

Re-Generation: Warum Generationen ständig neu erfunden werden

Seit Jahrzehnten tauchen immer wieder Bücher auf, in denen Generationen mit Buchstaben wie X, Y oder Z umschrieben oder aufgrund ihrer Geburtenstärke Babyboomer genannt werden. Generation Doof, What, Why, Youtube, Smartphone, Beziehungsunfähig, Internet, Golf, Camper, Schamlos, Praktikum, Aldi, Maybe, Facebook, 68er, Millennials, (Nach-) Kriegsgeneration, viele Bezeichnungen wollen die Gemeinsamkeiten von einzelnen Geburtsjahrgängen auf den Punkt bringen. Obwohl Beschreibungen meist plakativ sind und oft nicht ganz stimmen, werden sie gerne gelesen und zitiert. Gerne mit einem zufriedenen „Genau, so ist es!“

Von Simon Gross

Ein interessantes Phänomen ist in den letzten Jahren zu beobachten. Es vergeht fast keine Woche, in der sich nicht irgendein Vertreter einer Generation in den Medien zu Wort meldet, um zu erklären wie diese funktioniert und sich von anderen unterscheidet. Noch vor einigen Monaten stellte der 17-jährige Influencer Charles Bahr in einem Interview fest: „Was aber wirklich eine Parallelwelt ist (für die Generation Z), sind E-Mails und Anrufe. Beides sind Kommunikationsmittel, die ich suspekt finde.“ Und schon ist ein wichtiger Handlungsbedarf festgestellt, wenn man die neuesten jungen Talente und Mitarbeiter für seinen Betrieb gewinnen will. Da werden einfach Vorlieben und Gewohnheiten einer bestimmten Altersgruppe beschrieben und hochgerechnet zum Profil einer Generation, das Bahr als Self-Made-Generations-Experte dann sehr erfolgreich an Unternehmen vermittelt.

Das kann auch schief gehen. Bereits bei der Generation Y (oder auch Millennials) ging man davon aus, dass sie der E-Mail als Kommunikationsmittel keine Chance lassen würden. Da stellte 2008 der Branchenverband BitCoin fest, dass die Generation Y meist per Instant Messenger kommuniziere. Doch zehn Jahre später gewinnt laut einer Studie von Adobe ausgerechnet bei den Millennials die E-Mail wieder an Bedeutung. Da drängt sich der Verdacht auf, dass es nicht wirklich um Generationen geht. Vielleicht will man eher bestimmte Privilegien für einzelne Altersgruppen besser begründen und einfördern können.

Das Thema scheint unerschöpflich und jeder kann mitreden. Wer in einer Generation geboren wurde, ist anscheinend automatisch Zeitzeuge und hoch qualifiziert, stellvertretend für ganze Geburtsjahrgänge sprechen zu können. Da hat es sich der Philosoph Sokrates noch einfacher gemacht. Der beklagte sich nur über die schlechten Manieren der Jugend. Ihm

ging es nicht um Generationen, er meinte einfach den Unterschied zwischen Jung und Alt.

Der Generationsbegriff

Heute dagegen gehen wir ganz selbstverständlich davon aus, dass mehrere Generationen parallel miteinander leben, die sich aufgrund ihrer jeweiligen Sozialisationsbedingungen in den Bedürfnissen, Zielen und Einstellungen grundlegend voneinander unterscheiden.

Unter einer Generation verstehen wir viele Menschen, die während einer definierten Anzahl von aufeinander folgenden Jahren geboren sind und aufgrund der entsprechenden kulturellen und historischen Konstellation eine zeitbedingte Ähnlichkeit aufweisen.

Dabei werden heute einer Generation in der Regel zwanzig Geburtsjahrgänge zugeordnet. Oder man könnte auch sagen, dass nach zwanzig Jahren eine neue Generation beginnt. Vor 100 Jahren ging man noch von 30 Jahren aus. Doch bereits 1928 verwies der Soziologe Karl Mannheim darauf, dass eine Generation bei „rapidem sozialem Wandel“ durch extrem prägende Erlebnisse auch nur aus 15 oder weniger Jahrgängen bestehen kann.

Ein solcher situativer Imperativ, also eine flächendeckende Veränderung der Lebensbedingungen vieler Menschen, kann etwa durch Umweltkatastrophen, Krieg, Hyperinflation oder Wirtschaftskrisen entstehen. Aber keineswegs beeinflusst jedes historische Ereignis gleich eine ganze Generation. Viele Unterschiede zwischen den Einstellungen von 20-, 40- und 60-Jährigen sind rein altersbedingt. Daher existieren schon lange Modelle, die Entwicklung als Kreislauf bzw. stufenförmigen Prozess darstellen.

Bereits um 400 vor Chr. verglich der griechische Arzt Hippokrates die Phasen des Lebenslaufs mit den vier Jahreszeiten. Zu dieser Zeit verbreiteten sich solche Theorien aller-

dings kaum, einfach weil es noch an Medien mit hoher Reichweite fehlte. Ab dem 16. Jahrhundert änderte sich das. Dank neuer Drucktechniken verbreiteten sich Holzstiche eines Stufenmodells, welches Entwicklung als eine auf- und abwärtssteigende Treppe darstellte. Dieses Modell wurde bis Ende des 19. Jahrhunderts in verschiedensten Darstellungen reproduziert. Es beschrieb die Veränderung des Lebens nur aufgrund des fortschreitenden Alters und berücksichtigte noch keine Generationsunterschiede.

