



MYTHOS MILLENNIAL

Millennial darf sich nennen, wer **zwischen 1980 und 2000** zur Welt kam. Aufgrund dieser Jahrgänge werden Aussagen über eine ganze Generation gemacht. Das ist lukrativ – aber unsinnig.

JONAS DREYFUS (TEXT) UND PETRA BÜRGISSE (ILLUSTRATION)

Natasha ist 24 Jahre alt. Sie hat seit der Primarschule ein Handy, ist mit ihren Freunden per SMS in Kontakt und besitzt seit Studienbeginn einen Laptop, mit dem sie regelmässig online einkauft. Sie hasst Bürokratie, liebt Teamwork. Natasha ist eine fiktive Figur einer Studie der Beratungsfirma Forrester von 2006. Natasha ist Millennial.

Heute, elf Jahre später, ist eine Hysterie ausgebrochen um diese sogenannte Generation, die sich durch die Jahrgänge 1980 bis 2000 definiert.

Getauft hatte sie einst Neil Howe (65). Der US-Historiker beschrieb die Generation Y, wie sie auch genannt wird, als erste Generation, die den Umgang mit Computern und Internet verinnerlicht hat. Sie sei behütet und privilegiert aufgewachsen, sagt Howe, würde Gemeinschaftssinn und soziale Verantwortung grosschreiben, materiellen Erfolg klein. Dasselbe verlange sie von ihrem Umfeld.

Konzerne lassen sich von vagen Prognosen in Panik versetzen

Heute sind es Beraterfirmen, die den Begriff kultivieren und Geschäft-

te machen mit einer Generation, die es in der Soziologie nicht gibt – also ausgerechnet in der Wissenschaft, die seit dem Ende des 19. Jahrhunderts gesellschaftliche Veränderungen untersucht.

Unternehmensberater Philipp Riederle hat als 23-Jähriger schon zwei Ratgeber zum Thema verfasst, den ersten davon schrieb er mit 19. In einem Interview mit dem «Tages-Anzeiger» sagte der Deutsche, dass Manager von grossen Konzernen zu ihm kämen, um sich erklären zu lassen, wie Millennials ticken. ▶



Es ist wie beim Lesen eines Horoskops: **Jeder** fühlt sich irgendwie abgeholt.

◀ Firmen wollen den Anschluss an eine neue Arbeiter- und Konsumentengeneration nicht verlieren und lassen sich in Panik versetzen von Prognosen, die besagen, dass die Arbeitnehmerschaft bald zu drei Vierteln aus Millennials besteht. Man will die talentiertesten unter ihnen mit einem eigens auf sie zugeschnittenen Arbeitsumfeld locken. Oder versuchen, sie als Kunden zu gewinnen, indem ganze Produktpaletten auf sie ausgerichtet werden.

Die fiktive Figur Natasha, die 2006 noch zu den jüngeren Millennials gehörte, ist heute mit 35 Alt-Millennial. Gemäss aktueller Definition ist Natasha nicht mehr nur von der Digitalisierung geprägt. Die Anschläge auf die Twin Towers in New York haben sie traumatisiert, die Finanzkrise erschüttert und die Wahl von Trump zum US-Präsidenten verunsichert.

Kurz: Die Definition des Millennials ist aufgrund immer neuer Eigenschaften, die ihm zugeschrieben werden, so unfassbar geworden wie eine nasse Seife. Mal soll er zielbewusst sein, mal faul, mal alternativ, mal luxusauffin.

Deloitte, eine der Firmen, die Unternehmen im Umgang mit «der neuen Generation» beraten, veröffentlicht inzwischen schon jährlich eine Studie, für die sie rund 8000 Millennials aus 30 Ländern nach ihren Befindlichkeiten befragt, das Generationsprofil dann anpasst und für einzelne Länder interpretiert.

Auch für die Schweiz. Es fehlen den Millennials hier wie in anderen Industrieländern «allgemein an Optimismus», was den wirtschaftlichen und sozialen Fortschritt angeht, steht in der aktuellen Studie. Als Ursache wird unter anderem der Brexit in Grossbritan-

nien aufgeführt und – positiv für den Arbeitgeber – geschlussfolgert: «Den Angaben der Millennials zufolge ist die Wahrscheinlichkeit gesunken, dass sie ihre sicheren Jobs aufgeben.»

Die typische Millennial-Eigenschaft des gut gelaunten Selbstverwirklichers wird also kurzerhand um die des ängstlichen Pessimisten ergänzt. Es ist wie beim Lesen eines Horoskops: Jeder fühlt sich in irgendeiner Form abgeholt.

Man muss nicht gleich einen Generationsbegriff erfinden

«Millennial ist ein pseudowissenschaftlicher Begriff», sagt Katja Rost (41), Professorin für Wirtschafts- und Organisationssoziologie an der Universität Zürich. «Mit seriöser Forschung hat das nichts zu tun.» Soziologen untersuchen Menschen nach den Klassen und Schichten, aus denen sie stammen, und nicht aufgrund von Jahrgängen.

