

## **Generation Y: Der Online Lifestyle und seine Folgen**

*Roman P. Buechler, Informatiker SM eidg. FA, CIS Information Security Auditor*

*Für Menschen, die im letzten Viertel des zwanzigsten Jahrhunderts geboren sind, war das Internet schon immer da. Diese so genannte Generation Y lebt vermehrt in einer digitalen Welt. Deshalb spricht die Fachwelt vom Online Lifestyle. Gemeint sind soziale Netzwerke und Internetportale zum Pflegen von Kontakten und Austauschen von Informationen, Bildern, Videos oder Online-Spielen, ebenso Blogs, Second Life oder SMS.*

### **Die Generation Y und ihre Erwartungen**

Die Generation Y gilt als gut ausgebildet, meist mit Fachhochschul- oder Universitätsabschluss. Sie zeichnet sich durch eine technologieaffine Lebensweise aus. Die Millennials, so wird diese Generation auch genannt, arbeiten lieber in virtuellen Teams als in Hierarchien. Freie Software-Entwicklung (Open Source), das Austauschen von Musik, Videos und Bildern über Portale sowie Wikipedia sind ausgezeichnete Beispiele für solche virtuellen Teams. Die Millennials sind multikulturell und weltoffen, sie arbeiten zusammen und beachten traditionelle Geschlechterrollen ebenso wenig wie die ethnische Herkunft.

Im Jahre 2007 führten Junco und Mastrodicasa eine Umfrage unter College-Studenten durch. Die Resultate zeigen folgende Eigenschaften der Generation Y:

- 97% besitzen einen Computer
- 94% besitzen ein Mobiltelefon
- 75% haben einen Facebook Account
- 49% laden/tauschen Musik über Netzwerke
- 34% benutzen Webseiten als primäre Informationsquelle
- 28% schreiben einen Blog und 44% lesen Blogs

Kurzum: Die elektronische Kommunikation ist für junge Menschen omnipräsent. In der digitalen Welt wird das globale Dorf Realität.

Für das bevorzugte Arbeitsumfeld der Millennials nennt Forrester Research, eine unabhängige, amerikanische Forschungsanstalt, folgende Faktoren: Millennials bevorzugen

flexible Arbeitsbedingungen und -zeiten, die eine Work-Life-Balance ermöglichen. Neben Teamwork, einer kooperativen Unternehmenskultur und schlanken Arbeitsprozessen erwarten sie von ihrem Arbeitgeber modernste Technologien und digitalisierte Informationen. Diese sollen orts- und zeitunabhängig verfügbar sein.

Der Arbeitsplatz erhält demnach eine hohe Priorität in Unternehmens- und Informatikstrategien. Es gilt, Networking-Plattformen, Diskussionsforen, Blogs, Wikis und gemeinsame Datenablagen für virtuelle Teams zu prüfen.

### **Der Online Lifestyle und seine Auswirkungen**

Doch: Wie sieht es in der Realität aus? „Blogs und Wikis passen nicht in Unternehmen“ verkündete die deutsche Zeitschrift CIO im Editorial der Ausgabe 10/2009. Angeblich tauschen sich Arbeitskollegen nur sehr selten über die erwähnten Plattformen aus, da die meisten Unternehmen immer noch hierarchisch und nicht in virtuellen Teams arbeiten. Ein Konflikt bahnt sich also an: Die Unternehmensstrukturen und die vorhandenen Informationstechnologien hinken den Anforderungen der Generation Y hinterher. Deshalb müssen sie früher oder später an die neuen Bedürfnisse, Wertvorstellungen und Arbeitsweisen angepasst werden.

Die steigenden Zugriffe auf digitale soziale Netzwerke während Unterrichts- und Arbeitszeiten in Bildungsinstituten, Privatwirtschaft und Verwaltung bestätigen diese Forderung. Indes: Die Auswirkungen des Online Lifestyles auf die produktive Arbeitszeit und die Informationssicherheit sind beträchtlich. Deshalb erwägen immer mehr Unternehmen, den Zugriff auf Websites wie Facebook, MySpace und Twitter während der Geschäftszeiten zu sperren.

