Digitale Zukunft? Ohne uns!

GERALD LEMBKE
Umgang mit Digitalen Medien

Mannheim, 6. Mai 2015

Wie lässt sich Wirtschaft und Gesellschaft mit wachsender Digitalisierung gemeinsam gestalten?

Das Dilemma in mittelständischen Unternehmen

29 %

der KMU haben zu geringes

digitales Wissen

im Unternehmen

Quelle: http://www.initiatived21.de/wp-content/uploads/2014/11/141107_digitalindex_WEB_FINAL.pdf, S. 49

Für

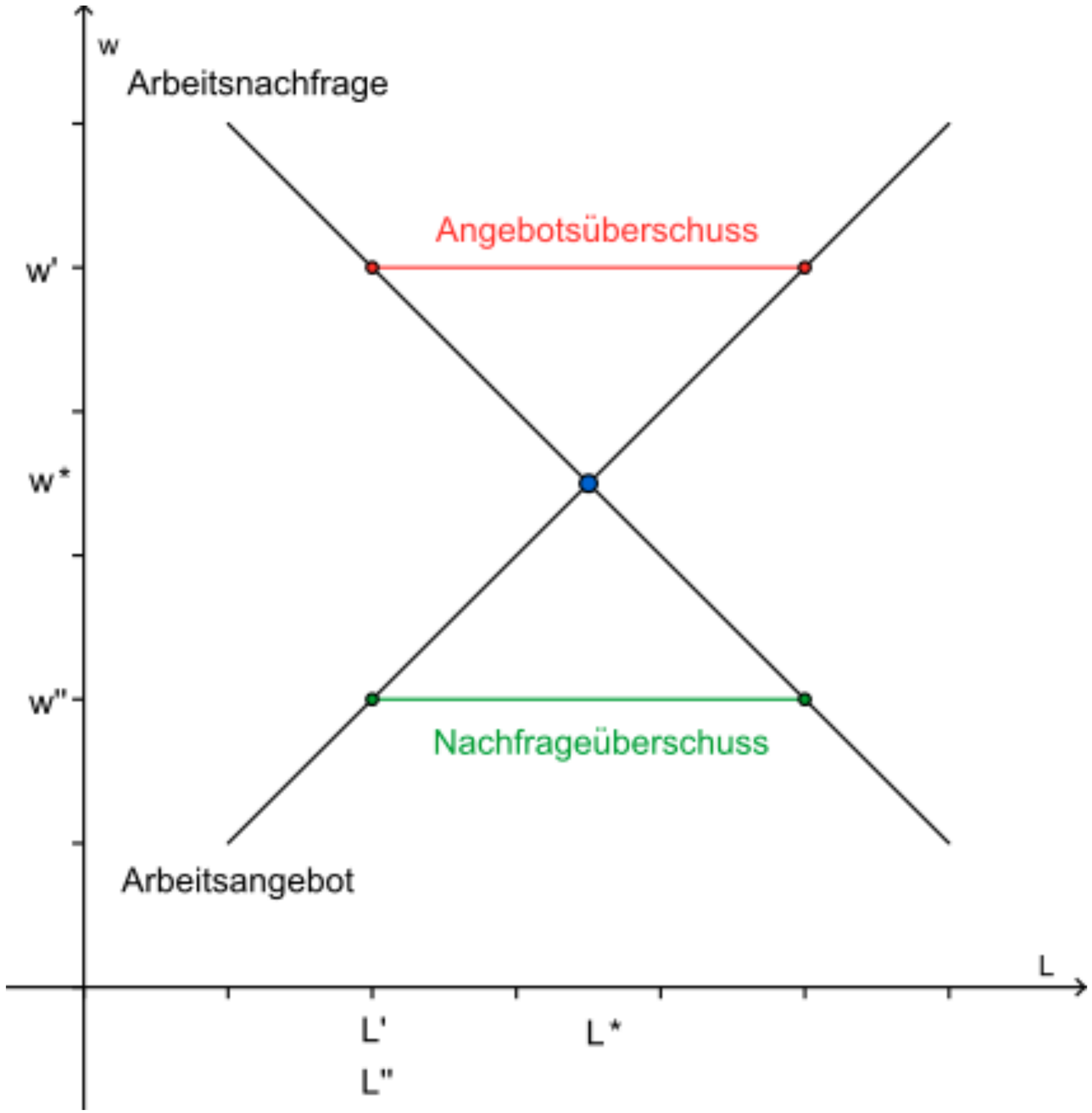
50 %

der KMU spielen

digitale Technologien

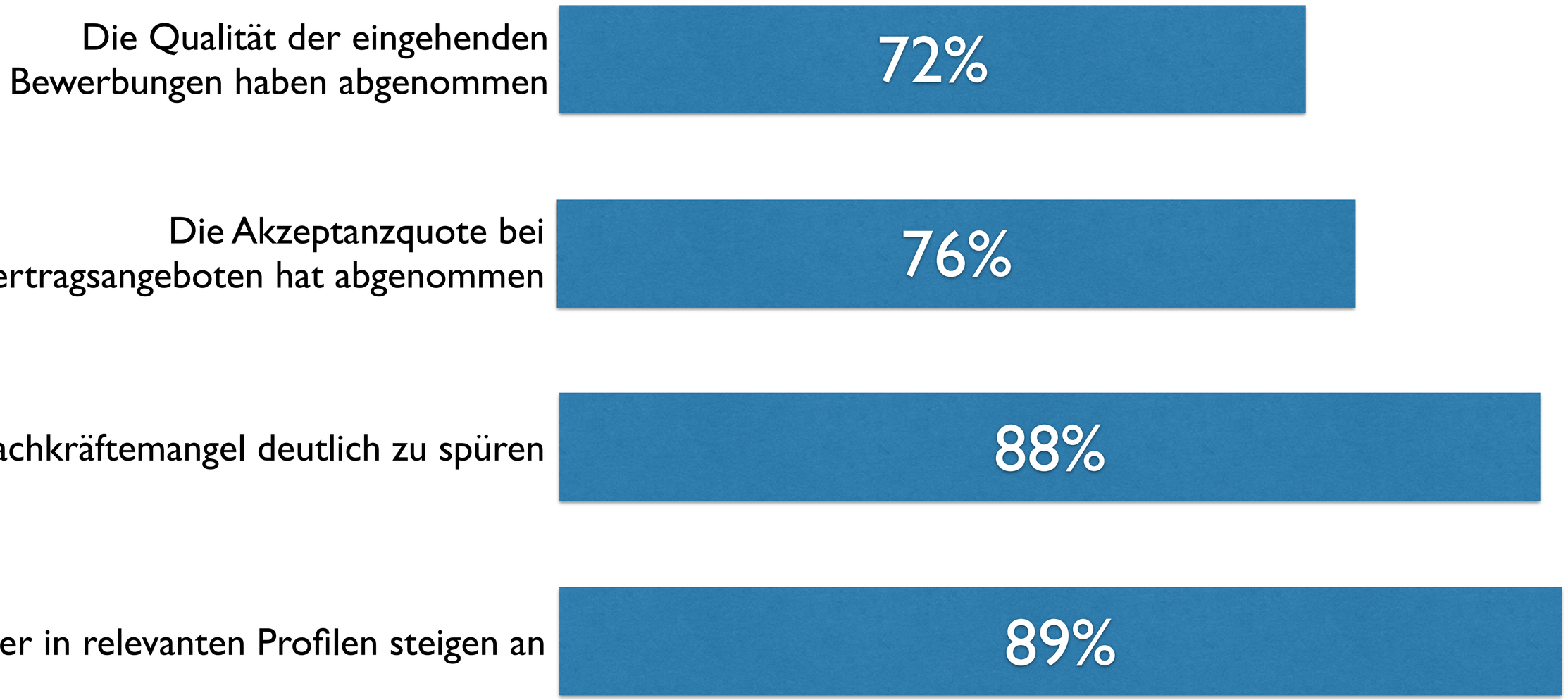
heute keine Rolle…

