

Wolfgang Appel
Birgit Michel-Dittgen *Hrsg.*

Digital Natives

Was Personaler über die Generation Y
wissen sollten



Springer Gabler



Digital Natives

Wolfgang Appel • Birgit Michel-Dittgen
(Hrsg.)

Digital Natives

Was Personaler über die Generation Y
wissen sollten

Herausgeber
Wolfgang Appel
Saarbrücken
Deutschland

Birgit Michel-Dittgen
Saarbrücken
Deutschland

ISBN 978-3-658-00542-9
DOI 10.1007/978-3-658-00543-6

ISBN 978-3-658-00543-6 (eBook)

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Springer Gabler

© Springer Fachmedien Wiesbaden 2013

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Lektorat: Ulrike Vetter, Renate Schilling

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Springer Gabler ist eine Marke von Springer DE. Springer DE ist Teil der Fachverlagsgruppe Springer Science+Business Media
www.springer-gabler.de

*Für Hans-Walter Scheurer:
ein Vorbild als Personaler und Vorgesetzter
Wolfgang Appel*

Vorwort

Unter Praktikern der schulischen und beruflichen Bildung ist eine gewisse Verunsicherung zu spüren über vermeintliche und tatsächliche Veränderungen von Werthaltungen und Verhaltensweisen junger Menschen. Was treibt die nachwachsende Generation an? Welche Leistungsbereitschaft bringt sie noch mit? Wird sie zukünftig den Wohlstand erwirtschaften wollen, den wir für die Lösung vieler sozialer, ökonomischer und ökologischer Herausforderungen benötigen? Viele Praktiker, ob Ausbilder, Firmeninhaber oder Personalleiter, sind mitunter irritiert durch Auftreten und Verhaltensweisen junger Leute, die den Eindruck erwecken, wenig motiviert und strebsam, unangepasst oder auch schlicht uninteressiert zu sein. Die Reaktionen in den Betrieben sind dann oft von Pessimismus und einer eher kritischen Sichtweise auf junge Menschen geprägt.

In den Unternehmen suchen über 40-jährige Entscheider (die sogenannte „Generation Golf“ bzw. die „Baby Boomer“) nach dem rechten Umgang mit Jugendlichen und jungen Erwachsenen, die sie, teilweise mangels eigener Kinder, vermittelt über die Medien als problembeladene Randgruppe erfahren.

Viel gewonnen wäre schon, wenn die geschilderten Vorurteile kritisch hinterfragt würden. Eine realistische Sicht auf die jungen Leute scheitert aber bei vielen Praktikern auch daran, dass sie zu wenig über die jungen Leute wissen.

Unsere Stiftungen wollten an diesem Punkt nicht stehen bleiben und haben darum nach Wegen zur Förderung junger Menschen gesucht. Unter den für uns besonders wichtigen potentiellen Ausbildungsstellenbewerbern fallen insbesondere die männlichen Jugendlichen verstärkt durch eine geringere Bildungsbeteiligung, schwächere Schulleistungen und mangelnde Leistungsmotivation auf. Um zukünftig den Bedarf an Auszubildenden decken zu können, besteht aus Sicht der Unternehmen dringender Handlungsbedarf. Um diese Jugendlichen gezielt anzusprechen, ist es wichtig zu wissen, was sie in ihrem Alltag bewegt, was ihre Interessen und Lebensrealitäten sind. In einem durch uns geförderten Projekt wurden viele Erkenntnisse gewonnen und Maßnahmen abgeleitet – etwa ein Trainingsprogramm für Jungen, das hier in diesem Buch auch vorgestellt wird.

Diese Publikation greift über die engere Zielgruppe der männlichen Jugendlichen hinaus und will einen ganzheitlichen Blick auf „Digital Natives“ sowohl aus der Perspektive der Praktiker als auch der Wissenschaftler vermitteln. Bei der Lektüre werden Sie auf viele überraschende Sichtweisen, Daten und Informationen treffen, die zeigen, dass man sich

der Vielschichtigkeit des Phänomens öffnen sollte. Wenn im Ergebnis viele Leser nicht nur über junge Menschen ein Stück weit anders reden als zuvor, sondern auch mit jungen Menschen ins Gespräch kommen, dann haben wir viel erreicht. Denn das zeigen die Beiträge deutlich: Wenn Jugendlichen mit echtem Interesse und nicht mit Vorurteilen begegnet wird, dann sind sie auch bereit, sich zu öffnen und uns Etablierten zuzuhören. In diesem Sinne wünschen wir eine gute Lektüre.

Joachim Malter
Hauptgeschäftsführer VSU Saar

Rudolf Schäfer
Vorsitzender des Kuratoriums Stiftungs Europrofession

Die Herausgeber danken Frau Christina Rathmann für die aufmerksame und gründliche Erstellung des Manuskripts und die selbstständige und zuverlässige Abwicklung der vielen administrativen Aufgaben mit Autoren und Verlag.

Inhaltsverzeichnis

Teil I Digital Natives: Chimäre oder reales Phänomen?

