate in 'public life': 63% of Millennials donate to charities, 43% actively volunteer or are a member of a community organisation, and 52% have signed petitions.

“Generation Y places great importance in working for an organisation that fosters innovative thinking and makes a positive contribution to society,” said Raymond Krawczykowski. *“Developing such culture is fundamental to retain not only talent but to cultivate the leaders of tomorrow for success within the workplace as well as within their global community.”*

To download the full report please visit: <http://www.deloitte.com/lu/survey/millennial>.

About the Deloitte Millennial Survey

The research findings are based on a study conducted by Deloitte in conjunction with Millward Brown, a UK limited company. More than 7,800 interviews were conducted online between 10 October and 11 November 2013. Approximately 300 interviews were conducted in each of 28 countries around the world. Screening questions at the recruitment stage ensured that all respondents were Millennials – born January 1983 onwards, were degree educated, and were currently in full-time employment. Interviews lasted approximately 15 minutes.

De grandes exigences et des attentes fortes : ce que la génération Y attend des entreprises et de son futur lieu de travail

De grandes exigences et des attentes fortes : voici le résumé des résultats de la troisième enquête annuelle Millennial de Deloitte, qui vient d'être publiée. A travers le monde, 70% des dirigeants de demain pourraient « rejeter » ce que l'entreprise au sens traditionnel a à offrir et préférer, à l'avenir, travailler de manière indépendante grâce aux moyens numériques. Ce constat ainsi que les autres conclusions de l'étude annuelle de Deloitte sur la génération Y mettent en avant les défis de taille auxquels les chefs d'entreprises sont confrontés s'ils veulent répondre aux attentes de la génération des « Millennials ».

Les « Millennials », nés à partir de janvier 1982, commencent déjà à diriger des sociétés dans le secteur de la technologie ou dans d'autres secteurs et représenteront 75% de la population active mondiale d'ici 2025. Ils veulent travailler pour des organisations qui encouragent l'innovation, leur permettent de développer leurs compétences et souhaitent les voir apporter une contribution positive à la société. L'enquête révèle également que les Millennials estiment que les entreprises ne font actuellement pas tout ce qui est en leur pouvoir pour développer les compétences en matière de leadership et qu'elles doivent accompagner leurs futurs dirigeants, notamment parce qu'elles ne peuvent pas escompter qu'ils attendront leur heure jusqu'à ce qu'un poste de direction s'offre à eux.

« Nous estimons que l'innovation et un mode de pensée qui sort des sentiers battus, encouragés dans l'entreprise et partagés entre les salariés, sont des éléments clés qui doivent aujourd'hui se placer au cœur de l'entreprise. Chez Deloitte, c'est un sujet qui nous tient à cœur », commente Raymond Krawczykowski, Tax partner et Talent Leader chez Deloitte Luxembourg.

Les autres conclusions clés de l'enquête montrent que :

- **Les entreprises peuvent en faire encore plus.** Si la grande majorité (74%) des Millennials estiment que l'entreprise a un impact positif sur la société en créant des emplois (48%) et en permettant d'accroître la prospérité (71%), ils pensent également qu'elle peut en faire encore plus pour surmonter les défis sociétaux dans certains domaines cruciaux tels que la raréfaction des ressources (68%), le changement climatique (65%) et les inégalités de revenus (64%). En outre, 50% des Millennials interrogés ont indiqué vouloir travailler pour une entreprise ayant des pratiques éthiques.

- **Les organisations doivent encourager l'innovation.** Les Millennials veulent travailler au sein d'entreprises qui soutiennent l'innovation. De fait, 78% d'entre eux se disent que leur décision de travailler ou non pour une entreprise est influencée par son degré d'innovation, bien que la plupart des Millennials reconnaissent que leur employeur actuel ne les encourage pas particulièrement à avoir un esprit novateur. Selon eux, les principaux obstacles à l'innovation sont l'attitude du management (63%), les procédures et structures opérationnelles (61%) ainsi que les compétences, les attitudes et la diversité (ou le manque de diversité) des salariés (39%).
- **Les organisations doivent accompagner les futurs dirigeants.** Plus d'un Millennial sur quatre « demande une chance » de faire la preuve de ses qualités de dirigeant. Par ailleurs, 75% d'entre eux estiment que leur organisation pourrait en faire plus pour soutenir les dirigeants de demain.
- **Des Millennials désireux de faire la différence.** Pour la génération Millennial, le succès d'une entreprise ne doit pas se mesurer à ses seules performances financières. Il doit également intégrer le fait qu'elle veut améliorer la société et qu'elle intègre cet aspect à ses principaux objectifs. Par ailleurs, les Millennials sont philanthropes et désireux de prendre part à la « vie publique » : 63% des personnes interrogées font des dons à des organisations caritatives, 43% sont des bénévoles actifs ou des membres d'une organisation communautaire et 52% ont déjà signé une pétition.

