

Philipp Riederle

Wer wir sind und was wir wollen

Ein Digital Native erklärt seine Generation
Copyright © 2013 by Knauer Taschenbuch

Für die Mitglieder von lehrlingspower.at

Kurzüberblick von Robert Frasch

Ein kurzweilig zu lesendes Buch, das einen guten Überblick über die Sicht eines Digital Natives zu seiner Generation gibt. Riederle liefert gute Einblicke in die so oft zitierte Generation Y, ist er doch „mitten drin statt nur dabei“. Nicht alles konnte ich jedoch bisher in der Realität rund um mich – auch mit dem durch das Buch geschärften Blick – bestätigen. Aussagen wie „die Jugend sieht nicht mehr fern“ oder „die Jugend strebt keinen Führerschein und kein Auto mehr an“ sind manchmal (zu?) plakativ. Und auf was er in seinem Buch bei den zahlreichen Hinweisen auf „alles funktioniert jetzt völlig anders“ meiner Meinung nach vergisst: es gibt noch eine große Zahl an Menschen, die nicht als Digital Natives aufgewachsen sind.

Alles in allem aber ein Buch, das jeder gelesen haben sollte der mit Jugendlichen arbeitet. Vom Kommunikationsverhalten über Konsumverhalten bis hin zu Arbeitswelt und politischen Einstellungen gibt er einen guten Einblick in die Kultur der Digital Natives. Und es ist sicher gut zu wissen, welche Generation hier auf uns zukommt – wenn auch noch nicht alles in allen Bereichen spürbar ist. Allein der Hype rund um dieses Buch wird den einen oder anderen Trend möglicherweise verstärken. Und vieles hat auch durchaus seine Berechtigung und hält schon jetzt dem Realitätscheck stand.

Mein Fazit: Die Inhalte des Buches können eine gute Grundlage für Diskussionen mit Ihren eigenen Lehrlingen sein. Als Grundlage unbedingt lesen und aufmerksam hinterfragen, was daraus schon Realität ist und was vielleicht gerade erst entsteht. Die Kunst und Herausforderung ist es, jung und alt miteinander zu verbinden. Und beiden Gruppen die richtigen Angebote auf den richtigen Mitteilungskanälen zu liefern. Aber das war doch schon immer so 😊

Zu den Kapiteln des Buches:

Das Kommunikationsverhalten der Generation Y

Das sich dieses durch Smartphone, facebook & Co natürlich völlig anders gestaltet ist nicht die große Überraschung. In den Meinungen von Philipp Riederle fehlt mir eines (das oft bei Jugendlichen zu finden ist): das Bewusstsein dafür, dass alle Dinge auch immer eine Schattenseite haben können. Der Vergleich mit der Erwachsenenwelt: „mobbing habt ihr auch gemacht nur mit anderen Mitteln“ zieht nicht ganz. Weil der Kreis ein viel kleinerer war. Damals konnte man im schlimmsten Fall in eine andere Stadt ziehen. Heute folgt einem ein solches Mobbing quasi überall hin.

Gut sind seine Hinweise auf „die Spaghetti-Theorie“. Die Grenzen zwischen Sender/Empfänger sowie Anbieter/Verwender verschwimmen im Internet. Früher haben Unternehmen ihre Werbebotschaften platziert, als würden sie gekochte Spaghetti an eine Wand werfen: irgendetwas wird schon hängenbleiben. Im Internet rühren jetzt alle im großen Topf und fischen die Spaghetti heraus, die ihnen gefallen. Die Rolle der großen und klassischen Werbe- und Marketingpartner verändert sich ebenso (und rasend schnell), wie jene der großen Medienunternehmen (Fernsehen & Co). Die neuen technischen Möglichkeiten, z.B. die Kameras auf Smartphones, ermöglicht einen unkomplizierten Zugang zu einer sehr großen Community.

Ein guter Punkt ist: Jugendliche finden heute alles, was sie wollen. Jederzeit und von allen Orten der Welt. Und das Internet ist in der Art, Beziehungen zu pflegen, eine weitere Möglichkeit die aber nicht nur als die einzige wahrgenommen wird. Hier passt der Vergleich der Veränderung vom Brief zum Handy schon recht gut. Unsere Großeltern haben noch Briefe geschrieben und ihr „Beziehungsradius“ war auf die direkte Umgebung eingeschränkt. Das Telefon/Handy hat diesen deutlich erweitert, das Internet nun globalisiert.