Arbeitsmarkt



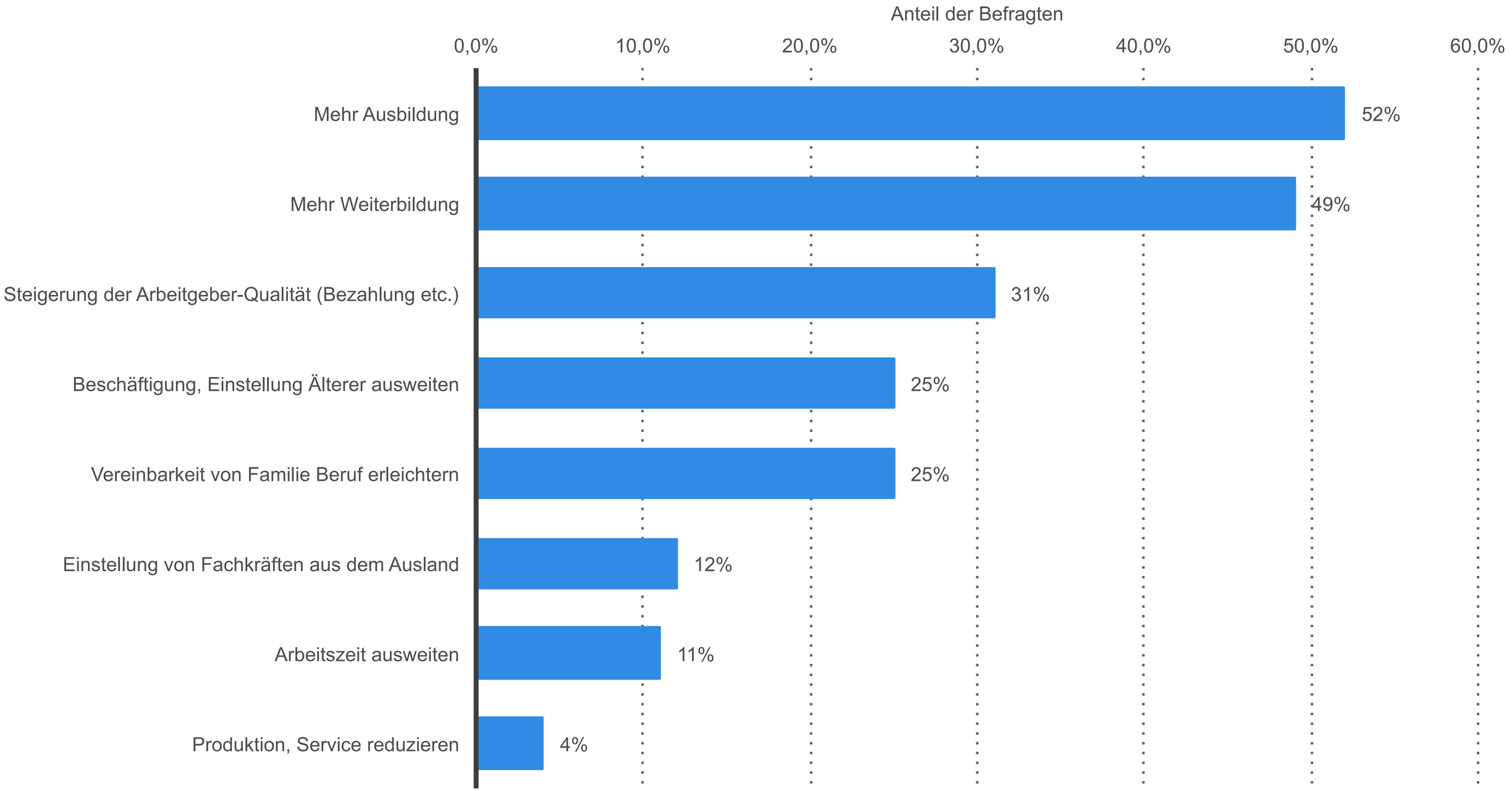
Quelle: Eigene

Beurteilung deutscher Fachkräftemangel aus Sicht der Unternehmen 2014



Quelle: Kienbaum 2014, Deutschland; 190 Personalverantwortliche

Wie wollen Sie den künftigen Fachkräftemangel begegnen?