- 1 Personaler und Digital Natives** 3
Wolfgang Appel

Teil II Digital Natives und ihre Lebenswelten

- 2 Über die Jugend und andere Krankheiten – Jugendkulturen heute** 11
Klaus Farin
- 3 Jugendliche Lebenswelten: reale und virtuelle Netzwerke** 27
Birgit Michel-Dittgen, Wolfgang Appel und Stefanie Hahl

Teil III Digital Natives am Übergang von Schule und Beruf

- 4 Mangelnde Ausbildungsreife – ein umstrittenes Thema** 49
Verena Eberhard und Joachim Gerd Ulrich
- 5 Irrungen und Wirrungen bei Schülern und Unternehmen** 63
Volker Mayer
- 6 Jugendliche und Leistung: Probleme und Lösungen** 79
Karl Josef Boussard

Teil IV Digital Natives und die Bedeutung des Geschlechts

- 7 Mädchen sind anders! Jungen auch?** 97
Birgit Michel-Dittgen und Wolfgang Appel

- 8 Geschlechtsaspekte am Übergang von der Schule in den Beruf** 119
Jürgen Budde

Teil V Digital Natives: Förderung spezifischer Zielgruppen

- 9 Migration und Berufsausbildung** 137
Stephan Kroll und Mona Granato

- 10 „Meine Chance – ich starte durch“** 151
Nancy Schütze

- 11 Entwicklung sozialer Kompetenzen bei Jugendlichen:
Ein geschlechts-spezifisches Training für Jungen** 163
Nico Kuhn und Birgit Michel-Dittgen

**Teil VI Digital Natives und neue Medien: Nutzungsverhalten
und Rekrutierungschancen**

- 12 12 Irrtümer, die Sie womöglich schon immer über junge
Mediennutzende pfl egten und nun zu hinterfragen wagen** 179
Frank Schwab, Astrid Carolus und Micheal Brill

- 13 Mutmaßungen über die Tiefenwirkung der digitalen Vernetzung** 205
Thomas Ziehe

- 14 Moderne Online Recruiting-Kanäle** 213
Wolfgang Jäger und René Hempe

- 15 Digital Natives rekrutieren** 225
Peer Bieber

Autorenverzeichnis



Prof. Dr. Wolfgang Appel Geboren 1965 in Mainz. Ausbildung in der gesetzlichen Unfallversicherung. Von 1989 bis 1993 Studium der Betriebswirtschaftslehre an der Johannes Gutenberg-Universität Mainz. 1999 Promotion zu Fragen der computergestützten Gruppenarbeit. Von 1999 bis 2007 bei der BASF Aktiengesellschaft im Personalwesen. Seit 1. Oktober 2007 Professor für Personalmanagement an der Hochschule für Technik und Wirtschaft (HTW) des Saarlandes. Vortrags- und Beratungstätigkeiten insbesondere zur Organisation der Personalfunktion, zu Arbeitszeitfragen und Talent Management.



Peer Bieber Experte für alternative und kreative Recruiting-Möglichkeiten. Er hilft Unternehmen, neue Blickwinkel auf den Bewerbermarkt zu werfen und das Bewerberpotential dadurch nachhaltig zu verbreitern. Als Geschäftsführer und Gründer von TalentFrogs.de und Headhunter-light.de hat er innovative Möglichkeiten geschaffen, die das Recruiting im Web optimieren und verbessern. Er berät zahlreiche namhafte Konzerne im Bereich Recruiting und in der Bekämpfung des Fachkräftemangels.



Karl Josef Boussard Boussard Geboren 1948 in Merchweiler. Ausbildung zum Kraftfahrzeugmechaniker. 1972–1975 kombiniertes Studium an der Fachhochschule für Bergbau und Energie Saarbrücken, Fachrichtung Maschinentechnik. 1974 REFA Grundschein für Arbeitsstudien. 1975 Diplom-Ingenieur (FH). Von 1975–1979 Bauleiter und Kraftwerksplanung. 1979 Wechsel in die betriebliche Ausbildung als Leiter der Metallberufe. 1980 Ausbilderprüfung, Fortbildung Arbeits- und Berufspädagogik 1990 bei der Ruhrkohle AG. Von 1994–2001 Leiter der betrieblichen Ausbildung der Saarbergwerke und Ausbildungslotse der

IHK. Veröffentlichung von Sachbüchern: „Auf die Zukunft einlassen“ (2007) und „Den Absprung wagen“ (2010). Thematische Schwerpunkte: Perspektiven der Jugend und Übergang Schule/Beruf.



Michael Brill Geboren 1983, studierte in Saarbrücken Psychologie mit Schwerpunkt Medien- und Organisationspsychologie. Seit 2010 ist er Wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrstuhl für Medienpsychologie der Universität Würzburg und betreut dort auch die technische Ausstattung und das Labor. Seine Forschungsinteressen liegen bei Medien- und Rezipientenfaktoren der Computerspielnutzung sowie dem Einsatz peripherphysiologischer Messmethoden.



