

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis.....	IX
Abbildungsverzeichnis.....	XIII
Tabellenverzeichnis.....	XVII
Abkürzungs- und Symbolverzeichnis.....	XXI
A Das Generationenkonzept und seine Relevanz für das Personalmanagement	1
A.1 Die Generation Y als aktuelle Herausforderung im Personalmanagement....	1
A.2 Definitorische Abgrenzung forschungsrelevanter Begrifflichkeiten	6
A.3 Theoretische Einordnung in relevante Forschungsfelder.....	10
A.4 Ziel und Gang der Untersuchung.....	12
B Ausgewählte gesellschaftliche Wandlungsprozesse mit hoher Relevanz für die Sozialisation und das Arbeitsumfeld der Generationen	16
B.1 Dimensionen des sozialen Wandels	16
B.2 Globalisierung.....	18
B.3 Mediatisierung/Digitalisierung	27
B.4 Demografischer Wandel	39
C Erklärungsansätze für Verhaltensänderungen im Wandel der Generationen	51
C.1 Die Kohortenanalyse als methodischer Ausgangspunkt des Generationenkonzepts.....	51
C.1.1 Entstehung, Entwicklung und Verbreitung der Kohortenanalyse	51
C.1.2 Abgrenzung verschiedener Effekte in der Kohortenanalyse.....	54
C.1.3 Das Generationenkonzept.....	57
C.1.4 Vergleichende Charakterisierung der Generationen in der BRD	61
C.1.4.1 Generationenabgrenzung und -einteilung.....	61
C.1.4.2 Charakterisierung der Baby Boomer-Generation.....	65
C.1.4.3 Charakterisierung der Generation X	67
C.1.4.4 Charakterisierung der Generation Y	69
C.1.4.5 Zusammenfassende Übersicht der Generationencharakterisierung ..	72
C.2 Grundlagen der menschlichen Sozialisation.....	73
C.2.1 Begriffsklärung und -abgrenzung	73
C.2.2 Phasen des Sozialisationsprozesses und Strukturierung der Sozialisationsinstanzen	76

C.2.3 Theoretische Ansätze zur Erklärung der menschlichen Sozialisation.....	80
C.2.3.1 Psychologische und soziologische Basistheorien im Überblick	80
C.2.3.2 Psychologische Basistheorien der menschlichen Sozialisation	81
C.2.3.3 Soziologische Basistheorien der menschlichen Sozialisation	90
C.2.3.4 Zusammenfassende Übersicht der vorgestellten Basistheorien	98
C.2.4 Einflussfaktoren auf den Sozialisationsprozess der Generationen.....	99
C.2.4.1 Gesamtgesellschaftliche Einflussfaktoren.....	99
C.2.4.2 Institutionelle und interaktionelle Einflussfaktoren	102
C.3 Die Bedeutung von Werten für das individuelle Entscheidungsverhalten ..	127
C.3.1 Definition und Abgrenzung zu verwandten Konzepten	127
C.3.2 Theorien der Werteentstehung und -veränderung	132
C.3.3 Wertemessung	136
C.3.4 Theorie des Wertewandels	146
C.4 Gemeinsamkeiten und Unterschiede der Generationen im Vergleich	150
C.5 Kritik am Generationenkonzept.....	154
C.6 Zusammenfassende Würdigung der theoretischen Erkenntnisse.....	159

D Identifikation von generationsspezifischen Differenzen auf Basis des Sozio-oekonomischen Panels..... 162

D.1 Überblick über das SOEP	162
D.2 Verfügbarkeit geeigneter Variablen	166
D.3 Sekundärstatistische Analyse von Generationenunterschieden	172
D.3.1 Datenaggregation und -vorbereitung	172
D.3.2 Charakterisierung des Datensatzes.....	173
D.3.3 Ergebnisse der empirischen Datenanalyse zur vergleichenden Charakterisierung der Generationen	174
D.3.3.1 (Post-)Materialistische Werteorientierung nach INGLEHART	174
D.3.3.2 Vermessung der individuellen Werteorientierung anhand von (Lebens-) Zielen nach dem Ansatz von KLUCKHOHN/STRODT- BECK.....	179
D.3.3.3 Big-Five Persönlichkeitsdimensionen	183
D.3.3.4 Zufriedenheit mit ausgewählten Lebensbereichen.....	185
D.4 Zusammenfassende Würdigung der Analyseergebnisse.....	188

E Konzeptionelle Grundlagen der Arbeitgeberwahl und Entwicklung eines theoretischen Bezugsrahmens für den Entscheidungsprozess der Generation Y 190

E.1 Die Arbeitgeberwahl der Generation Y	190
E.2 Die Arbeitgeberwahl aus verhaltenstheoretischer Sicht.....	190
E.3 Ableitung und Begründung eines zusammenfassenden Bezugsrahmens zur Erklärung der Arbeitgeberwahl	203
E.4 Vertiefende Betrachtung ausgewählter Elemente der Synopse des Arbeitgeberwahlprozesses	205

E.4.1 Überblick über empirische Studien zur Generation Y	205
E.4.2 Anforderungen an einen potenziellen Arbeitgeber	217
E.4.3 Einfluss der individuellen Werteorientierung auf das Arbeitgeberwahlverhalten.....	229
E.4.4 Einfluss der Unternehmenskategorie auf das individuelle Arbeitgeberwahlverhalten	237
F Empirische Analyse der Arbeitgeberwahl der Generation Y	245
F.1 Überblick über die untersuchungsleitenden Thesen und Ableitung statistisch überprüfbarer Forschungshypothesen	245
F.2 Design und Methodik der empirischen Untersuchung	249
F.2.1 Definition der Zielgruppe	249
F.2.2 Erhebungsmethodik und Fragebogendesign.....	250
F.2.3 Prozess der Datenerhebung.....	251
F.2.4 Stichprobencharakterisierung.....	251
F.2.5 Datenvorbereitung und -bereinigung	253
F.3 Darstellung der empirischen Ergebnisse	255
F.3.1 Abbildung der intragenerationalen Heterogenität bei der individuellen Werteorientierung	255
F.3.2 Einfluss der individuellen Werteorientierung auf die Branchenattraktivität.....	261
F.3.3 Einfluss der individuellen Werteorientierung auf die Größenklassenpräferenz	266
F.3.4 Einfluss der individuellen Werteorientierung auf die Anforderungen an einen potenziellen Arbeitgeber	270
F.3.5 Einfluss der Anforderungen an einen potenziellen Arbeitgeber auf die Größenklassenpräferenz	276
F.4 Zusammenfassung der zentralen Untersuchungsergebnisse	279
G Zusammenfassung und Ausblick	282
G.1 Zusammenfassung der zentralen Erkenntnisse der theoretischen und empirischen Ergebnisse	282
G.2 Implikationen für die betriebliche Personalarbeit	289
G.3 Kritische Würdigung des eigenen Vorgehens	297
G.4 Implikationen für den zukünftigen Forschungsbedarf	300
Anlagen.....	303
Literaturverzeichnis.....	319

Werteorientierung und Arbeitgeberwahl im Wandel der
Generationen

Eine empirisch fundierte Analyse unter besonderer
Berücksichtigung der Generation Y

Pfeil, S.

2017, XXIV, 384 S. 71 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-16333-4