

Die Generation Y - Mitarbeiter der Zukunft

Herausforderung und Erfolgsfaktor für das Personalmanagement

Bearbeitet von
Anders Parment

1. Auflage 2009 2009. Buch. 182 S. Hardcover
ISBN 978 3 8349 1590 0
Format (B x L): 16,8 x 24 cm
Gewicht: 395 g

[Wirtschaft > Spezielle Betriebswirtschaft > Personalwirtschaft, Lohnwesen,
Mitbestimmung](#)

schnell und portofrei erhältlich bei


DIE FACHBUCHHANDLUNG

Die Online-Fachbuchhandlung beck-shop.de ist spezialisiert auf Fachbücher, insbesondere Recht, Steuern und Wirtschaft. Im Sortiment finden Sie alle Medien (Bücher, Zeitschriften, CDs, eBooks, etc.) aller Verlage. Ergänzt wird das Programm durch Services wie Neuerscheinungsdienst oder Zusammenstellungen von Büchern zu Sonderpreisen. Der Shop führt mehr als 8 Millionen Produkte.

Vorwort

Lange Jahre wurde den Besonderheiten der so genannten Generation Y – Menschen, die in den 80er Jahren geboren worden sind – weder vonseiten der Forschung noch seitens der Unternehmenspraxis im notwendigen Maß Rechnung getragen. Viele Unternehmen und andere Organisationen (z. B. Universitäten und Hochschulen, Fachverbände und Nichtregierungsorganisationen) haben sich – aufgrund der Erfahrungen aus ersten Kontakten mit ihr – über die Generation Y beschwert: Sie wird als anspruchsvoll, manchmal auch als impertinent und unverschämt betrachtet. Als Autor dieses Buches kann ich mich mit meinen Erfahrungen und wissenschaftlichen Befunden einer solchen Auffassung schwerlich anschließen.

Als Studiengangsleiter für Betriebswirtschaftslehre bin ich in den Jahren 2005 bis 2008 tagtäglich mit der Generation Y in Berührung gekommen. Irgendwie konnte ich diese neue Generation nicht richtig verstehen: Auf der einen Seite war sie ehrgeizig, aufstrebend, sozial und machte den Eindruck, das Leben zu genießen. Auf der anderen Seite war sie anspruchsvoll und hat fortwährend Wünsche nach Sonderlösungen und Dienstleistungen, die zusätzlichen Aufwand nach sich ziehen, vorgetragen. Dieses Phänomen bedurfte einer wissenschaftlichen Ergründung, eine Studie war erforderlich! Folglich bin ich bis auf den heutigen Tag, seit 2006, intensiv mit dem Thema *Generation Y* befasst.

Die Datensammlung der Studie begann in Dornbirn, Österreich, wo ich eine breite Palette von unterschiedlichen Leuten der Generation Y getroffen habe: Studenten, ehemalige Studenten und solche, die überhaupt nicht studiert hatten; Österreicher, Deutsche, Amerikaner, Franzosen und Spanier. In Linköping und Stockholm wurden weitere Interviews geführt. Die Fragebogen waren für Zielgruppen an den dortigen Universitäten entworfen worden.

In den Jahren 2006 und 2007 wurden insgesamt 35 Interviews mit Generation Y-Personen aus Deutschland, Österreich, Schweden, Belgien, Spanien, Mexiko, den USA und Indien geführt. Die Befragten hatten im Hauptfach recht unterschiedliche Richtungen studiert: BWL, VWL, Jura, Theologie oder Sozialwissenschaft; einige unter ihnen hatten auch überhaupt nicht studiert. Zwei Fragebogen wurden 2007 an Studenten versendet, von denen der erste hier als „Generation Y-Fragebogen“ bezeichnet wird. Dieser Fragebogen wurde von 474 Student(inn)en beantwortet (Rücklaufquote 49,4 Prozent).

Im Spätsommer und Herbst 2008 wurden in drei Fokusgruppen mit insgesamt 20 Personen Diskussionsrunden mit dem Thema „Generation Y im Arbeitsleben“ veranstaltet. Hier wurden die Beziehungen zum Arbeitsmarkt, zum Arbeitgeber etc. gründlich erörtert. Darauf folgte ein Fragebogen, der von 534 Student(inn)en beantwortet wurde – der hier so genannte „Employer-Branding-Fragebogen“.

Erste Ergebnisse dieser Untersuchungen finden sich in dem Buch „Sustainable Employer Branding“, das im April 2009 in englischer Sprache bei Liber/Copenhagen Business School Press erschienen ist. Das Buch behandelt das nachhaltige Employer Branding – ein Thema übrigens, das zunehmend an Bedeutung gewinnt.

Was in der nunmehr vorliegenden Publikation beschrieben wird, basiert auf allgemeinen Tendenzen, die nicht nur im deutschsprachigen Raum vorhanden sind. Selbstverständlich ist – wie das ja mehr oder weniger auf jedes Buch zutrifft – ein subjektiver Einfluss des Verfassers und seines nationalen, in diesem Fall schwedischen, Backgrounds sowie seiner Sicht des Wirtschaftslebens nicht zu bestreiten. Jemand anders würde dieses Buch natürlich nicht so geschrieben haben. Wenn der Leser jedoch zu einer veränderten Sicht sowie neuen Ideen gelangt, die die Qualität seines Unternehmens zu verbessern vermögen, dann wäre mein Anliegen erreicht. Nicht zuletzt aufgrund meiner Kenntnisse über die deutsche Wirtschaft – unter anderem war die Automobilindustrie Deutschlands Fallbeispiel meiner Dissertation – hoffe ich ungeachtet meiner schwedischen Herkunft, dass auch der deutsche Leser die Lektüre dieses Buches nützlich findet.

An dieser Stelle bin ich Herrn Professor Dr. habil. H. Strickert (Rostock) für seine wertvolle Hilfe als sorgfältiger Korrektor des deutschsprachigen Manuskripts sowie für manchen nützlichen Hinweis zur Textgestaltung zu außerordentlichem Dank verpflichtet.

Wenn Sie Fragen, Ideen oder Feedback haben – zögern Sie nicht, mit mir in Kontakt zu treten.

Stockholm, im Juni 2009

Anders Parment