Interessant ist, dass laut Riederle viele Studien zu dem Schluss kommen, dass Facebook & Co die User geselliger macht. Online-Freundschaften vertiefen und erhalten offline Freundschaften. Vor allem, wenn die Wege sich später trennen und Jugendliche nicht mehr auf das alle 10 Jahre stattfindende Klassentreffen warten müssen, um in Kontakt zu bleiben. Ich weiß, hier fehlt uns „Digital Immigrants“ die Vorstellung, dass das so sein könnte.

Fernsehen und Radio werden immer öfter punktuell genutzt und dann meist via Internet. Das Smartphone als ständig verfügbarer Fotoapparat/Videokamera inklusive der Möglichkeit, alles sofort online zu verbreiten, begründet neue Kommunikationsformen. Diese können Unternehmen aktiv nutzen. (Anmerkung von lehrlingspower.at: Warum nicht z.B. eine Kampagne starten „zeig uns unsere Produkte“?)

Alte Produkte und Systeme – und warum sie ausgedient haben

In diesem Kapitel hinterfragt der Autor einige unserer altbekannten Produkte. Und manchmal muss ich sagen: zu Recht.

Interessant seine Erklärung, wie Radiostationen ihre Sendelisten erstellen. Jetzt verstehe ich, warum auf manchen Sendern immer dieselbe Musik läuft. Das Zauberwort: heavy rotation auf Grundlage der Top Ten Listen und von Umfragen. Für Recruiter relevant ist dabei, dass viele Jugendliche die bekanntesten Sender immer öfter meiden, weil die Musik dort immer gleich ist. Werbeeffekt daher?

Riederle ist auch der Meinung, dass immer weniger Jugendliche den Führerschein machen und schon gar nicht Autos besitzen wollen. Ersteres kann ich nicht nachvollziehen, den Punkt mit dem Auto schon. Dafür gibt es in Zukunft Carsharing & Co. Vielleicht auch eine

interessante Werbepattform, wenn man junge Menschen erreichen will. Und sollte er recht haben, dass Jugendliche verstärkt öffentlich unterwegs sind, werden „alte“ Werbeformen wieder interessanter. QR Code Inserate an Haltestellen?

Sinn statt Werbung

Jugendliche vertrauen vor allem auf eines: auf das, was ihre Freunde und Bekannten im Netz sagen. Diesen Aussagen kommt immer größere Bedeutung zu. Und ob wir das gut oder schlecht finden, es ist Realität. Die Tücke liegt dabei darin, dass diese Jugendlichen sich im social media weit besser auskennen, als viele Marketingentscheider. So werden z. B. gekaufte Fans auf facebook oder ständiges Teilen durch die eigenen Mitarbeiter sofort durchschaut. Jugendliche suchen auch in den social media Aktivitäten nach Themen, die sinnvoll sind (in ihren Augen!).

In diesem Zusammenhang eine Ergänzung von mir: Bewertungsseiten wie kununu oder Video-Plattformen wie whatchado bekommen immer mehr Gewicht bei der Entscheidung von Bewerbern. Denn dort sieht der Interessent ohne Marketing – sozusagen ungeschminkt – wie es ist, bei Firma X zu arbeiten.

Dialog, und zwar echter Dialog, wird von Jugendlichen geschätzt. Natürlich spielt sich der im Internet ab, aber er findet statt. Entweder mit Beteiligung des Unternehmens oder ohne. Aber er findet statt. Ein gutes Beispiel dazu ist seine eigene Erfahrung mit einer bekannten Sportmarke. Der direkte Kontakt mit „Björn“ war, natürlich zusammen mit der Lösung des Problems, beeindruckend. Nicht das Kundenservicecenter oder die Ticket Nummer, sondern ein realer Mensch nahm am aktiven Dialog teil.

Empfehlungen von Philipp Riederle, um den Dialog zu fördern:

Bereit sein zum Dialog – bottom-up statt top-down. Leistung vor Marketing

Die Systeme öffnen – authentisch und offen kommunizieren

Vernetzung zulassen – Mitgestaltung der potentiellen Kunden (Bewerber) nutzen

Loyalität begründen - persönliche Kontakte von Mensch zu Mensch

Sinn anstatt Unsinn – Dialog mit der Zielgruppe

Liken oder nicht liken – das ist hier die Frage

Wie kann man diese geheimnisvolle Generation erreichen? Ehrlich gesagt, konkrete Antworten bleibt er schuldig. Was sich aber aus den fast schon philosophischen Betrachtungen ergibt: wichtig ist, über viele Kanäle zu kommunizieren, offen und authentisch. Das Nutzerverhalten ist nicht konstant, sondern wechselt je nach Aktualität. Empfehlung eines Videos: ab auf youtube, dort anderes Video entdeckt das man selbst im social media empfiehlt, darauf Antwort eines neuen Kontakts, Recherche wer das ist usw. Um da mitzukommen, muss man dabei sein. Also selbst aktiv im social media Bereich. Ob das Agenturen bewerkstelligen oder eigene (jugendliche) Angestellte – die Generation Y agiert spontan und rund um die Uhr.