Quelle: DIHK 2011 (Deutschland; Herbst 2011; Mehr als 20.000 Unternehmen)

Wer sind eigentlich diese Digital Natives?

Verbindende Elemente bilden eine Generation

Im soziokulturellen Verständnis ist eine Generation eine große Gruppe von Menschen, die als „**Altersgruppe**“ in ihrer Gesellschaft oder aufgrund der **gemeinsamen Prägung** durch eine spezifische historische oder kulturelle Konstellation eine **zeitbezogene Ähnlichkeit** aufweisen.

Verbindende Elemente können sein:

- Gemeinsame Negativerfahrungen in einer Zeitphase („Krieg“/„9/11“)
- Kulturelle Entwicklungen („Generation Golf“, „Musik“)
- Politische Phänomene („Ludwig Erhard“, „Helmut Kohl“)
- Internet / World Wide Web

Gemeinsame Prägungen im Arbeitsverständnis

Steckbrief: Generation Y

zwischen 1977 und 1998 geboren

2020: über 50% der Arbeitnehmer in Deutschland

Social Networking

flache Hierarchien

wichtigstes Ereignis 9/11

Globalisierung

Spaßgesellschaft

spielerisch & kreativ

online und offline

technikaffin

Quelle: https://www.youtube.com/watch?v=9GBfT8jGDm8

Der Traum der Menschheit

Im Zentrum, sowohl der Selbst- wie der Fremdwahrnehmung der jungen Generation, stehen einerseits der Wunsch zu lernen, Neues zu erleben und sich weiterzubilden anderseits das Bedürfnis nach einer Arbeit, die sinnvoll ist und Spass macht, in einem Team mit guten Leuten. Traditionelles Karrieredenken steht hinter dem Wunsch nach einer ausgeglichen Work-Life-Balance zurück.

Alles sofort und zugleich

Erwartungen der Unternehmen und Selbstbild der Natives fallen auseinander

Unternehmen schätzen zwar die Vernetzungs-kompetenz der jungen Generation hoch ein, nutzen diese aber oft nicht aktiv.

Im Gegensatz zum gängigen Bild schreiben sich Vertreterinnen und Vertreter der jungen Generation diese Kompetenz nicht in hohem Masse zu.

Erwartungen der Natives an Unternehmen

1. **Gehalt**: Durchschnitt > 45.000,- Jahres-Bruttogehalt (Abi, Bachelor)
   Durchschnitt: 39,5 Stunden pro Woche. Überstunden nicht gewünscht.
2. **Work-Life-Balance**
3. **Sinn** am wichtigsten: Herausforderungen, möchten Neues lernen, streben danach, an unternehmerischen Entscheidungen mitzuwirken, möchten mit Gleichgesinnten arbeiten, die eine hohe Qualitätsorientierung

Quelle: Enactus Studie 2014

Dilemma der Bedürfnisse

Wettbewerbsattribute	Generation Y	Personalmanager
Herausfordernde Arbeit	1	4
Vergütung	2	6
Kollegiales Arbeitsumfeld	3	7
Standort	4	14
Karrieremöglichkeiten	5	1
Work-Life Balance	6	3
Weiterbildung & Entwicklung	7	2
Anerkennung der eigenen Arbeit	9	5

Quelle: Kienbaum 2010, http://www.kienbaum.de/Portaldata/1/Resources/downloads/servicespalte/Kienbaum_Studie_Generation_Y_2009_2010.pdf

Was ist also anders? Ein Zwischenfazit!

