

# Die Generation Y – Ein Plädoyer für die Analyse einer „vernetzten Generation“ zur Weiterentwicklung der Bibliotheksdidaktik

Kim Farah Giuliani, Fachhochschule Potsdam

## Zusammenfassung:

Dieser Beitrag greift sowohl den wissenschaftlichen Diskurs über die „Generation Y“ als auch Aspekte der Vermittlung von Informationskompetenz in Bibliotheken auf. Beide Themen werden verknüpft und in Bezug auf eine erfolgreiche Bibliotheksdidaktik diskutiert.

## Summary:

This article takes up both the scientific discourse about the Millennials (Generation Y) as well as the debate on how to impart information literacy and library didactics. Both topics are discussed in combination, with respect to successful didactics in libraries.

Zitierfähiger Link (DOI): <http://dx.doi.org/10.5282/o-bib/2017H1S132-137>

Schlagwörter: Bibliotheksdidaktik; Generation Y; Informationskompetenz

## 1. Die Me Me Me-Generation<sup>1</sup>

Es gibt sie nicht, die eindeutige Definition der Generation Y: Sozialwissenschaftliche Studien, die sich mit der Thematik beschäftigen, führen zwar übereinstimmend einige für diese Generation charakteristische Eigenschaften an, im Detail werden diese aber vielfach abweichend interpretiert.<sup>2</sup> Unterschiedliche Auffassungen bestehen auch hinsichtlich der zeitlichen Einordnung dieser Generation, d.h. der Frage, welche Jahrgänge ihr zugerechnet werden sollten. Teils wird bereits mit dem Jahr 1980 begonnen,<sup>3</sup> an anderen Stellen hingegen von den „zwischen 1985 und 2000 Geborenen“<sup>4</sup> oder auch den zwischen 1980 und 1994<sup>5</sup> gesprochen. Hurrelmann und Albrecht<sup>6</sup> betrachten die Generation Y – im Gegensatz zu etwa der 68er-Generation – weniger als Skeptiker, mehr als taktierende, ich-zentrierte Pragmatiker. „Das ständige Suchen und Tasten, Sondieren und Taktieren, die permanente Frage nach dem ‚Warum‘, dem ‚Why‘, ist zum Synonym für eine ganze Generation geworden.“<sup>7</sup> Das „Warum“ also weniger als Rebellion, vielmehr als gewissenhaftes Abwägen in einer ungewissen Erfahrungswelt.

1 Dieser Essay ist ein für die Publikation überarbeiteter Auszug aus einer Hausarbeit im Seminar „Informationskompetenz“ des Bachelor-Studiengangs Bibliotheksmanagement am Fachbereich Informationswissenschaften der FH Potsdam (6. Semester, SoSe 2016, Dozentin: Prof. Dr. Antje Michel).

2 Johannes Moskaliuk, *Generation Y als Herausforderung für Führungskräfte*, essentials (Wiesbaden : Springer Fachmedien Wiesbaden, 2016), 1.

3 Ebd.

4 Klaus Hurrelmann und Erik Albrecht, *Die heimlichen Revolutionäre* (Weinheim: Beltz, 2014), 14.

5 Suzann Girtz, *Educating Millennials Born between 1980 and 1994* (Lewiston, NY: The Edwin Mellen Press, 2013), 9.

6 Hurrelmann und Albrecht, *Die heimlichen Revolutionäre*.

7 Ebd., 30.

Andere Stimmen wiederum konnotieren das Y, also „Why“, schon eher als „kritische und hinterfragende Grundhaltung“.<sup>8</sup> Es kursieren diverse Bezeichnungen der hier darzustellenden Generation: „Millenials, Me Me Me-Generation, Generation MyPod, Net Generation, Internet Generation, iGeneration, NextGen, Generation Now und Generation Facebook“<sup>9</sup> oder auch „Nexters (weil wir die nächste Generation sind), Generation Nintendo, Net Generation, Cyberkids, Generation @ oder Digital Natives (weil wir nicht wie unsere Eltern ‚ins‘ Internet gehen, sondern ‚im‘ Internet leben), Trophy Kids (weil wir für alles Urkunden, Pokale und Trophäen bekommen haben, selbst wenn wir bloß anwesend waren)“.<sup>10</sup> Nachfolgend soll bei der am weitesten verbreiteten Bezeichnung,<sup>11</sup> der *Generation Y*, alternativ *Ypsiloner*, verblieben werden.

