

Ein Hoch auf das Generalistentum

Generalist*innen interessieren sich für viele unterschiedliche Themen – auch im Job. Oft wird ihnen geraten, sich zu spezialisieren. Doch dabei sind gerade interdisziplinäres Denken, Flexibilität und der Blick für das große Ganze ihre Kernkompetenz.

Text: Sarah Kröger

Beim Lesen des LinkedIn-Profiles von Mona Szyperski wird ziemlich schnell klar, dass sie vielseitig interessiert ist. Als Marketing-Managerin bei einem internationalen Unternehmen für Social Media Analytics ist sie für die gesamte deutschsprachige Kommunikation verantwortlich. Studiert hat sie amerikanische Literatur, Kommunikationsforschung und Ethnologie auf Magister und sich parallel zum Job viel weitergebildet, beispielsweise in IT-Recht, Führungskompetenzen oder Fotojournalismus. Sie gibt als Sprachen Englisch, Finnisch, Französisch und Deutsch an, engagiert sich ehrenamtlich bei den Digital Media Women und hat in Frankfurt die Women Techmakers mit ins Leben gerufen. Die Liste ließe sich noch länger fortsetzen. Mona Szyperski ist Generalistin, eine Person, die breit gefächerte Interessen und Talente hat und daher auch vielfältige

Aufgaben in unterschiedlichen Bereichen übernehmen kann.

Blick auf das Ganze

In den Ohren mancher Menschen klingt das Wort Generalist*in so, als würden diese alles ein bisschen, aber nichts richtig können. Dabei ist das eine Frage der Perspektive. Man könnte Generalistinnen und Generalisten stattdessen auch als Expert*innen für das große Ganze bezeichnen. Stellen wir uns ein Gymnasium vor: Neben den vielen Fachlehrkräften braucht es auch eine Person, die die gesamte Schule im Blick hat, die Prozesse organisiert, Lehrpläne erstellt, Finanzen plant und Mitarbeitende koordiniert. Die Schulleitung muss keine ausgewiesene Expertise in Mathe oder Geschichte haben, trotzdem muss sie die Themen verstehen, den Lehr-

alltag kennen und im Zweifel auch mal im Unterricht einspringen können. Solche generalistischen Jobs gibt es in jeder Branche. Eine klassische Tätigkeit für Generalist*innen ist zum Beispiel das Marketing. Mona Szyperski beschreibt ihren Job als sehr vielfältig. Sie plant und betreut Kampagnen, ist für Social Media verantwortlich und für die interne Kommunikation mit den Kolleg*innen. Sie übersetzt Texte, organisiert Events, moderiert Webinare, macht Projektmanagement und muss einen Überblick über das Budget haben. „Das sind ganz viele Themen, die da zusammenkommen. Eigentlich bräuchte man acht Arme, um das alles abzudecken“, berichtet sie und scheint das durchaus positiv zu bewerten.

Generalist*innen können sich in der Regel sehr schnell sehr tief in ein Thema einarbeiten. Deswegen können sie sich durchaus den Ruf eines Experten oder einer Expertin in einem gewissen Gebiet erarbeiten, was im Job oft hilfreich ist. Trotzdem arbeiten sie nicht unbedingt schon seit zehn Jahren daran und haben vielleicht auch nicht jeden zum Thema veröffentlichten Fachartikel gelesen. Das müssen sie aber auch gar nicht. Im besten Falle arbeiten sie eng mit Spezialist*innen zusammen, verstehen deren Fachsprache und übersetzen sie für das restliche Unternehmen. Das machen zum Beispiel Unternehmensberater*innen, wenn sie die unterschiedlichen Abteilungen eines Unternehmens an einen Tisch bringen, um mit ihnen gemeinsam Ziele zu entwickeln. Dazu sollten sie aber in den jeweiligen Themen – egal ob Solarenergie, Rentenversicherung oder Logistik – diskussionssicher sein, ohne die allerletzten Details kennen zu müssen.

Neugierige Multitalente

In Diskussionen zum Thema Generalistentum wird immer mal wieder der Begriff des



Generalistinnen und Generalisten können unterschiedliche Perspektiven gut miteinander verbinden und Menschen zusammenbringen.
Foto: © insta_photos/Adobe Stock

„Scanners“ genannt. Dieser stammt von der inzwischen verstorbenen Autorin Barbara Sher. In ihrem Buch „Du musst dich nicht entscheiden, wenn du tausend Träume hast“ beschreibt sie Scanner als Personen, die sich für viele Dinge interessieren und sich ungern auf ein Thema festlegen: „Für Scanner ist die Welt wie ein riesiger Süßigkeitenladen voller Verlockungen. Am liebsten würden sie mit beiden Händen zugreifen und sich die Taschen vollstopfen“, schreibt sie. Doch spätestens nach der Schule würde die Gesellschaft von den Scannern erwarten, sich zu spezialisieren und sie als Amateur*innen oder oberflächliche Menschen stigmatisieren. Oft würde ihr großes Interesse an Neuem mit mangelnder Disziplin und Unentschlossenheit verwechselt. Dabei wären sie Multitalente, voller Wissbegierde, ausgestattet mit der außergewöhnlichen Fähigkeit, schnell neue Dinge zu erlernen und unbekannte Gebiete zu erkunden.