Prof. Dr. Jürgen Budde Geboren 1968 in Minden. Von 1992 bis 2001 Studium der Behindertenpädagogik und der Erziehungswissenschaft an den Universitäten Bremen und Hamburg. 2004 Promotion zu Männlichkeit im gymnasialen Alltag. Von 2005 bis 2012 wissenschaftlicher Mitarbeiter an der Universität Hamburg sowie am Zentrum für Schul- und Bildungsforschung der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg. Seit 1. Oktober 2013 Professor für die Theorie der Bildung, des Lehrens und Lernens an der Universität Flensburg. Forschungsschwerpunkte in den Bereichen Heterogenität in Bildungsinstitutionen, Praxeologie neuer Lernkulturen sowie qualitative pädagogische Organisationsentwicklungsforschung.



Dr. Astrid Carolus Geboren 1982, studierte Psychologie an der Universität des Saarlandes, war Mitarbeiterin in einer Personal- und Unternehmensberatung und wissenschaftliche Mitarbeiterin an der Fachrichtung Psychologie (Medien- und Organisationspsychologie) der Universität des Saarlandes. Seit 2010 als wissenschaftliche Mitarbeiterin am Lehrstuhl Medienpsychologie der Universität Würzburg. 2012 Abschluss der Promotion mit dem Titel „Gossip 2.0 – Mediale Kommunikation in Sozialen Netzwerkseiten“. Zu ihren Arbeits- und Forschungsschwerpunkten zählen: Web 2.0, Soziale Netzwerkseiten; Klatsch und Tratsch (Gossip); Personaldiagnostik und Personalentwicklung.



Dr. Verena Eberhard Geboren 1979 in Bonn, wissenschaftliche Mitarbeiterin im Bundesinstitut für Berufsbildung (BIBB). 2000 bis 2005 Studium der Psychologie an der Rheinischen Friedrich-Wilhelms Universität in Bonn mit den Schwerpunkten Methodenlehre, Pädagogische Psychologie und Arbeits- und Organisationspsychologie. 2012 Promotion zu Determinanten des Übergangs in die Berufsausbildung. Seit 2004 im Bundesinstitut für Berufsbildung, Arbeitsbereich 2.1 „Berufsbildungsangebot und -nachfrage/Bildungsbeteiligung“. Aktuelle Arbeitsschwerpunkte: Übergänge im Bildungssystem, Jugendliche mit Migrationshintergrund am Übergang in Ausbildung, Entwicklungen auf dem Ausbildungsstellenmarkt.



Klaus Farin Klaus Farin, geboren 1958 in Gelsenkirchen, war von 1998 bis 2011 Leiter des auch von ihm gegründeten Archivs der Jugendkulturen, das als einzige Einrichtung dieser Art in Europa Materialien jeglicher Art (Fanzines, Flyer, Tonträger, Bücher, wissenschaftliche Studien usw.) über und aus Jugendkulturen sammelt, analysiert, archiviert und der interessierten Öffentlichkeit zur Verfügung stellt (siehe www.jugendkulturen.de). Seit 2011 ist er Vorsitzender der Stiftung Respekt – Die Stiftung zur Förderung von jugendkultureller Vielfalt und Toleranz, Forschung und Bildung (siehe www.stiftung-respekt.de). Nach Tätigkeiten als Konzertveranstalter und -Security, Buchhändler und Journalist für Presse, Hörfunk und Fernsehen arbeitet er heute als Lektor sowie Lehrbeauftragter und Vortragsreisender in Schulen und Hochschulen, Akademien und Unternehmen zum Fokus Jugend(kulturen).

Dr. Mona Granato Dr. Mona Granato hat Sozialwissenschaften studiert und ist wissenschaftliche Mitarbeiterin im Arbeitsbereich „Kompetenzentwicklung am Bundesinstitut für Berufsbildung (BIBB) in Bonn. Ihre Forschungsschwerpunkte sind: Berufliche Bildungsforschung und Übergangsforschung an der Schnittstelle von Gender-, Migrations- und sozialer Ungleichheitsforschung. Ausgewählte Veröffentlichungen: Granato, Mona 2013: Jugendliche mit Migrationshintergrund auf dem Ausbildungsmarkt: Die(Re)Produktion ethnischer Ungleichheit in der beruflichen Ausbildung. Sozialer Fortschritt. 62 (2013) 1, S. 14–23. Granato, Mona (zusammen mit Joachim Gerd Ulrich) 2013: Soziale Ungleichheit beim Übergang in Berufsausbildung, Zeitschrift für Erziehungswissenschaften, Sonderheft 16. Granato, Mona (zusammen mit Christian Imdorf, Gilles Moreau und George Waardenburg) (Hrsg.) 2010: Sociology of Vocational Education and Training in Switzerland, France und Germany, Schweizerische Zeitschrift für Soziologie.



Stefanie Hahl Geboren 1983 in Niedersachsen. Ausbildung zur Verlagsbuchhändlerin bei Vandenhoeck & Ruprecht in Göttingen. Von 2004 bis 2008 Buchhändlerin bei der Sack Mediengruppe in Frankfurt am Main. 2008 bis 2011 Studium der BWL an der Hochschule für Technik und Wirtschaft (HTW) des Saarlandes mit Schwerpunkt Personalmanagement. Seit Juli 2012 Ausbildungsreferentin bei der prego services GmbH in Saarbrücken.



René Hempe Geboren 1982 in Darmstadt. Medien Design Studium (Bachelor) an der Hochschule Darmstadt und dem Cork Institute of Technologie (Abschluss 2007), sowie Medien und Design Management (Master) an der Hochschule RheinMain (Abschluss 2011). Seit 2011 ist er als Junior Strategic Planner bei der DJM Consulting GmbH tätig.



