

1	AUSGANGSLAGE	9
1.1	Problemstellung	9
1.2	Zielsetzung	11
1.3	Vorgehensweise und Aufbau	11
2	ZIELGRUPPENDEFINITION – GENERATIONEN IM ARBEITSMARKT	12
2.1	Generationenüberblick	12
2.2	Baby Boomer Generation	14
2.3	Generation Golf	15
2.4	Generation Y	16
3	ZIELGRUPPENANALYSE – GENERATION Y	17
3.1	Einflussfaktoren und deren Auswirkung	17
3.1.1	Globalisierung	18
3.1.1.1	Ökonomische Dimension	20
3.1.1.2	Arbeitsmarktbezogene Dimension	21
3.1.1.3	Politische Dimension	22
3.1.1.4	Kulturelle Dimension	22
3.1.1.5	Ökologische Dimension	24
3.1.2	Technologie	25
3.1.2.1	Mediales Angebot und Parallelnutzung	25
3.1.2.2	Entwicklung der Medianausstattung	27
3.1.2.3	Soziale Netzwerke	29
3.1.2.4	Mobiles Internet	31
3.1.3	Gesellschaftlicher Wandel	32
3.2	Anforderungen der Generation Y an einen Arbeitgeber	38
3.2.1	Fremdbild der Präferenzen der Generation Y	39
3.2.2	Selbstbild der Präferenzen der Generation Y	41
3.2.3	Ableich Fremd- und Selbstbild	46

3.3 Auswirkungen der Generation Y auf das Personalmanagement	49
4 PERSONALMANAGEMENT IM RAHMEN DER GENERATION Y	51
4.1 Überblick und Auswahl relevanter Handlungsfelder	51
4.2 Personalbeschaffung	56
4.2.1 Ablauf der Personalbeschaffung	56
4.2.2 Beschaffungswege	58
4.2.2.1 E-Recruiting Kanäle	59
4.2.2.2 Spinnennetz-Strategie	76
4.2.2.3 Mobile Recruiting	78
4.3 Personaleinsatz	79
4.3.1 Einarbeitung	80
4.3.2 Arbeitsstrukturierung	81
4.3.3 Arbeitszeitmodelle	83
4.4 Personalführung	85
4.4.1 Kommunikation und Motivation	85
4.4.2 Ziele vereinbaren	87
4.4.3 Fordern und Fördern	88
4.4.4 Kooperieren	89
4.4.5 Beurteilen	89
4.5 Personalentwicklung	90
4.5.1 Karriere- und Nachfolgeplanung	90
4.5.2 Personalbildung	92
4.5.3 Personalförderung	94
4.5.4 Arbeitsstrukturierung als Personalentwicklung	96
5 ZUSAMMENFASSUNG UND FAZIT	97
ANHANG	100
QUELLENVERZEICHNIS	103