Ein interessantes Fazit von Riederle zu diesem Kapitel: wir wollen nicht nur empfangen, wir wollen dabei sein...wir wollen uns integriert fühlen. Wir wollen uns an uns selbst orientieren.

Mediennutzer mit Analog-Hintergrund

Riederle hat recht wenn er schreibt, dass sich oft die Werkzeuge der Vergangenheit einfach auf PC, Smartphone & Co übertragen haben. Trotz der Möglichkeiten, immer und überall zu arbeiten steht der PC im Büro und wird oft auch nur dort benutzt. Hier kommen vor allem auf Ausbildungsbetriebe große Herausforderungen zu, weil auch Lehrlinge zunehmend die digitalen Möglichkeiten nutzen wollen.



Und dabei a) auf ein oft statisches Umfeld treffen und b) Geräte im Betrieb vorfinden, die nicht einmal annähernd an ihre eigenen herankommen.

Nicht alles geht immer online und überall (siehe „die Arbeitswelt im Wandel“) aber auch hier liegt die Kunst darin, Gewohntes und Neues miteinander sinnvoll zu verbinden. Und die Stärken der Digital Natives zu nutzen und zu fordern. Digital Natives sehen die „reale“ und „virtuelle“ Welt nicht als zwei getrennte Einheiten. Sondern als ein Ganzes in dem sie sich je nach Zweck und Zeit hin und her bewegen. In einer Art liquid live – flüssiges Leben. In dem vieles spontan entschieden wird.

Verlust der Kindheit

Für Ausbilder wesentlich erscheint mir hier nur, dass Studien belegen, dass die Aufmerksamkeit auf eine Sache von früher 12 Minuten inzwischen auf Sekunden geschrumpft ist. Jugendliche sind es einfach nicht mehr gewohnt, sich lange auf eine einzelne Sache zu konzentrieren sondern switchen ständig zwischen vielen einzelnen Themen herum. Das meint Riederle (hoffentlich) nicht wertend sondern als Tatsache. Auf die es gilt, sich als Unternehmen einzustellen, weil sie sich nicht verändern lassen wird. Und sind wir ehrlich: wie viele Führungskräfte haben heute ständig ihr Smartphone im Blick und beantworten während Besprechungen e-mails etc.? Nur die Vergleiche zwischen dem ständigen herumschalten – auch während der Arbeitszeit? - und dem Lesen von Karl May abends unter der Bettdecke hinken schon sehr.

Ernst zu nehmen sind die Hinweise auf Mobbing im Internet, vor allem das tragische Beispiel rund um Amanda Todd. Die, nachdem sie im Internet um Hilfe gebeten hatte weil sie einem Perversen aufgesessen war, von den Erwachsenen ausgegrenzt und bestraft sowie von Jugendlichen noch weiter gemobbt wurde. Bis sie ihrem Leben ein Ende setzte. Hier sind wir Erwachsenen gefordert, Jugendlichen den Umgang mit Fällen von Mobbing beizubringen. Und sie zu unterstützen, wenn mal was schiefgelaufen ist.

Was bringt die Schule heute noch?

Über die Mängel im Schulsystem, die er zu Recht aufzeigt, will ich hier nicht zu viel schreiben. Denn die sind uns allen bewusst - mit wenigen Möglichkeiten, (kurzfristig) etwas zu ändern.

Was ich gut finde sind die Hinweise darauf, warum die vielfältigen Möglichkeiten im Internet nicht genutzt werden. Es gibt für nahezu jedes Thema Wissen im Netz. Oft von den besten Vortragenden auf der Welt. Wäre es nicht eine interessante Option, einmal die Lehrlinge im Internet recherchieren zu lassen, wie ein berufsrelevantes Problem gelöst werden kann? Anstatt ihnen immer nur fertiges Wissen vorzusetzen und sich darüber zu ärgern, wie mühsam dessen Vermittlung ist? Dabei könnte an auch gleich die wirklichen Stärken der Jugendlichen kennenlernen. Und es wäre gar nicht unvorstellbar, dass auf diese Weise neues Wissen ins Unternehmen kommt, das einen positiven Beitrag leistet.