Prof. Dr. Wolfgang Jäger Geboren 1952 in Göttingen. Dipl.-Kfm., Dr. phil. Seit 1995 Professor für Betriebswirtschaftslehre, insb. Personal- und Unternehmensführung sowie Medienmanagement an der Hochschule RheinMain. 1991 bis 1995 Professor für Unternehmenskultur und Personalführung (Organisationsentwicklung) an der Hochschule für Bankwirtschaft in Frankfurt a. M., gleichzeitig Gründungsdekan und Mitglied des Rektorats. Davor mehrjährige praktische Erfahrung als leitender Mitarbeiter im Versandhandel in den Bereichen Personal, Marketing und Werbung. Seit 1990/1991 Gesellschafter der Dr. Jäger Management-Beratung und der DJM Consulting GmbH, beide mit Sitz in Königstein im Taunus. Wie in den Jahren zuvor (2003, 2005, 2007) wurde Prof. Jäger auch in 2009 von der Fachzeitschrift „Personalmagazin“ wieder zu einem der „führenden Köpfe des Personalwesens“ gewählt. Prof. Dr. Jägers Arbeitsschwerpunkt liegt auf der Optimierung personalwirtschaftlicher und kommunikationsbezogener Prozesse und Strukturen. Er führt zu diesen Themen viele Beratungs- und Praxisprojekte durch, leitet regelmäßig Kongresse und Fachtagungen und schreibt zahlreiche Fachartikel und Bücher.



Stephan Kroll Geboren 1976 in Düsseldorf, 2006 Abschluss des Studiums der Soziologie, Politik und Philosophie an der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf. Von 2006 bis 2008 Mitarbeiter am Sozialwissenschaftlichen Institut der Universität Düsseldorf – Lehrstuhl für Empirische Sozialforschung. Seit 1. Juni 2008 Wissenschaftlicher Mitarbeiter am Bundesinstitut für Berufsbildung in Bonn im Arbeitsbereich 2.1 „Berufsbildungsangebot und -nachfrage/Bildungsbeteiligung“. Vorwiegend befasst mit wissenschaftlichen Analysen zum Ausbildungsstellenmarkt sowie deren Aufbereitung für spezifische Fragestellungen. Politikberatung, Vortrags- und Publikationstätigkeit.



Nico Kuhn Geboren 1983, Diplom-Sozialpädagoge, lizenzierter Anti-Aggressivitäts-Trainer (AAT)* und Coolness-Trainer (CT)* (ISS Frankfurt a. M.), arbeitet seit 2004 in der stationären Kinder- und Jugendhilfe bei einem kirchlichen Träger in der Südwestpfalz. Seit 1998 ist er im Bereich der (verbandlichen) Kinder- und Jugendarbeit tätig und hat in diesem Rahmen zahlreiche Projekte, u. a. zu den Themenfeldern Gewaltprävention, Schulmediation und Prävention sexualisierter Gewalt, begleitet. Darüber hinaus ist er nebenberuflich seit 2003 als Referent und Berater für unterschiedliche Auftraggeber tätig (u. a. Hochschule für Technik und Wirtschaft des Saarlandes, Saarbrücken; Deutsches Rotes Kreuz, Berlin und Landesverband Rheinland-Pfalz, Mainz).



Dr. Volker Mayer Geboren 1965 in Mannheim. Von 1985 bis 1991 Studium der Betriebswirtschaftslehre an der Universität Mannheim mit den Schwerpunkten Marketing, Wirtschaftsinformatik und Psychologie. Nach seiner wissenschaftlichen Ausbildung in Deutschland und der Schweiz war er rund 15 Jahre in Privatbanken, Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsgesellschaften mit zum Teil weltweiter Verantwortung tätig. Dr. Volker Mayer ist seit dem Jahr 2007 Verwaltungsratspräsident und CEO der STRIMgroup AG mit Sitz in Zürich. Daneben ist er Wissenschaftler am Conference Board in New York und Dozent im

MBA-Studiengang Human Capital Management an der Lake Constance Business School. Seine Reisen und Lehrtätigkeiten führten ihn während der letzten Jahre nach Ashridge, Boston, Duke, Shanghai und St. Gallen. Zu seinen aktuellen Themenschwerpunkten in Lehre und Praxis zählen: Internationale Unternehmensführung, Strategien zum Employer Branding und Personalmarketing, Strategien zur Organisationsentwicklung, Strategien für eine nachhaltige Personalplanung und -steuerung sowie die Rolle des Humankapitals bei Fusionen und Akquisitionen.



