

Generation Z

Wie sie tickt, was sie verändert und warum sie uns alle ansteckt

Bearbeitet von
Christian Scholz

1. Auflage 2014. Buch. 220 S. Gebunden
ISBN 978 3 527 50807 5
Format (B x L): 14 x 21,4 cm

[Wirtschaft > Wirtschaftswissenschaften: Allgemeines > Wirtschaftswissenschaften:
Sachbuch und Ratgeberliteratur](#)

Zu [Leseprobe](#)

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.

Inhalt

Vorwort	7
A Z wie Zombie: Eine neue Generation, die uns alle irgendwie doch betrifft	11
Was wir vom Umgang mit Zombies lernen können:	
Es bewegt sich was, wir merken es kaum, aber es ist da	11
Warum uns das Konzept »Generation« weiter hilft: trotz Kritikern, die Schubladen zumachen, bevor sie offen sind	14
Wieso die Generation Z uns alle fasziniert: zwischen unrealistischer Heroisierung und unfairem »Bashing«	19
Wo die empirische Basis liegt: Es gibt mehr Daten, als es den Anschein hat	28
Was wir von der Generation Z schon wissen: einige Antworten und viele Fragezeichen	30
Wo uns dieses Buch hinführen will: notwendiger Diskurs, versuchsweise Erklärungen und irritierende Vorschläge	39
B Das Leben der Generation Z: Der ganz alltägliche Wahnsinn	41
Helikopter-Eltern und abgehobene Politiker	41
Die verkorkste Bologna-Reform	48
Finanz-, Wirtschafts- und Europakrisen	55
Praktikum, Leiharbeit und Werkvertrag als Perspektive?	58
Winterkorns Millionen als »ethischer Kompass«?	63
Jenseits von Neil Postman: Medien als Realität	67
C Das Treffen der Generationen: Die Generation Z steckt andere an	73
Generation Z: Unterschätzte Relevanz	73
Generation Y: Zeitlich eng bei Generation Z, aber ganz anderer Hintergrund	75
Generation X: Inhaltlich eng bei Generation Z, aber ganz andere Konsequenzen	79
Babyboomer: Viel mehr als nur ein Altersunterschied	81

D Digital Natives: Die schöne neue Welt der ultimativen	
Wachstumsbeschleuniger	87
Der ideale Konsument: Gläsern und gutwillig	88
Der ideale Lebenspartner: Verlässlich und brav	93
Der ideale Mitarbeiter: »Always on« und immer informiert	96
Der ideale Arbeitsplatz: Kostengünstig und flexibel	100
Die ideale Arbeitswelt: Mit der Cloud und in der Cloud	103
E Generation Z als unbequeme Wirklichkeit: Worüber man lieber nicht sprechen möchte	107
Die Raupe Nimmersatt	107
Die militante Kuschelkohorte	117
Die digitalen Naiven	125
Das Weichei in der Hängematte	131
F Nachdenkpause und Standortbestimmung: Von der Raupe zum Schmetterling?	139
G Wo wir handeln könnten: Vorschläge für eine neue andere Lebenswelt	143
Wann arbeiten? Geregelte Arbeitszeit und geregelte Freizeit	143
Wo arbeiten? Unternehmen als klar abgegrenzte	
Zweitwohnung	153
Wie leben? Selbstdefinition auch durch Konsum	161
Wie arbeiten? Qualifizierung als ultimative Versicherung	167
Was arbeiten? Führung als notwendiges Übel	174
Womit arbeiten? Selektive soziale Medien trennen	
privat und dienstlich	182
Wofür arbeiten? Die Abkehr vom Leistungslohn und die	
Rückkehr der Sinnfrage	190
H Schluss	199
Anmerkungen	203
Personenverzeichnis	217
Stichwortverzeichnis	219