Die Arbeitswelt im Wandel

Das meiner Meinung nach am meisten polarisierende Kapitel, weil hier eine eher einseitige Sichtweise transportiert wird. Es gibt natürlich eine ganze Reihe an Berufen, wo Arbeit zu jeder Zeit und an jedem Ort erbracht werden kann. Und wo die Ergebnisse klar gemessen werden können. Aber genauso gibt es viele Berufe, die nur dann funktionieren können, wenn jemand vor Ort ist, der die Leistung erbringt. Ich werde mich bei meinem Urlaubsflug schon freuen, dass jemand dafür gesorgt hat, dass das Bordpersonal mich mit Getränken versorgt. Mitarbeiter, die auf das Werkstück eines Arbeiters warten, der vor ihnen arbeitet sind ebenfalls dankbar für wenig Flexibilität im Sinne von home office.



Aber er hat natürlich auch Recht. In vielen Berufsfeldern werden die neuen Möglichkeiten nicht einmal ansatzweise genutzt. Was aber auch nicht verwundert. Denn die Entwicklung geht dermaßen rasant, dass nicht jede gewachsene Struktur von heute auf morgen darauf reagieren kann. Technologiewechsel in einem 2-Mann Start-up sind noch kein großes Thema. Bei einem Konzern wird das schon deutlich komplexer.

Spannend wird sein wer es am besten schafft, sinnvolles Bewährtes mit innovativem Neuem zu verbinden. Hier können uns die Jugendlichen helfen, wenn wir das zulassen. Und wenn sie akzeptieren können, dass nicht, nur weil es eine coole Idee ist, alles gleich umsetzbar ist. Neue Strukturen der Zusammenarbeit innerhalb und zwischen Unternehmen werden entstehen.

Und last but not least – die freie Zeiteinteilung und Verfügbarkeit rund um die Uhr braucht auch einen neuen Umgang und Selbstdisziplin, die Erwachsene so nicht gelernt haben. Vielleicht können hier ja reverse mentoring Modelle helfen.

Facebook & Co – von Selbstinszenierung bis Verschwörungstheorie

Jugendliche kommunizieren und konsumieren laut dem Autor heute völlig anders, als die Generation davor. Entgegen herkömmlichen Zeitungen und Nachrichten, in denen die Redaktion selektiert, was aus ihrer Sicht für eine große Mehrheit relevant sein könnte, kommuniziert man in facebook & Co. was für einen selbst relevant ist. Über diese Kommunikation entscheiden sich andere dann, zu kommentieren oder sich auch zu verknüpfen.

Laut Riederle nutzen die Erwachsenen social media zu oft immer noch so, wie die traditionellen Formen. Also Kommunikation nicht über wirkliche Interessen, sondern darüber was marketingtechnisch erwünscht ist. Das Thema Authentizität wurde hier – und auch bei vielen unserer Stammtische – bereits oftmals diskutiert. Aber es ist so wichtig, dass ich es noch einmal betonen möchte: es bringt gar nichts etwas zu kommunizieren, was offline nicht eingehalten werden kann. Ob ein backoffice Beruf wirklich jemals „cool“ (im Verständnis von Jugendlichen) sein kann? Und er weist auch hier nochmals darauf hin, dass Jugendliche die Mechanismen im social media intuitiv verstehen. Gekaufte Freunde oder ständiges liken durch dieselben Personen sind schnell durchschaut.

Facebook ist für Riederle ein „digitaler Pausenhof“. Und das stimmt eigentlich auch. Es wird in Gruppen diskutiert, wichtiges und weniger Wichtigste kommuniziert, der eine ist mehr dabei, der andere weniger. Wichtig ist hier vor allem der Vergleich zu Watzlawick: „man kann nicht nicht kommunizieren.“ Das gilt nämlich für die digitalen Medien genauso, wie bisher. Tatsache ist, dass es diese Medien auch in Zukunft geben wird. Und wie auch immer hier kommuniziert (oder auch nicht kommuniziert) wird, es wird ein Bild vermitteln. Weil das Aufrechterhalten einer „falschen“ Identität aufgrund der zahlreichen Verknüpfungen eigentlich kaum möglich ist, empfindet er social media als „großen Gleichmacher“.

