

Jutta Oertel

Generafionenmanagement in Unternehmen

Mit einem Geleitwort von Prof. Dr. Gerhard Schewe

C

Deutscher Universitäts-Verlag

INHALTSVERZEICHNIS

GELEITWORT.....	VII
VORWORT.....	IX
INHALTSVERZEICHNIS.....	XI
ABBILDUNGSVERZEICHNIS.....	XV
TABELLENVERZEICHNIS.....	XVII
ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS.....	XIX

A EINFÜHRUNG.....	1
I Generationsproblematik im Arbeit'sleben.....	1
1 Generationen am Arbeitsplatz.....	1
2 Entwicklung des deutschen Arbeitskräftepotenzials.....	6
3 Forschungsanliegen und Forschungsmethodik.....	11
II Analyse des Generationsbegriffes.....	14
1 Sprachliche Facetten des Generationsbegriffs.....	14
2 Bedeutungsinhalte des Generationsbegriffs in den Wissenschaften.....	17
3 Kontextunabhängige Generatrontendefinition.....	20
B GRUNDLAGEN UND ANSÄTZE DER GENERATIONENFOBSCHUNG.....	24
I Erste Ansätze des Generationeninanagenients.....	25
1 Amerikanische Generationsideal typen und ihre Beziehungen.....	25
2 Kritische Würdigung des amerikanischen Forschungsmaterials.....	31
II Soziologische Grundlagen der Generationenforschung.....	36
1 Historie der soziologischen Generationeieforschung.....	36
2 Formalsoziologische Analyse des Generationenproblems.....	43
3 Sozialisationsforschung und Rollentheorie.....	49
4 Lebenslaufkonzept.....	57
5 Kohortenanalyse.....	62
UI Verhaltenswissenschaftlicue Grundlagen der Generationenforschung.....	68
1 Generationspersönlichkeit und Generationshandeln.....	68
2 Weitsystem der Generationspersönlichkeit.....	76
3 Generationentypisierung.....	83
IV Zwischenfazit: Kernelemente des Geilerationenverhaltens.....	87

C	GRUNDMODELL ZUM GENERATIONENVERHALTEN IM UNTERNEHMEN..	92
	
I	Grundmodell und raumzeitliche Verankerung.....	92
	1 Modell zum Generationenverhalten.....	92
	2 Zeitliche Präzisierung der Generationenlagerung.....	95
	3 Sozial-räumliche Präzisierung der Generationenlagerung.....	98
II	Konkretisierung der Generationenmerkmale.....	102
	1 Generationenzusammenhänge und Generationseinheiten.....	102
	2 Generationenlebensverläufe.....	107
	3 Generationenpersönlichkeit und Generationsverhalten.....	115
III	Konkretisierung der Generationenverhältnisse.....	120
	1 Generationendynamik.....	120
	2 Generationenbeziehungen.....	123
	3 Generationenkonflikte im Unternehmen.....	127
	4 Beeinflussung des Generationsverhaltens im Unternehmen.....	132
IV	Zwischenfazit: Modellkonkretisierung.....	135
D	INHALTLICHE KONKRETISIERUNG DES MODELLS.....	137
I	Entwicklungen auf staatlicher Ebene.....	137
	1 Bevölkerungsentwicklung.....	137
	2 Zeitgeistgeschichte der Bundesrepublik Deutschland.....	141
	3 Wertewandel.....	147
II	Generationenprägung in Familie und Unternehmung.....	152
	1 Entwicklungen auf der Familienebene.....	152
	2 Wandel der Geschlechtertypisierung.....	156
	3 Entwicklungen auf Unternehmensebene.....	160
ni	Zwischenfazit: Generationszusammenhänge und Zeitgeisttrends.....	166
E	GENERATIONENMANAGEMENTSTUDIE.....	171
I	Methodik und Durchführung der Generationenmanagementstudie.....	171
	1 Methodenwahl und Erhebungsdesign.....	171
	2 Fragebogengestaltung und Pretest.....	175
	3 Durchführung, Auswertung und Stichprobe der Erhebung.....	178
II	Empirische Befunde zur Positionierung im Lebensverlauf.....	181
	1 Familiäre Situation der Altersgruppen.....	181
	2 Berufliche Situation der Altersgruppen.....	184
	3 Prägende Ereignisse im Lebenslauf.....	188

III	Empirische Befunde der Generationenzuordnung.....	190
1	Generationsbewusstsein.....	190
2	Bedeutende generationenprägende Ereignisse.....	195
3	Generationenprägung im Privatleben.....	197
IV	Empirische Befunde zu Geueratioiispersönlichkeiten.....	202
1	Grundwertsystem.....	202
2	Generationenpnoritäten im Arbeitsleben.....	205
3	Generationensterereotype Eigenschaften.....	207
V	Empirische Befunde zu Geueratioueuverhältnissen in Unternehmen.....	213
1	Wunscheigenschaften von Arbeitnehmern.....	213
2	Zeitgeistanforderungen an den Arbeitsplatz.....	217
3	Generationenbeziehungen im Unternehmen.....	223
VI	Zwistiiefazit: Diskussion der empirischen Ergebnisse.....	227
F	GENERATIONENMANAGEMENT.....	233
I	Grundlagen des Generalionenmanageiunts.....	233
1	Sensibilisierung für die Notwendigkeit von Generationenmanagement.....	233
2	Zentrale Prinzipien des Generationeninanagements.....	236
3	Ansatzpunkte des Generationeninanagements.....	240
II	Generalioneumauagementstrategie.....	245
1	Unternehmensanalyse mit Schwerpunkt Altersdiversität.....	245
2	Altersdiverse Unternehmensstrategie.....	248
3	Zeitgerechter Unternehmenskulfürwandel und seine Träger.....	251
4	General ionenmanagementcontdrlling.....	260
III	Management von Altersstruktur und intergenerationeller Zusammenarbeit. 265	
1	Steuerung des Personalbestands nach Altersgruppen.....	265
2	Gestaltung altersdiverser Teams.....	274
3	AltersdiverseFührung.....	282
4	Management von Generationenkonflikten.....	289
5	Geherationenmanagement in Außenbeziehungen und Außenwirkung.....	297
IV	Instrumente altersdiverser Leistungsförderuug.....	301
1	Altersdiverse Förderung von Gesundheit und körperlicher Leistung.....	301
2	Altersdiverse Förderung von Wissensaustausch und geistiger Leistung.....	313
3	Altersdiverse Förderung der sozialen Kompetenz.....	326
V	Flexibilisierung der Rahmenbedingungen.....	334
1	Individualisierung des Anreizsystems.....	334
2	Flexibilisierung des Arbeitsorts.....	344
3	Flexibilisierung der Arbeitszeit.....	349
4	Flexibilisierung des Entgeltsystems.....	357
VI	Generationenmanagement im Überblick.....	361

G	KRITISCHE WÜRDIGUNG UND AUSBLICK.....	365
I	Implikationen für die Unternehmenspraxis.....	365
II	Entwicklungslinien und Implikationen für Politik und Gesellschaft.....	370
III	Implikationen für die Forschung.....	382
H	RESUME.....	386
I	Motivation.....	386
II	Aperen de la recherche et choix des methodes.....	387
UI	Modele et facteurs conditionnants.....	388
IV	Recherche empirique.....	392
V	Gestion des generations.....	395
VI	Conclusion.....	396
	ANIAJNG.....	399
	LITERATURVERZEICHNIS.....	403