

Digital Natives: Sind sie wirklich noch so anders?



Bereits 2001 veröffentlichte Marc Prensky seinen viel beachteten Beitrag »Digital Natives, Digital Immigrants« im Heft 5 der Zeitschrift »On the Horizon«, in welchem er den Gegensatz zwischen der Generation, die im digitalen Zeitalter aufgewachsen ist und deshalb mit den digitalen Techniken im privaten wie im beruflichen Umfeld bestens vertraut ist, und denjenigen beschreibt, die die digitalen Technologien adaptieren, um mit ihnen zu arbeiten. Für sie ist der Umgang mit den digitalen Techniken nicht selbstverständlich.

Die Thematisierung dieses Gegensatzes liegt jetzt bereits mehr als zehn Jahre zurück. Trotzdem findet sich aktuell immer noch eine Fülle von Veröffentlichungen, die sich dieses Problems annehmen, darum greift auch die zfo mit ihrem aktuellen Schwerpunkt diese Thematik auf. Allerdings: Es sei an dieser Stelle die Frage erlaubt, ob der Gegensatz zwischen Digital Natives und Digital Immigrants tatsächlich immer noch so gravierend ist. Eine Zahl macht in diesem Zusammenhang nachdenklich: Laut einer Veröffentlichung der Social-Media-Agentur tobesocial sind über 50 % der Nutzer der Online-Business-Netzwerke Xing und LinkedIn älter als 35 Jahre.

Die Altersverteilung bei den Nutzern sozialer Business-Netzwerke ist sicherlich ein Indiz, dass zumindest in der Wirtschaft die digitalen Technologien generationsübergreifend angenommen werden. Die Steuerung betrieblicher Prozesse ist ohne diese Technologien heutzutage nicht mehr vorstellbar. Aber auch soziale Internetdienste zur Festigung der Kunden- und Lieferantenbeziehungen sind eigentlich bei vielen Unternehmen nicht mehr wegzudenken. Insofern wird niemand ernsthaft bestreiten können, dass auch für Mitarbeiter, die nicht der Generation der Digital Natives angehören, der Umgang mit diesen digitalen Techniken zusehends vertraut wird. Ist dieser vielfach propagierte Unterschied insofern gar nicht mehr erkennbar? Verschwinden die Grenzen zwischen den Digital Natives und Digital Immigrants immer mehr?

Das mag für die Anwendung der Techniken sicherlich gelten. Aber vielfach nicht für das Leben mit diesen Techniken im betrieblichen wie im privaten Umfeld. Digital Natives verfügen oftmals über andere Routinen, da sie im Gegensatz zu den Digital Immigrants mit diesen Techniken sozialisiert wurden. Dies schlägt sich z. B. in einer veränderten Art der Informationsverarbeitung nieder. Bei der Informationssuche dominiert die soziale Interaktion im Netz. Geschwindigkeit und sofortige Verfügbarkeit stehen klar im Fokus. Dies führt unweigerlich – wie Psychologen konstatieren – zu einer veränderten kognitiven Konditionierung. Simultane Informationsverarbeitung wird beispielsweise ebenso präferiert wie die Aufnahme von grafischer im Gegensatz zu schriftlicher Information. Die ständige Vernetzung ist integraler Bestandteil des Verhaltens, was sich auch darin zeigt, dass ein schnelles Feedback erwartet wird bzw. dieses auch selbst regelmäßig gegeben wird. Dabei hat der Informationsaustausch im Netz klare Priorität vor dem direkten persönlichen Kontakt vor Ort.

Entsprechend erscheint das Thema Digital Natives nach wie vor relevant, und das nicht nur im betrieblichen Kontext. In der Anwendung der digitalen Techniken scheinen sich die Unterschiede zwischen den Generationen zwar zusehends zu verwischen, im tagtäglichen Verhalten der Generationen lässt sich diese Andersartigkeit jedoch nicht wegdiskutieren.

Insofern wünsche ich eine erkenntnisreiche Lektüre der vorliegenden Ausgabe der zfo, die natürlich nicht nur für die Digital Natives unter unseren Lesern auch online zur Verfügung steht.



Gerhard Schewe



Schwerpunkt Digital Natives – wie anders sind sie?

232 Werte der Digital Natives

Führungs- und Anreizsysteme angemessen ausgestalten
Florian Kunze

In einer Studie wurden die Wertvorstellungen von vier Generationen gegenüber der Arbeit ermittelt und so die Besonderheiten der Digital Natives herausgearbeitet. Der Artikel leitet daraus Empfehlungen für die Ausgestaltung von Führungs- und Anreizsystemen ab.