Dr. Birgit Michel-Dittgen Geboren 1975 in Saarbrücken. Studium der Psychologie und der Betriebswirtschaftslehre an der Universität des Saarlandes in Saarbrücken mit den Schwerpunkten Organisations- und Medienpsychologie sowie Marketing. Wissenschaftliche Mitarbeiterin an der Universität des Saarlandes (Organisations- und Medienpsychologie), an der Universität Genf (Emotionspsychologie) und an der Fachhochschule für Technik und Wirtschaft des Saarlandes (Personalmanagement). Promotionsstipendiatin des Schweizer Nationalfonds in Genf. 2011 Dissertation zum Thema Emotionsmanagement im Spannungsfeld von Geschlecht und organisationaler Hierarchieebene. Seit 2012 Koordinatorin der Personalentwicklung an der Universität des Saarlandes. Tätigkeit als freiberufliche Trainerin und Dozentin sowie als Systemische Beraterin, Therapeutin und Supervisorin (SGST) für verschiedene Organisationen in Deutschland, Luxemburg und der Schweiz. Themenschwerpunkte: Emotionale Kompetenz, Kommunikation und Gesprächsführung, persönliche, soziale und methodische Kompetenzen.

Themenschwerpunkte: Emotionale Kompetenz, Kommunikation und Gesprächsführung, persönliche, soziale und methodische Kompetenzen.



Nancy Schütze Geboren 1982 in Lutherstadt Wittenberg. Von 2002 bis 2005 duales Studium der Betriebswirtschaftslehre an der Fachhochschule der Wirtschaft in Bielefeld. Seit 2005 im Personalwesen der Deutschen Telekom tätig. Bis 2008 Tätigkeit als Referentin für Bildung im Ausbildungsbereich. Mitte 2008 Übernahme der Leitung des Bereiches Zentrales Ausbildungsmanagement (ZAM) innerhalb der Telekom Ausbildung. In dieser Position u. a. verantwortlich für Planung, Regionalisierung und Kommunikation der Konzernauszubildendenquote, Strategieentwicklung sowie Konzeption und Steuerung zentraler Projekte für lernbeeinträchtigte und sozial benachteiligte Jugendliche sowie Alleinerziehende zum Ziel der Integration in Ausbildung. 2008–2012 berufsbegleitendes Masterstudium der Pädagogik mit dem Schwerpunkt pädagogische Praxisforschung an der Alanus Hochschule für Kunst und Gesellschaft in Alfter bei Bonn.



Prof. Dr. Frank Schwab Frank Schwab (* 1963) studierte Psychologie in Saarbrücken und war wissenschaftlicher Mitarbeiter in der Klinischen Psychologie und der Medien- und Organisationspsychologie sowie freier Mitarbeiter am Medienpsychologischen Forschungsinstitut Saarland (mefis). Er promovierte in Saarbrücken und habilitierte sich im Juni 2008 mit dem Thema „Lichtspiele – Eine Evolutionäre Medienpsychologie der Unterhaltung“. Seit 2010 hat er den Lehrstuhl Medienpsychologie am Institut Mensch-Computer-Medien der Julius-Maximilians-Universität Würzburg inne. Zu seinen Interessens- und Forschungsschwerpunkten gehören: Evolutionäre Medienpsychologie (emotionale Medienwirkung) und Emotionsforschung, insbesondere Fragen der Unterhaltung und des Spiels (Film, Kino, PC-Spiele). Er ist Mitglied der DGPs, der DGPuK sowie der ISHE (Internat. Soc. Human Ethology) und im Editorial Board des Journals of Media Psychology.



Dr. Joachim Gerd Ulrich Geboren 1957, Dr. rer. pol.; Dipl.-Psychologe, wissenschaftlicher Direktor im Bundesinstitut für Berufsbildung (BIBB). 1977 bis 1985 Studium der Psychologie, Sozialwissenschaften und Ev. Theologie an der Rheinischen Friedrich-Wilhelms Universität Bonn. Von 1986 bis 1989 wissenschaftlicher Mitarbeiter im Sonderforschungsbereich 214 „Identität in Afrika“ der Universität Bayreuth. 1990 bis 1992 wissenschaftlicher Assistent am betriebswirtschaftlichen Lehrstuhl für Personalwesen und Führungslehre der Universität Bayreuth. 1992 Wechsel in das Bundesinstitut für Berufsbildung (BIBB). 1997 bis 1998 Abordnung in das Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF).



Prof. Dr. Thomas Ziehe Geboren 1947, studierte Soziologie und Geschichte in Berlin und Hannover. 1974 wurde er an der (damaligen) TH Hannover zum Dr. phil. promoviert und habilitierte dort 1985; 1986-1987 dortige Berufung auf eine C2-Professur für Erziehungswissenschaft. 1988 Berufung auf eine C3-Professur für Erziehungswissenschaft an der Goethe-Universität Frankfurt am Main. Seit 1993 C4-Professur für Erziehungswissenschaft an der Universität Hannover. 1996 Ernennung zum Dr. h.c. durch die Jyväskylä Universität, Finnland.

Teil I

**Digital Natives: Chimäre oder reales
Phänomen?**

Wolfgang Appel

Inhaltsverzeichnis

Literatur 7

Wer in den Morgenstunden öffentliche Verkehrsmittel benutzt, der kennt die äußeren Attribute der Digital Natives zur Genüge: halbwüchsige Jungen und Mädchen, scheinbar nachlässig gekleidet und mit desinteressiertem Blick, mit Kopfhörern, aus denen schepfernde Musik dringt, und die Augen auf ein Smartphone in der Hand gerichtet. Sie erscheinen abgekapselt, fremd, oft abweisend. Als Mitglied der arrivierten „Baby Boomer“-Generation wird man sich fragen: Sind das die Menschen, die in zwanzig, dreißig Jahren meinen Platz im Unternehmen einnehmen können? Werden diese so andersartigen jungen Leute in einer Generation für meine Pflege sorgen und aufkommen? Oder ist die nachwachsende Generation nicht bloß Nutznießer der gewaltigen Wohlstands- und Bildungsexpansion der letzten 60 Jahre, „die gar nicht weiß, wie gut es ihr geht“?