1. Die Generation Y ist nicht anders als ältere Generationen
2. Werte neu positioniert
3. Anderes Verständnis von Karriere und Freizeit
4. Unternehmen denken noch in „alten“ Generationsmustern
5. Internet ist immer dabei

Fünf Beobachtungen in der Internet-Nutzung

1. **Autonomie und Selbständigkeit** nimmt bei hoher digitaler Mediennutzung ab. Es fehlt ein historisches Bewusstsein des Internets.

2. **Konzentrationsfähigkeit** nimmt durch exzessive digitale Mediennutzung überproportional ab und wird verlernt.

3. **Kollaboratives Zusammenarbeiten** nutzt nur eine kleine Minderheit.

4. **Internetinhalte werden lediglich rezipiert**. Eine zielfördernde Bewertung und Weiterverarbeitung findet nicht statt. Informationskompetenz nimmt ab!

5. **Wisch-Copy-Paste-Kompetenz** prägnant ausgeprägt, konzentriertes, andauerndes und zielorientiertes Arbeitsverhalten sinkt kontinuierlich.

Quelle: Eigene empirische Untersuchungen, Schulmeister http://www.zhw.uni-hamburg.de/zhw/?page_id=148

Die Mär von der digitalen Souveränität

D21 - Digital - Index 2014

Die Entwicklung der digitalen Gesellschaft in D

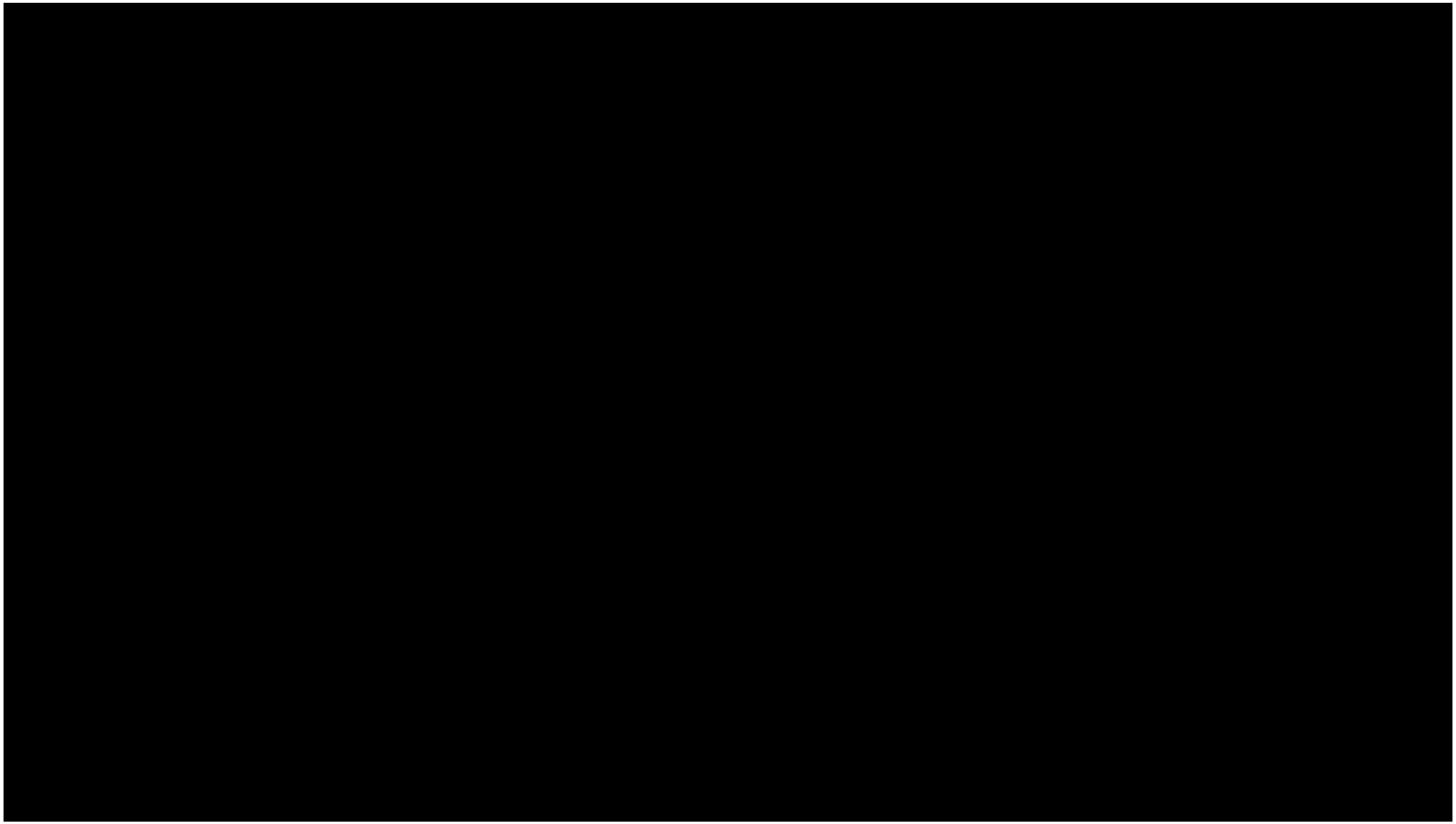
„Digitale Souveränität wird strukturell durch das Bildungsniveau und die erworbene Medienkompetenz bestimmt.“

