

# Inhalt

<b>Vorwort .....</b>	<b>7</b>
<b>1 Prolog .....</b>	<b>9</b>
<b>2 Die gängigen Generationeneinteilungen in der freien Marktwirtschaft und ihre Kritik .....</b>	<b>10</b>
2.1 Die Geschichte des Generationenbegriffs .....	11
2.2 Die gängigen Generationeneinteilungen von der Nachkriegsgeneration zur Generation Alpha .....	14
2.3 Die Theorien der prägenden Phase .....	21
2.4 Über die generationelle Erbsünde und ihr Wirbelsturm in Neuseeland .....	23
2.5 Praxistipp: Vorsicht vor Pauschalierungen .....	28
<b>3 Ansprüche eines interdisziplinäreren Ansatzes in der Generationenforschung .....</b>	<b>31</b>
3.1 Methodologische Faustregeln für die Generationenforschung .....	33
3.2 Integration psychologischer Erkenntnisse .....	39
3.2.1 Das autobiographische Gedächtnis und die Mär von der prägenden Phase .....	41
3.2.2 Die Individualisierung der Generationenmitglieder .....	44
3.3 Praxistipp: Das Profil der Generationen .....	49
<b>4 Ein soziologisch-psychologischer Erklärungsansatz für Generationen .....</b>	<b>56</b>
4.1 Das Maas-Peters-Modell (Mape-Modell) .....	57
4.1.1 Vom Ereignis über die prägende Phase zur Handlung .....	58
4.1.2 Durch Individualisierung zur Kollektivierung .....	62
4.2 Ein neuer Möglichkeitshorizont der Generationenforschung ...	66
4.3 Praxistipp: Generationen und das Internet .....	69

<b>5</b>	<b>Der Generationenbegriff wiederbelebt:</b>	
	»Der Homo interneticus« .....	<b>73</b>
5.1	Die Trennlinien der Generationen im Wandel .....	74
5.2	Generationen als Spiegel der Gesellschaft .....	79
5.3	Schwarmdummheit psychologisch erklärt .....	82
5.3.1	Wissen ist googeln .....	84
5.3.2	Virtuell das Analoge gestalten .....	88
5.3.3	Durch Erleichterung zur Überforderung .....	89
5.4	Praxistipp: Anwendung von Generationen und Social Media...	92
<b>6</b>	<b>Fazit</b> .....	<b>96</b>
	<b>Literaturverzeichnis</b> .....	<b>104</b>