237 Enterprise 2.0 Transformation

Social Media unternehmensintern nutzen
Thorsten Petry/Florian Schreckenbach

Wenn Social Media unternehmensintern eingesetzt werden, so hat dies große Auswirkungen auf die Unternehmenskultur. Basierend auf zwei Studien erläutert der Artikel die Phasen eines solchen Transformationsprozesses zum Enterprise 2.0 und nennt die Erfolgsfaktoren.

245 Erwartungen der Digital Natives

Was Unternehmen für technikaffine Nachwuchskräfte attraktiv macht

Andrea Gurtner/Frank E. P. Dievernich/
Peter Kels

Im Kampf um leistungsorientierte, technikaffine Nachwuchskräfte müssen sich Unternehmen heute anstrengen, um nicht auf der Strecke zu bleiben. Da ist es hilfreich, wenn man über die Erwartungen der jungen Generation Bescheid weiß.

251 Lernansprüche der Digital Natives

Eine Analyse im Rahmen des Global Sales Training der MAN Academy

Martin Bauknecht

Die Digital Natives sind von klein auf mit computer-gestützten Kommunikationswegen vertraut und erwarten auch in Weiterbildungsmaßnahmen einen sinnvollen Einsatz der Neuen Medien. Ob Blended Learning den Ansprüchen dieser Generation genügt, wurde anhand des Global Sales Training der MAN Academy untersucht.

Interview

260 Informierte Menschen mit einem hohen Selbstwertgefühl

Mit Stefan Sautmann sprach die zfo über die Digital Natives und darüber, was die Unternehmen beim Umgang mit dieser Mitarbeiter- oder auch Kundengruppe beachten sollten.

264 Crowd und Rüben

Crowdsourcing beim Wort genommen

Standpunkt von Salome Müller/
Michaela Simeon

zfo-Online: exklusiv für Abonnenten

- Volltextsuche in sämtlichen Beiträgen von 1996 bis heute
- Kostenloser Download
- Bequeme Anmeldung mit Ihrer Abo-Nummer unter www.zfo.de



Lernansprüche der Digital Natives – S. 251



Glaubwürdigkeit im Internethandel – S. 273



Integritätsmanagement – S. 279

Führung & Leadership

267 **Vertrauenswürdigkeit**
Eine Gestaltungsaufgabe für Unternehmen
Christian Schiel

Unternehmen können Vertrauenswürdigkeit durch wohltätiges Handeln signalisieren oder sie als Kernkompetenz in alle Geschäftsprozesse integrieren. Da Letzteres sehr aufwendig ist, scheuen viele Unternehmen diesen Schritt, obwohl Vertrauenswürdigkeit nur so zu einem strategischen Wettbewerbsvorteil werden kann.

273 **Glaubwürdigkeit im Internethandel**
Steigern Siegel und Zertifikate die Vertrauenswürdigkeit von Online-Händlern?
Ann-Marie Nienaber/Ansgar Buschmann/
Isabel Birken/Gerhard Schewe

Der Handel über das Internet boomt, doch die wachsende Zahl der Online-Händler wirft auch vermehrt Fragen zu deren Glaubwürdigkeit auf. Siegel und Zertifikate sollen Vertrauenswürdigkeit vermitteln. Wie diese vermeintlichen Vertrauensbeweise bei den Kunden ankommen, wurde in einer Studie ermittelt.

279 **Integritätsmanagement**
Ansatzpunkte zur Prävention und Bekämpfung von Wirtschaftskriminalität
Thomas Faust

Wirtschaftsspionage und Korruption, aber auch ethisches Fehlverhalten gegenüber Mitarbeitern und Kunden fügen Unternehmen großen Schaden zu. Dieser Beitrag zeigt auf, wie sich im Unternehmen eine nachhaltige Verantwortungskultur aufbauen lässt.

Projekt- & Prozessmanagement

287 **Der Prozessauftrag als Hebel für Resultate**
Zurück zu den Ursprüngen des Prozessmanagements
Roman Stöger



289 **Interventionsarchitektur und -design**
Den Rahmen für (Veränderungs-)Projekte effektiv gestalten
Achim Weiland



Spektrum

259 Impressum

292 Rezensionen

294 Aktuelles

296 Verbandsmitteilungen

304 Vorschau/Call for Papers