Die Wissenschaftler müssen ganz bestimmte Regeln befolgen, wenn sie eine Studie repräsentativ nennen wollen. Dass man eine ▶



Marcel Schütz (32) Organisationswissenschaftler und Dozent für Betriebswirtschaft und Soziologie

«Millennials sind ein Luxusphänomen»

Herr Schütz, Sie untersuchen Trends in der Arbeitsorganisation. Welche Themen sind in Mode?

Marcel Schütz: Der letzte Schrei ist das demokratische Unternehmen, wo Führungskräfte gewählt und abgewählt werden. Das Modell ist eine der Reaktionen auf den Hype um die sogenannten Millennials.

Inwiefern?

Man sagt, junge Leute wollen an ihren Leistungen gemessen werden. Dementsprechend bereit sollen sie auch sein, sich überzeugen zu lassen, wenn sie für etwas ungeeignet sind. Feedback und intensive Kommunikation ersetzen, so die These, in diesem Modell klassische Hierarchien.

Klingt nobel.

Wenn ein Unternehmen sagt, es wolle Hierarchien abbauen, dann sagt jeder: Das finde ich gut. Man

der Arbeit möglichst wenig Strukturen wollen.

Sicher. Ein junger, dynamischer Startupper mit Eigenkapital und gutem Bildungshintergrund, der sich in den besseren Vierteln von Hamburg, Berlin und Zürich aufhält, kann es sich leisten, das Berufsleben etwas «gechillter» anzugehen. Viele Jugendliche sind nicht in dieser Situation.

Sind Millennials ein Luxusphänomen?

Absolut. Jugendliche aus einkommensschwächeren Familien haben nun einmal weniger Möglichkeiten, Selbstverwirklichung zum beruflichen Prinzip zu machen. Sie müssen besonders viel Leistung erbringen und sind auf Strukturen angewiesen, in denen sie eine vernünftige berufliche Integration und Sicherheit erreichen können. Vor allem, wenn man an Zuwanderung denkt. Da finde ich es fast zynisch, den Menschen zu erzählen, dass sie jetzt mal ein bisschen locker sein sollen.

«Ein junger Startupper aus Zürich kann es sich eher leisten, das Berufsleben etwas «gechillter» anzugehen»

vergisst gerne, dass klassische Hierarchien den Einzelnen entlasten, indem sie definieren, wer was zu tun hat. Fehlen sie, wird es für den Arbeitnehmer schwierig, auch mal zu sagen: Nein, das ist jetzt nicht mein Verantwortungsbereich!

Die Work-Life-Balance leidet.

So kann man das sehen. Unternehmen wie Google präsentieren ihren Mitarbeitern ein Arbeitsumfeld, in dem Arbeit wie Freizeit aussieht. Man fragt sich, ob das nicht einfach eine Fassade ist und der Arbeitnehmer den Preis bezahlt, indem er immer verfügbar sein muss.

Aber es gibt sicher Menschen, die bei

Sie gehen hart ins Gericht mit den Firmen, die Unternehmen im Umgang mit Millennials beraten.

Man gaukelt dem Unternehmen vor, sie müssten sich komplett neu erfinden, von Religionen lernen, sich mal den Papst oder Fussballmannschaften anschauen. Sie sollen Familien sein, Vereine, nur kein Unternehmen. Ich würde etwas konservativ dagegenhalten und sagen: Unternehmen wollen in erster Linie Gewinne machen. Je weiter oben man sich bewegt, desto offensichtlicher wird das.

Wie meinen Sie das?

Wenn Sie sich die Vorstandsetagen anschauen – die werden so hierarchisch geführt wie eh und je. Während man auf der mittleren Ebene beschliesst, dass angeblich niemand mehr Wert auf Statussymbole legt, sitzt das Top-Kader selbstverständlich nach wie vor in Einzelbüros und fährt Dienstwagen. Jonas Dreyfus



In der Realität ist das Konzept der Millennials **nicht brauchbar.** Leider.

◀ riesige Gruppe anhand der Jahrgänge 1980 bis 2000 in einen Topf wirft, macht unter diesen Vorgaben keinen Sinn.

Natürlich hat die voranschreitende Digitalisierung seit den 1980er-Jahren viele Menschen massgeblich beeinflusst, genauso wie die Erfindung der Dampfmaschine Anfang des 18. Jahrhunderts. Soziologin Rost: «Aber es sind deswegen nicht komplett andere Menschen herangewachsen, für die man gleich einen ganz neuen Generationsbegriff erfinden muss.»

Eine der wenigen Gruppen, die sich aufgrund von Jahrgängen gut eingrenzen lassen, ist die Nachkriegsgeneration, die den Zweiten Weltkrieg miterlebt hat. «Das war ein Erlebnis, das alle betroffen hat, verbunden mit viel Schmerz.»