Quelle: http://www.initiatived21.de/wp-content/uploads/2014/11/141107_digitalindex_WEB_FINAL.pdf, S. 35

Medienkompetenz = Wischkompetenz Teil 1

Alexander Dobrindt, 44, Bundesminister für Digitales, fördert den Gebrauch elektronischer Geräte im privaten Rahmen: Sein dreijähriger Sohn könne schon jetzt sicher mit einem iPad umgehen, erzählte Dobrindt bei der Verleihung des Deutschen Computerspielpreises in Berlin. Andere Medien interessierten das Kind weniger. Als ein Freund der Familie dem Jungen kürzlich ein Buch schenkte, habe er sich höflich bedankt, so Dobrindt – und sich anschließend wieder eifrig dem Tablet zugewandt. Der Minister hat damit offensichtlich kein Problem: „Das ist gut so", sagte er. akn

Medienkompetenz = Wischkompetenz Teil 2



Quelle: https://www.youtube.com/watch?v=5nCzs4xgI0Q (3.05.2015)

Digitale Souveränität (Medienkompetenz)

1. **Kritikfähigkeit** von Medieninhalten

2. **Konzentrationsfähigkeit** (Ablenkung vermeiden)

3. **Produktions-Kompetenz** von digitalen Medien

4. **Autonomiefähigkeit**
   Internet Mittel zum Zweck, nicht Lebensraum

Quelle: Lembke/Leipner (2015): Die Lüge der digitalen Bildung. Warum unsere Kinder das Lernen verlernen. München: Redline

Ziel beruflicher Bildung: Vermittlung und Entwicklung von Handlungskompetenzen

„**Handlungskompetenz** wird verstanden als die Fähigkeit des Einzelnen sich in beruflichen, gesellschaftlichen und privaten Situationen sachgerecht, reflektiert, sowie individuell und sozial verantwortlich zu verhalten“.

Quelle: Kultusministerkonferenz (1999)

Lösungen? Nein! Aber: 5 Thesen

1. Die Generation Y ist NICHT das Vorbild digitaler Souveränität

2. Die viel beschworene Medienkompetenz verkümmert zu einer “Wischkompetenz” einer wachsenden Copy-und-Paste-Generation.

3. Das Selbstbewusstsein der Generation ist ambivalent und basiert auf ein unkritisch kommunizierten Selbstbild der Medien und Politik.

4. Arbeitgeber und Natives verstehen sich nicht.

5. Unternehmen denken in alten Mustern und werden für die Generation immer unattraktiver.

Quelle: http://gerald-lembke.de/blog/digital-native-immigrants-mythos-spassgetrieben-jung-narzisten-auf-dem-vormarsch/ 2015

Vielen Dank!

GERALD LEMBKE
Umgang mit Digitalen Medien