Die Generation Y hat in ihrer Jugend prekäre Umbrüche und Situationen erlebt: „Wirtschaftskrisen, Kriege und andere politische Katastrophen bis hin zu sozialen und kulturellen Stimmungsumschwüngen.“<sup>12</sup> Ereignisse und Faktoren, die sie nicht beeinflussen können, da sie sie oft nicht direkt erleben, sondern über die sie Informationen aus den Medien beziehen.

Dabei erleben natürlich alle Individuen, die sich in diesem historischen und gesellschaftlichen Kontext bewegen, – Erwachsene wie Jugendliche – dieselben Phänomene. Allerdings befinden sich Jugendliche in einer Lebensphase, in der sie „hypersensibel“ von ihrem Erleben geprägt werden.<sup>13</sup>

Vor dem Hintergrund des permanenten Erlebens von Krisenszenarien und tiefgreifenden gesellschaftlichen Veränderungen lässt sich im Hinblick auf das Bildungs- und Berufsleben der Generation Y festhalten, dass sie „ein niedrigeres Sicherheitsbedürfnis [hat]. Ih[r] ist klar, dass ein Arbeitsplatz heute nicht mehr auf Lebenszeit garantiert ist, und [sie ist] deshalb bestrebt, sich flexibel an neue Anforderungen anzupassen und lebenslang zu lernen.“<sup>14</sup>

Auch Entscheidungen zu treffen, bedeutet für die Ypsiloner bei weitem nicht mehr das, was es für andere Generationen – die skeptische Generation (1925-1940), die 68er-Generation (1940-1955), die Babyboomer (1955-1970) und die Generation X (1970-1985) – bedeutet hat: „Die Generation Y ist mit einem Überangebot aufgewachsen. Sie muss ihren Weg finden, um in dem Dschungel aus Optionen nicht den Überblick zu verlieren. Entscheidungen zu treffen – durchaus auch aus dem Bauch heraus – ist ihr längst in Fleisch und Blut übergegangen.“<sup>15</sup>

Winograd und Hais bezeichnen die Generation Y als *civic*, also bürgerliche Generation. Dies schließt den Bogen zu der eingangs erläuterten Position, die die Ypsiloner als nicht allzu rebellisch definiert.<sup>16</sup> Diese Einordnung bezieht sich auf die Klassifikation der Generationen, die in der Geschichte stets

8 Moskaliuk, *Generation Y als Herausforderung für Führungskräfte*, 1.

9 Hurrelmann und Albrecht, *Die heimlichen Revolutionäre*, 13–14.

10 Kerstin Bund, *Glück schlägt Geld* (Hamburg: Murmann, 2014), 11.

11 Ebd.

12 Hurrelmann und Albrecht, *Die heimlichen Revolutionäre*, 15–16.

13 Ebd., 15.

14 Moskaliuk, *Generation Y als Herausforderung für Führungskräfte*, 2.

15 Hurrelmann und Albrecht, *Die heimlichen Revolutionäre*, 17, 31.

16 Morley Winograd und Michael D. Hais, *Millennial Momentum* (New Brunswick, NJ [u.a.] : Rutgers Univ. Press, 2011).

wieder neu anzutreffen sind: die Idealisten, die Reagierenden, die Angepassten und *die Bürgerlichen*.<sup>17</sup> Hiernach entwickeln bürgerliche Generationen einen einzigartig hohen Grad an Optimismus bezüglich ihrer eigenen, aber auch der Zukunft ihrer Gesellschaft.<sup>18</sup>

Soweit der Versuch einer allgemeinen Charakterisierung. Im vorliegenden – bibliotheksdidaktischen – Kontext darf allerdings ein wesentlicher Aspekt nicht unterschlagen werden: die hohe Integration neuer Medien und Technologien in die Alltags-, Lern- und Arbeitswelt.