Wir wollten uns mit diesem ersten, zugegebenermaßen oft verwirrenden Eindruck und einer häufig von Pessimismus geprägten öffentlichen Diskussion über die Werte und Interessen junger Menschen nicht zufrieden geben, sondern hinter die selbstgewählte Fassade von Coolness und Überheblichkeit schauen. Ein Ergebnis unserer wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit den Jungen und Mädchen heute ist dieses Buch, das einen Beitrag zur Versachlichung der Diskussion leisten soll, aber auch mit überraschenden Befunden und provokanten Thesen aufwartet.

W. Appel (✉)

Fakultät für Wirtschaftswissenschaften, Hochschule für Technik und Wirtschaft des Saarlandes,
Waldhausweg 14, 66123 Saarbrücken, Deutschland
E-Mail: wolfgang.appel@htw-saarland.de

Tab. 1.1 Abgrenzung der Generationsbegriffe

Begriff [2]	Jahrgangskohorten	Situation
Baby-Boomer	1955 bis 1965	Aufgewachsen in Zeiten wirtschaftlichen Aufschwungs, heute stark in Führungsebenen von Verwaltung und Unternehmen
Generation X	1966 bis 1985	Erste Verunsicherung durch Ölkrise und Stagnation auf dem Arbeitsmarkt, aber auch durch gesellschaftliche Veränderungen wie steigende Scheidungsraten und vermehrte Migration
Generation Y (auch „Millennials“)	1986 bis 2000	Wandel von Industriegesellschaft zur globalisierten Informationsgesellschaft, aufgewachsen mit Informationstechnologie
Generation V	Nach 1990 Geborene	Wahrnehmung von persönlicher und ökonomischer Unsicherheit wird mit dem Wunsch nach Stabilität begegnet, „V“ steht für „Vertrauen“ als zentrales Handlungsmotiv dieser Generation [7]
Generation Z	Ab 1995 Geborene	Hohes Wohlstandsniveau bei subjektiv verstärkter Wahrnehmung von Unsicherheit infolge von Globalisierung und einem „Anything goes“ [9]

Bevor wir aber in die Materie eintauchen können, ist eine Abgrenzung des Betrachtungsgegenstands notwendig. Die Generationenbegriffe erfuhren in den letzten Jahren eine gewisse Inflation, weswegen eine überblicksartige Darstellung zu Beginn dieses Beitrags Sinn macht (Tab. 1.1).

Es hat eine gewisse Tradition, dass die jeweils etablierte Generation der nachfolgenden Werteverfall und Degeneration unterstellt. Wer kennt nicht die Inschrift auf einer 3000 Jahre alten babylonischen Tontafel: „Die heutige Jugend ist von Grund auf verdorben, sie ist böse, gottlos und faul. Sie wird niemals so sein wie die Jugend vorher und es wird ihr niemals gelingen, unsere Kultur zu erhalten.“[6]. In diesem Zitat kommt zum einen zum Ausdruck, dass das Verhältnis der Generationen zueinander stets von Spannungen geprägt war. In dem Diskurs zwischen Jung und Alt werden überkommene Handlungsmuster hinterfragt und überprüft. Im Ergebnis werden etablierte Verhaltensweisen von den Jungen aber meist nur zu Teilen verworfen, denn soziale Geschichte geschieht eben selten revolutionär, sondern viel häufiger evolutionär. Auseinandersetzungen zwischen den Generationen sind notwendig zum Abnabeln und Reifen, zum Erwachsen werden. Zum anderen wird unterschätzt, dass Werte und Verhaltensweisen dynamisch zu betrachten sind und sich im Verlauf eines Lebens verändern. Menschen sind im Alter häufig konservativer als in ihrer Jugend, was vor allem aus veränderten ökonomischen Lebenssituationen resultiert. Wer Haus und Karriere aufgebaut hat, der scheut vor dem Risiko der Veränderung und damit dem Risiko des Status- und Kapitalverlusts eher zurück als junge, ungebundene Menschen.