« La génération Y attache une grande importance au fait de travailler pour une organisation qui favorise un esprit novateur et qui apporte une contribution positive à la société », souligne Raymond Krawczykowski. « Il est fondamental que les entreprises développent cette culture, non seulement pour retenir les talents, mais également pour mettre les dirigeants de demain sur la voie du succès aussi bien dans le monde professionnel qu'au sein de leur communauté. »

Pour télécharger l'étude complète, rendez-vous à l'adresse <http://www.deloitte.com/lu/survey/millennial>.

A propos de l'enquête Millennial de Deloitte

Les conclusions de l'enquête sont fondées sur une étude menée par Deloitte en partenariat avec Millward Brown, une société britannique. Plus de 7.800 entretiens ont été menés sur Internet entre le 10 octobre et le 11 novembre 2013. Environ 300 entretiens ont été réalisés dans chacun des 28 pays couverts par l'enquête. Des questionnaires au moment du recrutement des personnes interrogées ont permis de vérifier qu'elles appartenaient toutes à la génération des Millennials, c'est-à-dire qu'elles étaient nées à partir de janvier 1983, qu'elles possédaient un diplôme universitaire et qu'elles étaient actuellement salariées à temps plein. Les entretiens ont duré environ 15 minutes.

Hohe Ansprüche, hohe Erwartungen: Was die Generation Y von einem Unternehmen und ihrem künftigen Arbeitsplatz verlangt

Hohe Ansprüche und hohe Erwartungen – so lassen sich die Ergebnisse der kürzlich veröffentlichten dritten jährlichen Millennial-Umfrage von Deloitte zusammenfassen. Weltweit könnten 70% der Führungskräfte von morgen ‚ablehnen‘, was ein traditionell organisiertes Unternehmen zu bieten hat, und wollen stattdessen in der Zukunft lieber eigenständig mittels digitaler Hilfsmittel arbeiten. Diese und andere Erkenntnisse der jährlichen Studie zur Generation Y von Deloitte deuten darauf hin, dass Unternehmensführungen erhebliche Herausforderungen meistern müssen, wenn sie die Erwartungen der so genannten ‚Millennials‘ erfüllen wollen.

Millennials, die Generation der ab Januar 1982 Geborenen, sind im Technologiesektor und anderen Wirtschaftszweigen bereits auf dem Weg, führende Positionen zu bekleiden, und werden bis 2025 etwa 75% der weltweiten Erwerbsbevölkerung stellen. Sie wollen für Unternehmen arbeiten, die innovatives Denken fördern, ihre Fähigkeiten weiterentwickeln und einen positiven Beitrag zur Gesellschaft leisten. Die Studie zeigt auch, dass Unternehmen nach Ansicht der Millennials bei der Entwicklung ihrer Führungsfähigkeiten gegenwärtig

nicht so viel tun, wie sie könnten, und ihre zukünftigen Führungskräfte fördern müssen, zumal sie nicht darauf zählen könnten, dass diese warten, bis führende Positionen frei werden.

„Wir glauben, dass Innovation und unkonventionelles Denken, wenn sie im Unternehmen gefördert und von allen Kollegen geteilt werden, wichtige Züge sind, die heute von einem Unternehmen verinnerlicht werden müssen – ein Bereich, auf den wir bei Deloitte einen bedeutenden Schwerpunkt legen“, erklärt Raymond Krawczykowski, Partner und Talent Leader bei Deloitte Luxemburg.

Weitere wichtige Erkenntnisse der Befragung:

- **Unternehmen könnten mehr erreichen.** Die meisten Millennials (74%) glauben zwar, dass die Wirtschaft durch die Schaffung von Arbeitsplätzen (48%) und die Steigerung des Wohlstands (71%) eine positive Wirkung auf die Gesellschaft hat, sind aber auch der Ansicht, dass Unternehmen weit mehr tun könnten, um einen Beitrag zur Bewältigung der dringlichsten Probleme aller Gesellschaften zu leisten: Ressourcenknappheit (68%), Klimawandel (65%) und Einkommensgleichheit (64%). Darüber hinaus wollen 50% der befragten Millennials für ein Unternehmen arbeiten, das ethischen Praktiken folgt.
- **Unternehmen müssen innovatives Denken fördern.** Millennials wollen für innovationsfreundliche Unternehmen arbeiten. Tatsächlich hat für 78% der Millennials die Frage, wie innovativ ein Unternehmen ist, Einfluss auf die Entscheidung, ob sie für das betreffende Unternehmen arbeiten wollen. Die meisten geben jedoch an, dass ihr aktueller Arbeitgeber sie nicht allzu sehr zu kreativem Denken ermutigt. Die größten Innovationshemmnisse sind ihrer Ansicht nach die Haltung der Unternehmensführung (63%), die betrieblichen Strukturen und Verfahrensweisen (61%) sowie die Fähigkeiten und die Einstellung der Mitarbeiter und die (mangelnde) Vielfalt (39%).
- **Unternehmen müssen den Führungskräftenachwuchs fördern.** Mehr als jeder vierte der befragten Millennials möchte gern die Chance erhalten, seine Führungsfähigkeiten unter Beweis zu stellen. Darüber hinaus glauben 75%, dass ihr Unternehmen mehr tun könnte, um die Entwicklung zukünftiger Führungskräfte zu unterstützen.
- **Millennials wollen etwas bewirken.** Millennials sind der Ansicht, dass der Erfolg eines Unternehmens nicht allein an seiner finanziellen Performance gemessen werden sollte. Vielmehr sollte insbesondere ein positiver Einfluss auf die Gesellschaft zu den wichtigsten Dingen zählen, die ein Unternehmen anstreben sollte. Millennials sind zudem gemeinnützig orientiert und wollen gern am öffentlichen Leben teilnehmen: 63% der Millennials spenden gemeinnützigen Organisationen, 43% sind ehrenamtlich tätig oder Mitglied einer sozialen Organisation, und 52% haben Petitionen unterzeichnet.

„Die Generation Y legt großen Wert darauf, für ein Unternehmen tätig zu sein, das innovatives Denken fördert und einen positiven Beitrag zur Gesellschaft leistet“, erklärt Raymond Krawczykowski. *„Eine solche Kultur zu entwickeln ist entscheidend – nicht nur, um Talente zu binden, sondern auch um die Führungskräfte von morgen so zu unterstützen, dass sie sowohl am Arbeitsplatz als auch innerhalb ihrer globalen Gemeinschaft Erfolg haben.“*

Zugang zum vollständigen Bericht erhalten Sie unter:

<http://www.deloitte.com/lu/survey/millennial>.

Über die Millennial-Umfrage von Deloitte

Die Forschungsergebnisse basieren auf einer Untersuchung, die Deloitte in Zusammenarbeit mit Millward Brown, einer britischen Kapitalgesellschaft, durchgeführt hat. Im Rahmen dieser Untersuchung wurden vom 10. Oktober bis zum 11. November 2013 mehr als 7.800 Online-Befragungen durchgeführt. In 28 Ländern der Welt wurden jeweils rund 300 Befragungen durchgeführt. Durch ein Screening bei der Auswahl der Teilnehmer wurde sichergestellt, dass alle Befragten so genannte ‚Millennials‘ (ab Januar 1983 Geborene) waren, einen Hochschulabschluss und zum Zeitpunkt der Befragung eine Vollzeitbeschäftigung hatten. Die Befragungen dauerten rund 15 Minuten.

About Deloitte

“Deloitte” is the brand under which tens of thousands of dedicated professionals in independent firms throughout the world collaborate to provide audit, consulting, financial advisory, risk management, and tax services to selected clients. These firms are members of Deloitte Touche Tohmatsu Limited (DTTL), a UK private company limited by guarantee. Each member firm provides services in a particular geographic area and is subject to the laws and professional regulations of the particular country or countries in which it operates. DTTL does not itself provide services to clients. DTTL and each DTTL member firm are separate and distinct legal entities, which cannot obligate each other. DTTL and each DTTL member firm are liable only for their own acts or omissions and not those of each other. Each DTTL member firm is structured differently in accordance with national laws, regulations, customary practice, and other factors, and may secure the provision of professional services in its territory through subsidiaries, affiliates, and/or other entities.

About Deloitte in Luxembourg

In Luxembourg, Deloitte consists of 70 partners and over 1,500 employees and is amongst the leading professional service providers on the market. For over 60 years, Deloitte has delivered high added-value services to national and international clients. Our multidisciplinary teams consist of specialists from different sectors and guarantee harmonised quality services to our clients in their field. Deloitte General Services is a member of Deloitte Touche Tohmatsu Limited, one of the world's leading professional services firms.