

Geleitwort

Die Gestaltung von Unternehmen hinsichtlich ihres Beitrags zur Arbeitszufriedenheit von MitarbeiterInnen wird seit geraumer Zeit als eine zentrale Herausforderung für die Unternehmenspraxis und Organisationstheorie diskutiert. Dabei zeigt sich, dass sich die Anforderungen von und an Organisationen im Zuge der wachsenden Dynamisierung von Unternehmen, den damit verbunden sozialen und geografischen Mobilitäts- und Flexibilitätsanforderungen, des verstärkten Stellenwertes von wissensbasierten Wertschöpfungsanteilen, der zunehmenden Bedeutung von neuen Kommunikationstechnologien und der, damit verbunden, veränderten Arbeitsbedingungen in den letzten Jahrzehnten radikal verändert haben.

Eng mit den organisationalen und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen unterscheidet sich auch die jetzige Generation Berufstätiger hinsichtlich ihrer Bedürfnisse an zufriedenstellende Arbeitskontexte. Bei allen individuellen Unterschieden hat sich der Zugang zur Welt, die Vorstellung von gelingenden Lebensentwürfen und natürlich auch die Ansprüche an Arbeit verändert. Hier gilt es kritisch zu prüfen, inwiefern die klassischen theoretischen Modelle zu Arbeitszufriedenheit für die aktuelle Situation noch zutreffen bzw. welche Veränderungen sich dabei in den Präferenzen herauskristallisieren. Gerade die „Generation Y“, also die zwischen den 80er und Mitte der 90er Jahren Geborenen, die nun den Arbeitsmarkt betreten bzw. in zentrale Funktionen vorrücken, ist hier von Interesse. Anders als die vorhergehenden Generationen sind diese von der Geburt an mit neuen Medien aufgewachsen und die wachsenden Flexibilitätsanforderungen stellen eine Selbstverständlichkeit dar. Zusätzlich basieren die individuellen Biografien auf tendenziell anderen – Selbständigkeit stärker betonenden, zuweilen aber auch behütenden – Erziehungsstilen und Autoritätserfahrungen.

In der vorliegenden qualitativen Studie wird ein explorierender Blick auf die spezifischen Bilder und Vorstellungen von Arbeitszufriedenheit der „Generation Y“ geworfen und mit dem klassischen Modell von Alderfer in Beziehung gesetzt. Dabei sind entsprechend der qualitativen Vorgehensweise nur bedingt generalisierende Ergebnisse möglich – was auch der hochgradig heterogenen „Generation Y“ nicht angemessen wäre. Ergebnis ist vielmehr ein facettenreicher Blick auf die spezifischen Ansprüche und Wünsche von gelingenden Arbeitskontexten. Damit stellt die Arbeit

einen interessanten Impuls für eine differenziertere, alterssensible Diskussion von Arbeitszufriedenheitsfaktoren dar.

PraktikerInnen, etwa im Personalrecruiting, werden Hinweise für eine Arbeitsgestaltung, die mit den Lebensentwürfen der „Generation Y“ korrespondiert, erhalten. Für die Wissenschaft stellt die Studie einen hilfreichen Ausgangspunkt für ein weiteres vertieftes Beforschen von Organisationsgestaltung in einer pluralistischen und widerspruchreichen Welt dar.

Dr. Georg Zepke, Institut für Systemische Organisationsforschung

Die Arbeitszufriedenheit der Generation Y
Lösungsansätze für erhöhte Mitarbeiterbindung und
gesteigerten Unternehmenserfolg

Einramhof-Florian, H.

2017, XXI, 90 S. 13 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-15157-7