Zu Ende gedacht könnte dies bedeuten, dass die heute bei den jungen Menschen gespürten Veränderungen bestenfalls ein im Lebenszyklus bedingtes Phänomen sind, das sich mit fortschreitender Etablierung der Generation Y in der modernen Arbeitswelt verlieren wird. Im Beitrag der Personalwissenschaftler Biemann und Weckmüller finden sich empirische Belege für diese Sichtweise [1]. Die Autoren haben verschiedene Langzeitstudien ausgewertet, in denen Einstellungen heute 20-Jähriger mit den Einstellungen der heute 40-Jährigen verglichen wurden, die diese vor 20 Jahren hatten. Gestützt auf Erhebungen aus den USA aus den Jahren 1976, 1991 und 2006 kommen sie zu dem Ergebnis, dass die Unterschiede zwischen den 1966 bis 1980 Geborenen und den zwischen 1981 und 2000 Geborenen gering sind. Untersucht wurden in der Studie die Bedeutung intrinsischer sowie extrinsischer Belohnung, der Grad der Freizeitorientierung sowie das Vorhandensein altruistischer Motive. Lediglich bei Freizeitorientierung und extrinsischer Belohnung gab es signifikante Unterschiede. Hinsichtlich der Wirkung intrinsischer Belohnung und dem Vorhandensein altruistischer Motive unterschieden sich sowohl Generation X und Generation Y als auch die Baby-Boomer nicht voneinander. Also: „Generation Y: Viel Lärm um nichts“, wie Biemann und Weckmüller [1] provokativ titelten?

Dem stehen plakative, kritische Aussagen in den Medien gegenüber. Der ehemalige Chef von McKinsey-Deutschland, Herbert Henzler, forderte im Handelsblatt, dass junge Nachwuchskräfte herauskommen müssten aus der „Komfortzone“ [4]. In einem spannenden Dialog des Personalvorstands von McDonald's-Deutschland mit einer jungen HR-Nachwuchskraft wundert sich dieser, dass seine neue, hochqualifizierte Mitarbeiterin nach 19.30 Uhr keine E-Mails mehr beantwortete. Darauf angesprochen entgegnete diese, dass der „Feierabend doch zum Abschalten da sei“. Der Personalvorstand gab sich über diese Antwort etwas erstaunt, erwartete er doch, dass die jungen Leute ständig online seien: „Strebten die Uniabsolventen nicht alle nach einer steilen Karriere im Schnelldurchlauf?“ [3]. Die FAZ-Sonntagszeitung überschrieb einen umfangreichen Beitrag mit „Generation Weichei: Freizeit statt Karriere, Sabbatical statt Stress: Die jungen Leute geben für den Beruf nicht mehr alles“ [10]. Es werden darin Beispiele gebracht, dass jungen Nachwuchskräften in der Wirtschaftsprüfung Jobs in New York angeboten werden und sie diese ablehnen als zu stressig oder nicht mit der Lebensplanung vereinbar. „Karriere ja, aber nicht um jeden Preis“, lautet das Fazit.

Den Baby-Boomern könnten diese Beispiele ein Beleg für fehlenden Einsatz und mangelnde Leistungsbereitschaft der Angehörigen der Generation Y sein. Ein wenig Selbstkritik der Etablierten könnte angebracht sein. Werden erfolgreiche Manager am Ende ihrer Karriere befragt, was sie in ihrem Leben gerne anders gemacht hätten, so wird oft geantwortet, dass sie mehr Zeit mit ihren Kindern verbringen würden. Könnte es sein, dass die Generation Y nicht auf den nie eintretenden Höhepunkt des Berufswegs wartet, um sich Auszeiten für Familie und Freunde zu gönnen, sondern diese bereits hier und heute einfordert? Könnte diese Haltung dann nicht statt Verfall vielmehr ein Fortschritt sein?

Wir möchten in diesem Buch aber die eher marketinggetriebene Diskussion um Generationsbegriffe nicht weiter verfolgen und uns von der ohnehin nicht trennscharfen Abgrenzung über Geburtsjahrgänge lösen. Wir haben uns für einen anderen Überbegriff ent-

schieden, der sich an der Art und Weise der Informationsverarbeitung orientiert – den der „Digital Natives“. In diesem Begriff kommt nämlich das prägendste Element der Lebenswelt junger Menschen zum Ausdruck: der Einfluss neuer Kommunikationstechnologien auf Kommunikationsstil, Selbstinszenierung und soziales Leben.

Der Begriff Digital Natives wurde erstmals im Jahr 2001 von dem amerikanischen Hochschullehrer, Berater und Publizisten Marc Prensky eingesetzt. Zehn Jahre nach dem Start des Internets beschrieb er den fundamentalen Wandel, der für die Generation der Jugendlichen einsetzte. „Our students today are all ‚native speakers‘ of the digital language of computers, video games and the Internet“, so Prensky [8]. Alle Älteren erlernen den Umgang mit modernen Technologien wie eine Fremdsprache. Sie können damit zwar durchaus erfolgreich sein, aber sie werden immer einen Akzent in der Sprache haben und mit einem Fuß in der Vergangenheit stehen. Sie bleiben „Digital Immigrants“. Prensky bringt dafür schöne Beispiele: Die digitalen Einwanderer drucken Dokumente oder E-Mails noch aus, um sie zu bearbeiten oder in eine Wiedervorlagemappe einzuordnen. Außerdem lesen sie noch Gebrauchsanweisungen neuer elektronischer Geräte, während Digital Natives sie nach dem Trial & Error-Prinzip einfach ausprobieren. Natürlich kommt es zu Verständigungsschwierigkeiten zwischen Muttersprachlern und Einwanderern – sowohl syntaktisch als auch inhaltlich. Es kann aber auch zur Umkehrung des Lehrer-Schüler-Verhältnisses kommen, wie ein Praxisbeispiel der Merck KGaA in Darmstadt zeigt. Dort weisen Auszubildende (als Mentoren) Führungskräfte (als Mentees) in die Nutzung von Social-Media-Anwendungen wie Twitter, Flickr und Blogs ein [5].