Jungsein, Leben, Konsum und andere Dinge, die sich von Erwachsenen unterscheiden

Im Wesentlichen beschränkt sich dieses Kapitel aus meiner Sicht auf eine Darstellung von Bekanntem. Jugendliche haben über Internet & Co wesentlich früher und unzensuriert Zugriff auf die ganze Bandbreite an Themen: von Sexualität über Gewalt bis hin zu Werbung. Wie sie damit umgehen, diese Antwort bleibt Riederle hier eher schuldig. Und kann er auch nicht geben, denn vor allem die Auswirkungen werden erst die nächsten Jahre zeigen.

Interessant sind seine Thesen, dass diese Vielzahl an Information und Außendarstellung gerade auch bei Jugendlichen dazu führt, dass „traditionelle“ Werte nach wie vor oder wieder wichtig sind. Vor allem Heimat – allerdings in einer jugendlichen Variante – als Mittelpunkt und Sicherheitspunkt.

Haltungen und Verhalten

Aus Ausbidersicht findet sich nicht viel Verwertbares in diesem Kapitel. Es geht eher um eine philosophische Betrachtung der Unterschiede und Gemeinsamkeiten im Kommunikationsverhalten der Generationen. Wieder einmal findet sich hier der Hinweis, dass Jugendliche heute eben das Internet als Kommunikationsmedium nutzen anstelle von Handy, Fax & Co.

Interessant erscheint mir, dass Riederle hier die Meinung vertritt, dass Jugendliche im Internet NICHT davon ausgehen, dass Antworten SOFORT, sondern in angemessener Zeit erfolgen. Anders bei SMS und twitter. Was auch ich in vielen Gesprächen und meinen eigenen „Tests“ herausgefunden habe, bestätigt er: die meisten Jugendlichen haben ihre Privatsphäre Einstellungen weit besser im Griff, als Erwachsene. Riederle widmet sich dann zu meiner Überraschung 2 Seiten lang dem persönlichen Gespräch. Das seiner Meinung nach auch den Jugendlichen enorm wichtig ist. Und betont dabei noch einmal, wie wichtig es ist im Netz nur jene Dinge (auch als Unternehmen) zu kommunizieren, zu denen man auch offline stehen kann.

Moderne Politik zwischen demokratischem Wahlkampf und arabischer Revolution

Nicht viel Interessantes aus Sicht von Ausbildungsbetrieben in diesem Kapitel. Ausführlich widmet sich Riederle der Entstehung des arabischen Frühlings und der Notwendigkeit für Politiker, sich im Netz zu präsentieren. Dabei führt er als Beispiel Barack Obama an, den er cool findet weil er durch twitter & Co ständig informiert ist, was er denkt, tut etc. Hier habe ich das Gefühl, dass eine gewisse jugendliche Naivität und Mediengläubigkeit dabei ist. Denn natürlich werden vor allem Politiker ihre tweets nicht aus dem Bauch heraus formulieren. Sondern, genauso wie ihre Reden, strategisch genau vorbereiten lassen.

Szenarien und Szenarien einer Zukunft

Auch hier bleibt Riederle für meinen Geschmack zu oberflächlich und allgemein. Das die Maschine zu Maschine Kommunikation zunehmen wird (Stichwort Mobilität) ist inzwischen wohl Allgemeinwissen. Und das Konzerne wie google mit seiner Glass (Brille die Informationen für den Träger einspielt, aber auch direkt ins Internet übertragen kann) die Welt revolutionieren wollen, ist auch schon bekannt. Was mir hier fehlt, ist eine Auseinandersetzung mit den Auswirkungen. Nicht alles, was technisch super und neu ist, muss auch zwingend gut sein (eigene Anmerkung: siehe Atomkraft zur Stromgewinnung). Aber das ist auch nicht die Aufgabe des Buches von Riederle.

Gut finde ich seinen Schlussabsatz, den ich daher hier zitiere:
 „Wenn unsere Generation eine Aufgabe hat, dann besteht sie darin, Medienkompetenz weiterzugeben. Das Internet besser machen um besser zu werden. Früher war die wichtigste intellektuelle Waffe der Stift des Schriftstellers. Heute ist es das Smartphone. Wir können uns mitteilen. Und das bedeutet Teilen. Und das wiederum: ein Teil dieser Welt sein und unseren Platz in ihr haben. Das ist es, was wir wollen.“

Dem ist wohl nichts mehr hinzuzufügen. Außer vielleicht: das war wohl schon immer so.