Barbara Sher unterteilt in unterschiedliche Scanner-Persönlichkeiten. Zyklische Scanner hätten diverse aber gleichbleibende Interessen und Hobbys, denen sie sich gerne parallel widmen möchten. Die Autorin schlägt daher vor, dass sie sich Jobs suchen, in denen das möglich ist. Wer vom Reisen träumt, könnte sich zum Beispiel eine ortsunabhängige Arbeit suchen und in unterschiedlichen Ländern arbeiten. Saisonjobs, wie sie zum Beispiel in der Tourismusbranche oder der Landwirtschaft üblich sind, wären eine gute Lösung für Scanner, die sich nicht für einen Beruf entscheiden können und vielleicht auch noch zeitintensive Hobbys pflegen möchten. Auch projektbezogene Stellen würden sich dafür eignen. Wer gerne im Bereich Management arbeitet, kann auch als Interim-Manager*in für Unternehmen arbeiten. Diese werden gerne in Krisen eingesetzt. Ist das Problem gelöst, verlassen sie das Unternehmen wieder.

Sogenannte Serienspezialisten und -spezialistinnen hingegen sind Barbara Sher zufolge thematisch nicht gebunden, sie interessieren sich grundsätzlich für neue Themen. Haben sie diese durchdrungen, besteht kein Interesse mehr daran. Ihnen rät sie, sich „Schirm-Berufe“ zu suchen. Wer zum Beispiel als Dozent*in, Referent*in, Autor*in oder Unternehmensberater*in arbeitet, darf und muss sich ständig mit neuen, sehr unterschiedlichen Themen beschäftigen. Ein solcher Job scheint auch der von Mona Szyperski

zu sein. Wenn sie von ihren beruflichen Stationen berichtet, wird schnell deutlich, dass sie Herausforderungen liebt und gerne weiterzieht, wenn es nichts Neues zum Lernen mehr für sie gibt. Bei einem Personaldienstleister blieb sie verhältnismäßig lange, war erst Social Media Consultant, später PR-Managerin und schließlich Head of Recruitment Communications. Mit einem kleinen Team baute sie den Bereich Employer Branding mit auf und lernte viel darüber. „Da ist dann wieder ein Baustein mit dazu gekommen“, erzählt sie begeistert. „Mein Werkzeugkoffer ist immer weiter gewachsen, mit jeder Station der Karriere.“ Später war sie in das Re-Branding des Unternehmens involviert und bekam Einblicke in das Thema Change-Management. Irgendwann jedoch war die Strategie entwickelt. Die Themen mussten nur noch operativ betreut werden, auf den Social Media Kanälen beispielsweise regelmäßig Inhalte gepostet werden. „Gefühlt war der Job für mich dann erledigt“, erklärt sie. So machte sie sich auf die Suche nach der nächsten großen Herausforderung.

Weitblick und analytische Stärke

Auf Xing gab es einen interessanten Beitrag vom Karrierecoach Dr. Bernd Slaghuys über die Stärken von Generalist*innen. Unter dem Titel „Liebe Generalisten, es reicht!“, schrieb er: „Alle typischen Generalisten plagt das dumpfe Gefühl, nicht genug zu wissen (...) sie bekommen es immer dann besonders schmerzlich zu spüren, wenn (...) der

Fachexperte mit blendender Expertise zur Führungskraft befördert wird oder der Spezialist mit tiefrotem Faden im Lebenslauf am Ende das Rennen um den neuen Traumjob gewinnt.“ Dabei seien sie „wahre Flexibilitätsmeister“. Es würde ihnen leicht fallen, mit Weitblick und analytischer Stärke strategisch zu denken und neugierig über Tellerränder hinauszublicken. Sie würden neue Perspektiven ins Gespräch bringen und Menschen und Themen miteinander verknüpfen.

Die rege Diskussion, die auf den Artikel folgte, zeigt, dass er offensichtlich einen Nerv getroffen hat. Es meldeten sich bekenkende Generalist*innen aus den unterschiedlichsten Branchen zu Wort. Die Berufsbezeichnungen reichten von Agility Master, über Interim Managerin, Innovationsberater, E-Commerce Spezialistin bis hin zu Continuous Improvement Manager. Mit an der Diskussion beteiligten sich auch eine Sachbearbeiterin im Export, der Einrichtungsleiter eines Seniorenheims, eine selbstständige Unternehmerin sowie die Abteilungsleiterin eines Berufsbildungswerks. Viele von ihnen waren froh, endlich einmal Bestätigung für das zu bekommen, was sie ausmacht. Auch Mona Szyperski sieht die Flexibilität als eine Kernkompetenz von Generalist*innen: „Sie können sich schnell in Dinge einarbeiten. Zudem kombinieren sie Fähigkeiten aus unterschiedlichen Disziplinen und denken oft analytisch. Das ist, glaube ich, ihre größte Stärke: Sie gucken auch nach links und rechts.“

Tipps für Generalist*innen

Das passende Modell finden, um seine unterschiedliche Interessen auszuleben:

- Zwei Teilzeitstellen kombinieren
- Befristete/projektbezogene Jobs suchen
- Eine sehr abwechslungsreiche Arbeit suchen
- Nach einer gewissen Zeit den Beruf/die Branche wechseln
- Einem Brotjob nachgehen und in der Freizeit seinen Interessen nachgehen
- Ortsunabhängig arbeiten
- Sich selbstständig machen

Nach Arbeitgebern anstatt nach Stellen suchen: Es finden sich mehr Entscheidungs- und Gestaltungsspielräume, wenn man die gleichen Werte mit dem Arbeitgeber teilt.

Vereinfachen: Einen Teil der Interessen und Tätigkeiten in der Bewerbung weglassen, wenn sie nicht relevant für die Stelle sind.

Den passenden Begriff finden: Einen Berufsbezug finden, der abstrakt genug ist, um die verschiedenen Aspekte der eigenen Arbeit miteinander zu verbinden, und der gleichzeitig verständlich ist: Nachhaltigkeitsexpertin, Organisationsallrounder oder Strategieberaterin zum Beispiel.