Aber selbst der Begriff der Digital Natives wird der Vielschichtigkeit der Lebenswelten junger Menschen nur begrenzt gerecht. Wir haben es auf der einen Seite nämlich mit sehr gut ausgebildeten jungen Menschen zu tun, die aufgrund ihrer familiären Herkunft und dem Zugang zu Bildung hervorragende Möglichkeiten haben auf einem globalen Arbeitsmarkt in herausgehobenen und lukrativen Positionen zu bestehen. Internationalität bedeutet für diese jungen Menschen nicht Wettbewerb im Inland mit Migranten, die bereit sind, gleichwertige Arbeit zu schlechteren Bedingungen zu verrichten. Internationalität ist für diese Gruppe ein Wachstums- und Entwicklungsthema, das wahrlich grenzenlose Chancen mit sich bringt. Für den Erfolg in dieser Umgebung sind sie in der Lage, eine hohe räumliche und mentale Mobilität einzusetzen. Auf der anderen Seite steht diesen Globalisierungsgewinnern aber ein immer noch wesentlicher Anteil eines jeden Jahrgangs gegenüber, der mit einem einfachen oder mittleren Schulabschluss in die berufliche Laufbahn startet. Diese Zielgruppe ist oft räumlich verhafteter und auch weniger an mentaler und fachlicher Mobilität interessiert. Diese Gruppe kommt aber in der öffentlichen Diskussion des Phänomens der Digital Natives zu kurz, weil zu stark auf die hochqualifizierten jungen Menschen als begehrte und knappe Führungsnachwuchsressource geschaut wird.

Wir haben darum versucht, diesen Band auf die Zielgruppe der 15- bis 20-jährigen auszurichten, die eine berufliche Ausbildung anstreben, zumeist in ihren Herkunftsregionen wohnen bleiben und ihren sozialen Beziehungen einen hohen Stellenwert einräumen, ohne deswegen auf beruflichen Erfolg und Sicherheit verzichten zu wollen. Denn dies hat uns die Arbeit an diesem Buch gezeigt: Der zweite Blick auf die Digital Natives lohnt sich!

Literatur

1. Biemann T, Weckmüller H (2013) Generation Y: Viel Lärm um nichts. *PERSONALquarterly* 65(1):46–48
2. Böhlich S (2009) Personalmarketing umkrempeln. *Personal* 61(11):42–44
3. Goebel W, Ochs C (2013) Im Dialog in die Arbeitswelt von morgen. *Personalwirtschaft* (2):43–45
4. Henzler H (2013) Raus aus der Komfortzone. *Handelsblatt*, Ausgabe vom 11.3.2013, S 48
5. Hiltmann H (2013) Wenn Azubis den Chef anleiten. *Personalmagazin* (3):38–40
6. Manzel J, Grieser H, Scheer A (Hrsg) (2003) Theoriedefizite der Jugendforschung: Standortbestimmung und Perspektiven. Weinheim, S 170
7. Opaschowski HW (2009) Wohlstand neu denken. Gütersloh 22–24
8. Prensky M (2001) Digital Natives, Digital Immigrants. *On the Horizon* 9(5):1–6
9. Scholz C (2012) Generation Z als Nachfolger der Generation Y? *Standard*, Ausgabe vom 7./8.2012, Seite K18
10. Weiguny B (2012) Generation Weichei. *FAZ Sonntagszeitung*, Ausgabe vom 23.12.2012, S 27

Teil II

Digital Natives und ihre Lebenswelten

Klaus Farin

Inhaltsverzeichnis

2.1	Eine notwendige Vorbemerkung:	11
2.2	Nicht „die Jugend“, sondern das Menschenbild der Erwachsenen hat sich gewandelt ...	13
2.3	Die gegenwärtige Jugend ist die bravste seit Jahrzehnten	13
2.4	„Die Jugend“ ist heute politischer und engagierter als die „Achtundsechziger-Generation“	15
2.5	Jugendkulturen: eine den Mainstream prägende Minderheit	16
2.6	Der Körper als Performanceraum	17
2.7	Körper und Geschlecht	18
2.8	Der Kick des Risikos	19
2.9	Die Explosion der Stile und Zeichen	19
2.10	Zwischen Rebellion und Markt	22
2.11	Jugendkulturen liefern Sinn, Spaß und Identität(en)	23
2.12	Jugendkulturen in Schule und Ausbildung	25
	Literatur	26

„Ja, so ist die Jugend heute, schrecklich sind die jungen Leute.“ Wilhelm Busch

2.1 Eine notwendige Vorbemerkung:

Fast alles, was wir über „die Jugend“ und deren Kulturen wissen, erfahren wir aus den Medien. Diese sind aber vor allem an dem Extremen und dem Negativen interessiert. Sie leben nun einmal davon, stets das Außergewöhnliche, Nicht-Alltägliche in den Vorder-

K. Farin (✉)
Archiv der Jugendkulturen e. V., Fidicinstraße 3,
10965 Berlin, Deutschland
E-Mail: klaus.farin@jugendkulturen.de