„Die Mitglieder der Generation Y gehören zu einer Generation, die sich eine (Arbeits-) Welt ohne digitale Medien nicht mehr vorstellen kann. Als Digital Natives nutzen sie das Web 2.0 selbstverständlich – beruflich und privat.“<sup>19</sup> Dies beeinflusst unmittelbar „völlig neue Formen der Kommunikation, die sich auch auf soziale Umgangsformen und kulturelle Lebensstile auswirken“.<sup>20</sup>

Sehr anschaulich beschreibt ein von Winograd und Hais zitierter Interviewausschnitt dieses Verhalten: „You know these kids are very, very tuned in. (...) It’s interactive, the kind of iPoding and AWK. We don’t have a clue! Old school guys like me, have no clue about how these kids are accessing information. (...) But I certainly know their interests aren’t very linear and sort of text driven. It’s video driven. It’s YouTube driven. It’s music in my ears driven, much more than sitting down quietly in a library reading a book.“<sup>21</sup>

Genau diesen *clue*, diese Ahnung, muss die Informationskompetenz als Disziplin allerdings haben. Sie hat sich also zu fragen: Wie gelangen die Ypsiloner an Informationen oder wie *sollten* sie diese Informationen finden, bewerten und nutzen?

Denn: „[...] they see the Internet broadly conceived as the source of all knowledge and all wisdom. Which is a little scary at times, but that sort of the assumption they’re operating under.“<sup>22</sup> Das Gleichgewicht zwischen dem schaurigen (*scary*) Moment und der Kompetenz, dieses Instrument zu beherrschen, zu finden, kann ein zentrales Bindeglied zwischen der Informationskompetenz und der Generation Y werden.

Es handelt sich hier um eine hochgradig optimistische Generation, die gelernt hat, mit instabilen Rahmenbedingungen umzugehen und extrem flexibel auf Wandel und Veränderungen zu reagieren, „ohne sich von ihnen treiben zu lassen.“<sup>23</sup>

---

17 Ebd., 13-14. William Strauss und Neil Howe, *Generations*, 1st ed. (New York: Harper Perennial, 1992).

18 Winograd und Hais, *Millennial Momentum*, 14.

19 Moskaliuk, *Generation Y als Herausforderung für Führungskräfte*, 4-5.

20 Hurrelmann und Albrecht, *Die heimlichen Revolutionäre*, 24.

21 Winograd und Hais, *Millennial Momentum*, 85.

22 Ebd. 86.

23 Hurrelmann und Albrecht, *Die heimlichen Revolutionäre*, 27.

In den Worten Hurrelmann und Albrechts: „Die Generation Y wird (...) zu einer Generation der Ego-taktiker: Sie erfassen schnell und mit großer Sensibilität die Ausgangslage. Daraufhin legen sie ihr Verhalten so fest, dass möglichst viel Gewinn für sie selbst zu erwarten ist.“<sup>24</sup>

„Die Ypsiloner liefern sich einen Wettlauf um die besten Abschlüsse. Leistungs- oder besser Abschlussfixierung unter Einsatz auch von List und Taktik – das ist den Angehörigen der Generation Y zur zweiten Natur geworden.“<sup>25</sup>

Hinzu kommt das Bewusstsein über das Recht, individuelle und faire Behandlung einzufordern. Sie verbinden Privates und Berufliches bzw. Studienbezogenes. Die Grenzen verschwimmen hier. Eigene Werte nehmen an Bedeutung zu, werden aber auch mit externen Zielen – etwa denen eines Unternehmens – verbunden.<sup>26</sup>

Mit diesen „Leistungsstrebern“<sup>27</sup>, umgeben von längst in Alltag, Studium und Beruf integrierten Medien und Technologien, sollten sich die Akteure und Akteurinnen in der Vermittlung von Informationskompetenz durchaus befassen, um sie optimal zu erreichen. Der Begriff der schulenden Institutionen muss sich erweitern auf ein Verständnis „als pädagogische Dienstleistungseinrichtungen, die sich aktiv um ihr Wohl bemühen und in denen sie sich genügend Anregung holen können, um die persönliche Entfaltung voranzubringen (...). Die Ypsiloner möchten Lernunternehmer sein, Bildungsmanager in eigener Sache sozusagen. (...) Sie fühlen sich durch permanenten Frontalunterricht gegängelt. Stattdessen wollen sie mitentscheiden, wie und wann sie lernen. Sie möchten sich dafür moderner Informations- und Kommunikationstechniken bedienen. Sie drängen auf methodisch-didaktische Lehr- und Lernformen, die dem Selbststudium einen viel größeren Stellenwert einräumen als bisher.“<sup>28</sup>