Sperren im Unternehmensnetzwerk sind jedoch nicht der Weisheit letzter Schluss. Denn die Anwender finden heute auch Wege ins Internet ohne das Firmennetzwerk zu benutzen. Smartphones, Netbooks und drahtloser Internetzugang sind nur einige davon.

Vielmehr sind die Arbeitgeber heute gefragt, welche sich mit der neuen Generation und ihren Bedürfnissen auseinandersetzen. Das Social Media Ranking bei den DAX 30, einer Beilage

der deutschen Fachzeitschrift CIO, Ausgabe 10/2010 zeigt einen deutlichen Trend hin zu Social Media in den Unternehmen.

Die Firmen wollen sich als attraktive Unternehmen positionieren. Web 2.0 hält in vielerlei Facetten Einzug in die Unternehmen. Eigene Gruppen in Facebook, XING und LinkedIn sind bei den DAX 30 schon beinahe eine Selbstverständlichkeit. Als wichtigstes Motiv gilt, die eigene Marke auch bei jüngeren Arbeitnehmern zu positionieren und jüngere Kunden zu gewinnen. Ob Automobilhersteller wie BMW und Volkswagen, Softwareschmieden und Technologiekonzerne wie SAP und Siemens oder Sportartikelhersteller wie Adidas, die Facebookseiten gefallen mehreren zehnhunderttausend Facebook-Nutzern.

Die Strategie ist also klar: Web 2.0 gehört definitiv in die Unternehmensstrategie. Marketingabteilungen, welche diesen Trend ausblenden sind bereits im Hintertreffen. Blogs und Twitter finden heute bereits Führungskräfte, welche aktiv mittun. Auch dies ist Marketing und gibt ein deutliches Zeichen, welche Unternehmen sich an den Wertvorstellungen der Generation Y orientieren.

### **Fazit**

Die Generation Y verändert unsere Arbeitswelt. Junge Menschen experimentieren mit neuen, digitalen Kommunikationsformen. Sie beherrschen sie und wenden sie nutzbringend an. Einige dieser Kommunikationsformen, etwa Wikis positionieren sich auch in der Arbeitswelt und erweisen sich als nützlich, andere, dazu zählt Second Life, werden im Privaten bleiben oder ganz verschwinden.

Führungskräfte sind gefordert, die Werte der Generation Y in die Unternehmens-, sowie die Informatikstrategie zu verankern, will das Unternehmen auch zukünftig als attraktiver Arbeitgeber am Markt wahrgenommen werden.

Tabelle „Generationen im Wertewandel“ (Auszug aus „Die neue Moral der Netzwirkkinder“, Andreas Steinle / Peter Wippermann, Piper, 2003)

	<b>Babyboomer</b>	<b>Generation X</b>	<b>Generation Y</b>
<b>Jahrgang</b>	<b>1950-1965</b>	<b>1960-1979</b>	<b>1975-2000</b>
<b>Ziel</b>	Selbstbehauptung	Selbstreflexion	Selbstverbesserung
<b>Wichtigster Wert</b>	Protest und Idealismus, Narzissmus Rebellion Kreativität Entfaltung	Skepsis und Soft- Individualismus Zynismus Pessimismus Improvisation Sinnsuche	Vertrauen und Ich-AG Pragmatismus Vernetzung Kooperation Effizienz
<b>Wirtschaft/Politik</b>	Wirtschaftsaufschwung 68er-Bewegung Vietnamkrieg RAF Ölkrise	Rezession Anti-Atom- Bewegung Afghanistankrieg IRA Tschernobyl	New Economy Globalisierungsgegner Terrorismus Al Kaida Millennium-Bug
<b>Freizeit</b>	Sexuelle Revolution Freie Liebe Mensa Fussball	Single-Partys Aids McDonalds Tennis	Flirt im Chatroom Treue auf Zeit Coffee-Shop Golf
<b>Technik</b>	Fernseher Öffentlicher Rundfunk 8-mm-Film Transistorradio LPs Wählscheibentelefon	Personal Computer Kabelfernsehen Videos Walkman CDs Tastentelefon	Internet Satellitenfernsehen DVD MP3 Handy