Erst ab Beginn des 20. Jahrhunderts wurden umfassend persönliche Daten der Bevölkerung über längere Zeiträume erhoben, interessanterweise u. a. durch die Einführung einer Sozialversicherung in einigen Ländern. Jetzt konnten Gemeinsamkeiten bestimmter Geburtsjahrgänge erfasst und mit anderen verglichen werden. In den folgenden Jahrzehnten wurde durch den Einsatz von Intelligenz- und Persönlichkeitstests bei Einstellungen, in Kliniken, Schulen, dem Militär viele Eigenschaften von Menschen aller Altersgruppen untersucht.

Daher basieren Studien zu Generationen teilweise auf Daten aus Quellen, die in einer Zeitspanne von 100 Jahren erfasst wurden. Doch trotz riesiger Datensätze reichen die statistischen Zusammenhänge nicht aus, um Generationen eindeutig beschreiben zu können. Aber wer sich auf Big Data beruft, wird selten in Frage gestellt. Schon gar nicht, wenn anscheinend mit einem Wort die Essenz einer ganzen Generation benannt werden kann.

Wie entstehen Bilder einer Generation

Die allgemeine Vorstellung einer Generation wird in erster Linie durch Bilder und Narrative geprägt, die eine Norm aufgreifen (z. B. Vorliebe für einen bestimmten Kleidungsstil) oder



Bei näherer Betrachtung der Typologie von Generationen kommt unweigerlich die Frage auf: Sind Generationen überhaupt so unterschiedlich?

Foto: Getty Images

eine nostalgische Identifikation ermöglichen (z. B. mit einem Automodell). Ursprünglich kann die Beschreibung einer Generation durchaus auf fundierten Ergebnissen wissenschaftlicher Untersuchungen basieren. Doch eine nüchterne Darstellung der Befunde zu einzelnen Geburtsjahrgängen würde kaum öffentliche Aufmerksamkeit erzeugen.

Erst die spannenden Geschichten und mitreißenden Bilder von kollektiven Erinnerungen einer Generation steigerten das Interesse an entsprechenden Publikationen. Sie lösen bei Lesern oft wohlthuende Zugehörigkeitsgefühle aus. In einer individualisierten Welt gehört man wenigstens noch einem Geburtsjahrgang an und steht zumindest mit seinen Erinnerungen nicht allein da. Umgekehrt werden durch die Verbreitung solcher „Generationsbücher“ unterschiedlichste Normen formuliert, wie sich Angehörige einer Generation zu verhalten haben.

Das kann unbemerkt einen Sog auslösen, sich eher so zu geben, wie es einer Generation öffentlich nachgesagt wird. Auch wenn man nicht in Woodstock war und nur mal eine Platte von Jimi Hendrix gehört hat, wird man vielleicht ganz gerne für einen grauhaarigen 68er-Revolutionär gehalten. Besser als mit Gartenzweigen in Verbindung gebracht zu werden. Richtig kompliziert wird es, wenn eine selbst in die Jahre gekommene Generation die nachfolgenden Geburtsjahrgänge aufgrund solcher Klischees zu definieren versucht. Oder eben umgekehrt. Denn schließlich soll es ja mehr sein als der banale Vorwurf, den bereits Sokrates formulierte: „Die Jüngeren sind ganz anders als die Älteren“.

In Politik und Wirtschaft werden die vermeintlichen Generationsunterschiede thematisiert, um ein effizientes Arbeiten von verschiedenen Altersgruppen zu fördern. Wer besser weiß, wie die einzelnen Generationen „ticken“, sollte Konflikte zwischen jüngeren und älteren Mitarbeitern besser vorbeugen

können. Dieses Wissen soll auch erleichtern, zahlungskräftige Geburtsjahrgänge besser ansprechen zu können. Die populären Klischees der Generationsliteratur beeinflussen sogar aktuelle Arbeitsbedingungen, weil man sich erhofft, Talente besser an das Unternehmen binden zu können.

Je nach Zielsetzung werden Generationen positive oder negative Bilder angeheftet, die nichts mit tatsächlich messbaren Gemeinsamkeiten bestimmter Geburtsjahrgänge zu tun haben. Stattdessen hat die generalisierte Auf- oder Abwertung einzelner Generationen meist ökonomische Ursachen. So löst der demografische Wandel eine zunehmend unfaire Betrachtung einzelner Generationen aus, was sich auch auf den sozialen Umgang auswirkt. Wo Nachwuchs um jeden Preis gefunden werden muss und ältere Mitarbeiter durch hohe Löhne zum Problemfall werden, entstehen gerne Vorurteile aufgrund der frühen oder späten Geburt.

