

# «Generation Y und Z sind nur Hypes»

Marcel Schütz ist Organisationsforscher an der Universität Oldenburg und lehrt an der Northern Business School Hamburg. Er beschäftigt sich mit der Funktion von Trends und Moden in Arbeitsorganisationen. Aus wissenschaftlicher Sicht sieht er Generationenkonzepte sehr kritisch. Interview: Christoph Grau

«Die «Gen Y» wurde  
in einer Werbezeitschrift  
erfunden.»

Marcel Schütz, Doktorand an der  
Universität Oldenburg



## Warum kritisieren Sie Konzepte wie Generation Y oder Z?

Marcel Schütz: Meine Kritik betrifft die Willkür, mit der diese Konzepte in die Welt gebracht werden. Generationsanalyse beruht auf Beobachtungspräferenzen. Die einen sehen es so, die anderen so. Die «Gen Y» wurde in einer Werbezeitschrift erfunden. Nichts gegen die Marketingler, aber Trendkampagnen und Wissenschaft sind zweierlei. Der Generationsbegriff wird sonst völlig entkernt. Man liest auch von der Generation «Doof», «Me» oder «Mitte». Das ist boulevardesk. Wenn man schon Bedingungen oder Ereignisse als Anker nutzen möchte, eignen sich Kriege und enorme Katastrophen – verzögert auch grosse technische Errungenschaften. Aber solche Zäsuren prägen natürlich nicht nur eine bestimmte Geburtenkohorte.

## Wer propagiert diese Generationenkonzepte so stark?

Anfangs war es ein typischer Managementhype. Inzwischen hat es das Thema bis in Qualitätsmedien gebracht. Kritische Darstellung ist selten, denn das Thema ist profitabel. Für die Personaler in den Betrieben, weil sie so verdeutlichen, gebraucht zu werden, und für Berater und Trainer, die sich zu «Gen-Experten» ernennen. Der Publikationsoutput zum Thema zeigt: Y und Z werden für jedes denkbare Managementgebiet angepasst. Hier hat man es wirklich geschafft, einen Trend zu setzen.

**Vollständiges Interview online**  
auf [www.netzwoche.ch](http://www.netzwoche.ch)  
Webcode 4714

## Warum fallen dennoch so viele darauf herein?

Der Clou ist das Trendsetting. Wir kennen das aus der Organisationssoziologie. Moden und Mythen kommen und gehen. In Sachen Generationen gibt es aktuell ja ein passendes Begleitprogramm. Man denke an «Arbeit 4.0», «neue Führung» und «flache Hierarchien» – obwohl da wenig neu und flach ist. Der Bielefelder Organisationsforscher Stefan Kühl entzaubert das seit Jahren. Ist der neueste Business-Schrei erst einmal in der Welt, kommen die Ideen, was man da noch alles anheften kann, von allein. Nun wird die Generation Z gehypt. Aber die «Y-Experten» lassen sich die Butter nicht vom Brot nehmen und fusionieren Y und Z ganz pragmatisch zum Megatrend.

## Welchen Mehrwert bringen die Generationenkonzepte?

Das Thema dient als eine Art Entspannungsprogramm. Es kommt zunächst mal positiv bei den Leuten an, da eine Welt stilisiert wird, die nicht existiert, aber in der viele gerne leben würden. Für einen Grossteil der Arbeitnehmer ist der Büroalltag längst nicht so hübsch, wie es in schicken Hochglanzmagazinen mit Beiträgen über die junge, smarte Startup-Welt von Zürich, Berlin oder Wien präsentiert wird. Wir konstruieren uns ein universelles Generationenmodell, in das gewissermassen die Bedürfnisse vieler gestresster Leute hineinprojiziert werden. In einer primär auf Hamsterrad ausgerichteten Arbeitswelt ist es ungemein entspannend, wenn man sich einen Diskursraum zimmert, in dem man zwischendurch mal etwas «anti» sein darf. In der Vorstellung ist alles easy und lässig. Aber in der Praxis brechen die Leute damit schnell wieder. Weil sie an Schnelligkeit und hohem Output gemessen werden.

## Welche alternativen Konzepte schlagen Sie vor?

Als jemand, der ständig neue Organisationen kennenlernt, kann ich Firmen guten Gewissens raten: Macht euch doch nicht masslos verrückt wegen dieser Generationenkonstrukte. Nur bezweifle ich, dass der Hype ein baldiges Ende findet. Meine Empfehlung wäre aber genau das. Abschied nehmen von der Generationendebatte und sich auf präzise Differenzen beschränken. Die bleiben zwar auch immer rein statistisch. Aber es ist legitim, Aspekte wie etwa Folgen der Digitalisierung zu thematisieren. Nur, dann geht es um Fähigkeiten, um Handwerk und diesbezügliche Einstellungen, nicht gleich um Gott und die Welt, nicht um Überbetonung von Abwechlern und Unterbelichtung der Regel.