

Die Grundlagen der Generationenforschung schuf der Soziologe Karl Mannheim 1920 mit den ersten Theorien über Generationen. Aufgegriffen wurde dieses Thema erst lange Zeit nach dem Zweiten Weltkrieg, als die sogenannte Nachkriegsgeneration erforscht wurde. Die Generation der Babyboomer ist in einem Umfeld aufgewachsen, in dem die Erwachsenen einen Krieg erlebt haben, der alles davor Dagewesene in den Schatten stellte. Das Leid war unendlich groß, darüber gesprochen wurde nicht. Diese Extremerfahrung, die Millionen von Menschen erlebt haben, und das anschließende Schweigen übertrugen sich auf die Kinder und prägten diese Generation stark.

Generationenforschung

Generationenforschung macht sichtbar, welche einzigartigen Merkmale die verschiedenen Generationen aufweisen. Generationen sind von wirtschaftlichen, kulturellen, sozialen und ökologischen Umständen und Veränderungen abhängig und dadurch auf gleiche Art und Weise geprägt. Auf Basis dieser Erkenntnis entwickelte der Soziologe Karl Mannheim im Jahr 1928 die erste Theorie der Generationenforschung. Veröffentlicht in seinem Essay »Das Problem der Generationen«. Während sich Generationen früher in ihren Wertvorstellungen langsamer gewandelt haben (wenig gesellschaftliche Veränderungen), geschieht das in

der Moderne deutlich schneller. Mannheim fasste alle Personen, die in einem Zeitraum mit ähnlichen Einflüssen geboren wurden, zu einer Generation zusammen. Er verwendete für seine Einteilung damals 15 Jahresschritte, allerdings gibt er keine genaue Auskunft über den Zeitraum an, den eine Generation umfassen sollte. In den Populärwissenschaften halten sich jedoch 15 Jahre als Einteilung für Generationen bisher hartnäckig. Damit versteht die Populärwissenschaft Mannheims Theorie der Generationen aber falsch: Denn er ging davon aus, dass sich Generationen in Abhängigkeit der gesellschaftlichen Umstände herausbilden. Wie lange es also dauert, bis eine neue Generation entsteht, kann nicht im Voraus gesagt werden und ist wesentlich davon abhängig, wohin die Reise einer Gesellschaft geht (vgl. Maas 2021c, S. 42. zit. n. Mannheim 1928). Dass es eine neue Generation gibt, muss daher immer bewiesen werden.

(Mannheim, K. 1964, S. 509 – 565)



9

INDEX

A

Addictive Design 44
Arbeit 4.0 98
Arbeitsklima 26
Arbeitslosigkeit 21
Aristoteles VI, IX
Artifizielle Intelligenz (AI) 30

B

Babyboomer 7
Berufseinstiegsbegleiter 90
Bewerber 83, 86
Bewerbung 67, 74, 83
– – Ansprechpartner 79
Bewerbungsgespräch 81

C

Charaktereigenschaften 45

D

Deutsches Jugendinstitut (DJI) 16
Digitalität 54, 97, 107, 109
Digital Native 8
Digital Native 2.0 35

E

Eindruck, erster 88
Eltern 31, 33, 50, 75
Empfindlichkeit 99
Employer Branding 59
Entscheidungsarmut 30
Entwicklungsmöglichkeiten 91
Erfahrung 100

F

Facebook 16, 41
Familie 32, 50
FOBO 103
FOMO 103
Fortschritt 63
Freizeit 24

G

Galilei, Galileo 14
Generation Alpha 105
Generationen-Analyse-Check (GAC) 11
Generationenforschung 3, 5
Generation-Thinking 17
Generation X 7, 8, 84
Generation Y 8, 24, 25, 27, 71, 73, 81

H

Haloefekt 85
Hegel, Georg Wilhelm Friedrich 46
Hierarchie 27
Homeoffice 11, 24, 26, 27, 71, 73

I

Individualismus 51
Instagram 30, 40, 41
Instagramability 44

K

Kagermann, Henning 98
Kompetenz, digitale 54, 97, 101, 107, 109
Konservativität 52
Kriegsgeneration 7
Künstliche Intelligenz (KI) 30, 110

M

Mannheim, Karl 5
Medien, digitale 38
Motivation 92

N

Nachkriegsgeneration 7
Neo-Konventionalismus 33

Netzwerk, soziales 38, 40, 44, 51

New Work 94

Nomophobie 104

O

Onboarding 87

P

Personalmarketing 61

Primacy-Effekt 82

Q

Quiet Quitting 89

R

Recency-Effekt 82

Recruitment 80

Recruiting 61

S

Schnelligkeit 66

Selbstbewusstsein 21, 48

Sicherheit 84

Snapchat 62

Sokrates 20

Sozialisationsphase 3

Spiegel, Evan 62

Stellenanzeige 64, 69, 77

Struktur 27

Studiendesign 13

Swipen 78

T

Teamarbeit 102

Thunberg, Greta 29

Tinder 78

Transparenz 70

U

Überstunden 81

Ungeduld 53

Ungewissheit 29

Unternehmensbindung 95

V

Vokabular 111

VUCA 96

W

Werbung 61

Wertewandel 22

Wertschätzung 93

Wilhelm II., Kaiser 36

Work-Life-Separation 71

Z

Zuckerberg, Mark 16