Das führt dann dazu, dass Generationen irgendwann im allgemeinen Sprachgebrauch als „schamlos“, „doof“ bezeichnet oder auf die ihnen zugeschriebene „Kaufkraft“ reduziert werden. Mit dem Generationsbegriff haben solche Zuschreibungen nicht mehr viel zu tun. Vielmehr werden emotionsgeladene Bilder zu Generationen genutzt (Framing), um sie im kollektiven Bewusstsein zu verankern und den Ruf bestimmter Altersgruppen zu beeinflussen.

Der Generationenmythos

So verbreitet die Typologie von Generationen ist, die wissenschaftliche Evidenz und die methodische Qualität der zugrunde liegenden Studien ist zweifelhaft. Der Leipziger Psychologe Prof. Hannes Zacher spricht sogar von einer Generationen-Industrie, die nur mehr Bücher, Workshops und Beratungen zum Thema ver-

kaufen will. Auf den Internetseiten solcher Unternehmen werden gerne Tabellen zur Generationstypologie zur Verfügung gestellt. Da folgen dann den Traditionalisten (geb. bis 1955) die Babyboomer (1956 - 1965), die Generation X (1966 - 1980), Y (1981 - 1995) und Z (ab 1996), als sei das ein bewiesenes Gesetz.

Die jeweils prägenden Einflüsse werden grob, aber dafür umso eingängiger beschrieben. Hauptsache, es klingt gut. Da wird schon mal durch die Finger geschaut. So soll etwa ein Babyboomer von der 68er-Revolution beeinflusst sein. Wenn man aber 1964 geboren ist, war man zur „prägenden“ Zeit erst vier Jahre alt. Vielleicht ein wenig jung, um zu demonstrieren. Die Zuordnung einer Generation zur jeweiligen Mediennutzung ist ebenfalls nicht stimmig, obwohl sie sich plausibel anhört. Längst ist bekannt, dass „digital natives“ oft keine „digital experts“ sind. Dabei sind die Ypsilons doch mit neuen Medien aufgewachsen. Nutzer von sozialen Netzwerken sind dagegen oft bereits in den 1950er-, 1960er-Jahren geboren. Obwohl sie als Kinder vielleicht nicht einmal ein Festnetztelefon hatten. Da kommt unweigerlich die Frage auf: Sind Generationen überhaupt so unterschiedlich?

Der Marburger Soziologe Prof. Dr. Martin Schröder kommt 2018 aufgrund einer Studie mit mehr als 70 000 Versuchsteilnehmern zur vernichtenden Feststellung, dass sich verschiedene Generationen in ihren Einstellungen zum Leben und zur Welt nicht nennenswert unterscheiden. Seiner Meinung nach liefern populärwissenschaftliche Bücher zum Thema kaum Hinweise auf bedeutende Differenzen. Stattdessen illustrieren sie die „Konstruktion von gesellschaftlichen Mythen“ und sind der moderne Ausdruck von typischen Vorurteilen zwischen Alt und Jung.

Re-Generation ist keine Frage des Alters

Der technische Fortschritt und vor allem die Digitalisierung des Alltags hat das Leben in den letzten Jahrzehnten stark verändert. Das wirkt sich auf alle Generationen aus, wenn auch jeder Einzelne ganz unterschiedlich betroffen ist. Selbstverständlich haben Internet und soziale Medien, die viele von uns rund um die Uhr begleiten, die Sozialisation, Kommunikation, Wissensvermittlung und das soziale Miteinander beeinflusst.

Wir alle sind der Flut von Informationen, geschönten Bildern und halbweisen Kurzgeschichten ausgesetzt, die die Welt im digitalen Gewand ständig neu erscheinen lassen. Was noch vor einer Stunde dargestellt wurde, kann jetzt schon überholt sein. Das nährt die Haltung, dass nur das Neue die Welt weiterbringt. Aber auch wenn es niemand hören will, die menschlichen Grundbedürfnisse haben sich nicht verändert, in keiner Generation. Es existieren einfach andere Möglichkeiten, diese zu kommunizieren, zu visualisieren und zu stillen. Im vor-digitalen Zeitalter nannte man das noch: Alter Wein in neuen Schläuchen.

Daher kommt heute niemand daran vorbei, eine Harmonie zwischen den Erfahrungen in der digitalen Welt und denen im real life herzustellen. Es geht um ein Gleichgewicht zwischen Bewährtem und dessen ständig neuer Darstellung in den digitalen Medien. Daher fordern wir vielleicht schon bald, was Politikwissenschaftler Andre Wilkens bereits 2015 im gleichnamigen E-Book so formulierte: „Analog ist das neue Bio!“ Spätestens dann könnten wir endlich eine Generation für alle proklamieren. Die Re-Generation.

Literatur:
Wilkens A., Analog ist das neue Bio: Eine Navigationshilfe durch unsere digitale Welt, Fischer: 2017
Mannheim K., Das Problem der Generationen, in: Kölner Vierteljahrshefte für Soziologie (1928), 7, 157-185, 309-330
Rauvola R. S., Rudolph, C. W. & Zacher H., Generationalism: Problems and implications. In Organizational Dynamics (2018): www.researchgate.net
Schröder M., Der Generationenmythos, in: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie (2018) 70, 469 - 494