

GASTWIRTSCHAFT

Eine reine  
Kopfg Geburt

Die „Generation Y“  
existiert so nicht

Von Marcel Schütz

Beschreibungen von Generationen gründen zumeist auf zweifelhaften Beobachtungen. Schon die antiken Chronisten notierten dazu fleißig aus dem Bauch heraus. Nie präzise, dafür bis heute jederzeit aufwärmbar – anekdotische Evidenz eben.

In Firmen wird derzeit rege über die „Generation Y“ diskutiert, die angeblich den Arbeitsmarkt aufwühle.

Schon die Zeitlinien dieser Kohorte sind – gelinde formuliert – kreativ gewählt: mal von 1971 bis 1997, mal ab 1980, 1983 und 1985.

Die „Generation-Y-Story“ geht so: Junge Beschäftigte würden mit der Karriere fremdeln, zweifeln am Wirtschaftssystem und wollten nichts über die Köpfe Anderer hinweg entscheiden. Heilig sei ihnen Individualität und Selbstfindung.

Erdacht wurde die „Gen Y“ 1993 in der Marketingzeitschrift „Advertising Age“. Das „Y“ wird „why“ gesprochen, womit man das angeblich typische kritische Hinterfragen der Generation hervorheben will. Edle Naivität gepaart mit aufrechtem Idealismus. Nur ist das Gegenteil real. Nie war die Auswahl des qualifizierten Nachwuchses so rigide wie heute. Nie gab es derart viel Selbstoptimierung. Recruiter werden geflutet mit Bewerbungen maßgefertigter Absolventen: Typen, die rasch die Karriereleiter emporklettern wollen. Ihr Appetit auf Statussymbole ist groß. Benefits, Dienstwagen und betrieblich geförderte Steuervermeidung inklusive.



PRIVAT

Firmenwebseiten bejubeln ihre Talentpools mit dem überall gleichen, juvenil-strahlenden Krawattenpersonal. Reputierliche Praktika in „Topkanzleien“ und „Spitzenunternehmen“ werden den Altersgenossen auf jeder Party unter die Nase gerieben. Die Jungen agieren egotaktisch, beugen sich beruflichen Zwängen nicht weniger, aber trickreicher.

Echte „Y-Experten“ irritiert das nicht. Sie werben leidenschaftlich für ihre Erfindung. Jüngst aber treten neue Experten auf den Plan: Den Ypsilonern folge die Generation Z, die zwischen 1995 und 2005 das Licht der Welt erblickt haben soll – und quasi nur noch digital lebe. Schlecht für die Y-Experten, haben doch gewiefte Professoren erste Z-Bücher auf den Markt geworfen, die nichts Geringeres verheißen als die nächste Revolution. Ob Y oder Z: Bei so viel Generationsgedöns sagen dessen Urheber wohl unfreiwillig mehr über sich selbst aus, als über die Angelegenheit, die sie zu kennen glauben.

Der Autor ist Organisationsforscher an der Universität Oldenburg.

Thes: Fachzeitschrift Rundschau  
Nr. 8. 17 15, S. 15 / Nr. 285