Dramatisierung von trivialen Sachverhalten

Laut Rost treffen die meisten Beschreibungen des Millennials auf den «realen» Arbeitnehmer nicht zu. Zum Beispiel, dass er stark aus sich selbst heraus motiviert ist und nicht auf Anreizmechanismen wie Lohnerhöhung bei guter Leistung anspricht. «Im Gegenteil: Bonusysteme sind bei den Mitarbeitern so beliebt wie nie zuvor.»

«Die Millennials sind ein Mythos, mit dem die Beratungs-

industrie nicht wenig Geld verdient», sagt Marcel Schütz. Der Organisationsforscher doziert an der Northern Business School Hamburg über Moden und Trends in der Arbeitsorganisation (siehe Interview).

Es sei völlig okay, an diesem «Generationenkonstrukt» seinen Spass zu haben, sagt Schütz. «Was ich kritisiere, ist die Tatsache, dass Unternehmen verrückt gemacht werden mit Ankündigungen, die nicht eintreffen. Aufgrund von unbelegten Prognosen treffen riesige Firmen angeblich verbessernde Massnahmen, die ihnen in Wirklichkeit wenig nützen.» So werden zum Beispiel Hierarchien abgeschafft, weil junge Menschen angeblich keine klassischen Karrieren mehr anstreben.

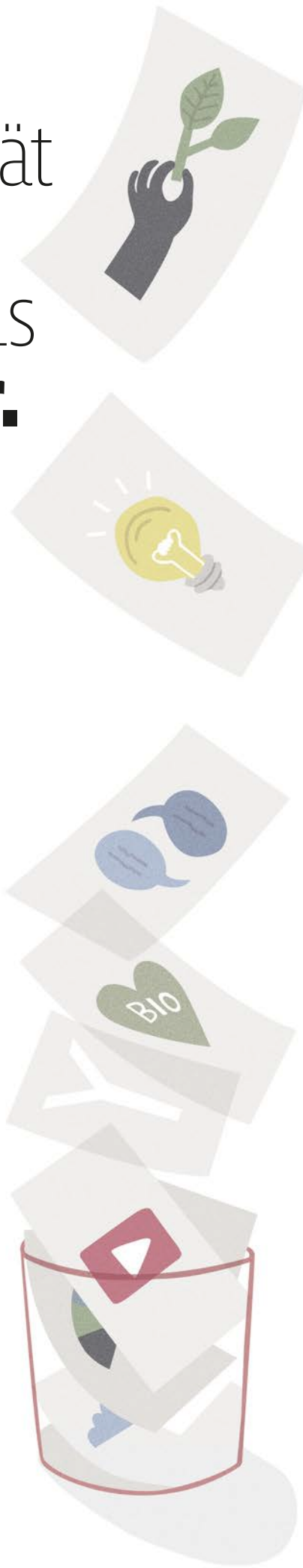
Marcel Schütz: «Ich habe selbst in Personalabteilungen gearbeitet. Meine Erfahrung ist, dass die Berge an Bewerbungen von ehrgeizigen, top ausgebildeten Studienabgängern nicht kleiner geworden sind.»

Es sei ganz im Sinne der Beratungsfirmen, bei der Beschreibung der Millennials möglichst unspezifisch zu bleiben, sagt Schütz. «So können möglichst viele Leute möglichst viele Dinge daraus ableiten.»

Laut Schütz hat sich der Nachwuchs schon immer von den Eltern abgegrenzt. Mit dem Unterschied,

«**Unternehmen werden mit vagen Prognosen, die nicht eintreffen, verrückt gemacht»**

Marcel Schütz,
Organisationsforscher



dass heute das Internet und zahlreiche Medienkanäle eine riesige Arena böten, in der solche «relativ trivialen Sachverhalte» dramatisiert würden. «Um es überspitzt zu sagen: Wer heute gerade keine neue Generation identifiziert, wird schief angeguckt.»

Eine Traumwelt, in der jeder von uns leben möchte

Doch warum fasziniert ein Begriff wie der des Millennials so sehr? Wohl deshalb, weil etwas beschrieben wird, was es so nicht gibt.

Wem wird nicht warm ums Herz beim Gedanken an eine heranwachsende Generation, die gegen Donald Trump ist und nach einer besseren Welt strebt? Wer würde manchmal nicht gerne Millenniallike vom Sofa aus arbeiten oder in einem zum Büro umfunktionierten Gewächshaus mit exotischen Hängepflanzen und Rutschbahn?

Die Realität sieht anders aus. Dort gibt es Millennials, die null Bock haben auf Teamwork. Oder Millennials, die, wie der grösste Teil der Arbeitnehmerschaft, in einem grauen Grossraumbüro arbeiten.

Unter ihnen vielleicht auch Natasha, die jetzt schon über die nächste Generation staunt: die nach 2000 geborene Generation Z.

Gut möglich, dass Natasha bald Mutter wird. In diesem Fall wird auch ihr Nachwuchs eines Tages zu einer Generation mit eingängigem Namen gezählt werden. Vielleicht zur Nachtrump-Generation? Klingt super! ●