
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.



<http://www.springer.com/978-3-658-00542-9>

Digital Natives

Was Personaler über die Generation Y wissen sollten

Appel, W.; Michel-Dittgen, B. (Hrsg.)

2013, XVIII, 237 S. 35 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-00542-9