Dem läuft das derzeitige Verständnis der Vermittlung von Informationskompetenz keineswegs entgegen. Ganz im Gegenteil: Es herrscht „allgemeiner Konsens in der Wissenschaft, Lernen als einen konstruktiven Prozess zu betrachten, bei dem ein Lernender aktiv seine eigenen Wissensbestände konstruiert, erweitert oder auch verändert.“<sup>29</sup>

Zu Beginn wurde erläutert, dass es sich bei der Generation Y um eine Generation mit bürgerlichen Werten handelt, die in einem Kontext ständiger Schwankungen und Umbrüche lebt. Sie ist sich dieses Umstandes bewusst. Dennoch handelt es sich um optimistisch agierende Individuen, die jedoch einen hohen Eigensinn und Leistungszwang beim Erreichen selbst gesteckter oder als notwendig eingeschätzter Ziele entwickeln. Die neuen Medien und Technologien sind vollständig in ihr tägliches Leben integriert, immer und überall. Die Generation Y ist Nutzer der hier verfügbaren Inhalte,

---

24 Ebd., 32.

25 Hurrelmann und Albrecht, *Die heimlichen Revolutionäre*, 34.

26 Moskaliuk, *Generation Y als Herausforderung für Führungskräfte*, 2, 12.

27 Hurrelmann und Albrecht, *Die heimlichen Revolutionäre*, 53.

28 Ebd., 57-58.

29 Ulrike Hanke, Martina Straub und Wilfried Sühl-Strohmer, *Informationskompetenz professionell fördern, Praxiswissen* (Berlin [u.a.]: De Gruyter Saur, 2013), 8.

allerdings auch mehr und mehr ihr Produzent.<sup>30</sup> Die Problematik der ständig abrufbaren Massen an Informationen ist im Bewusstsein dieser Zielgruppe verankert.

Die Integration digitaler Medien, aktivierende Einheiten, der konstruktivistische Ansatz, das Aufzeigen des individuellen Mehrwerts des Besuchs von Informationskompetenzschulungen und die Thematisierung der Informationsgesellschaft, ihrer Auswirkung und Rahmenbedingungen – all dies bekannte Themen und Didaktikansätze in der aktuellen Informationskompetenz-Vermittlung.<sup>31</sup>

## 2. Die Bibliotheksdidaktik muss nicht neu erfunden werden

Es ist eine äußerst günstige Situation, in der sich Vermittler von Informationskompetenz befinden: Die Masse an Informationen, an die die Generation Y durch scheinbare *Suchwunder* gelangt, beginnt „scary“ zu werden.<sup>32</sup> Diesen „Grusel“ kann eine erfolgreiche Informationskompetenzvermittlung mindern – die Vermittler können zum Partner, zu einem Teil der Erfahrungswelt der Ypsiloner werden.

Es handelt sich dabei nicht um die Tradition des Ausfechtens Gut gegen Böse. Google, Twitter, Pinterest, Instagram & Co. sind nicht der Feind. Sie sind allerdings in den Suchgewohnheiten der Ypsiloner verankert. Der intuitive Sucheinstieg macht die Suchmaschine attraktiv. Das Abverlangen von „Expertenwissen“ – die Anwendung Boolescher Operatoren, die Interpretation von Akronymen, die Bibliotheksverbände bezeichnen, oder gar differenzierte datenbankspezifische Recherchen – werden da schnell zur Hürde.

Ein zentraler Sucheinstieg und ein einheitlicher Webauftritt von Bibliotheksangeboten könnten den Nutzungswillen dieser Zielgruppe steigern.

Sie suchen „Sinn, Spaß und Selbstverwirklichung“, heißt es in der populärwissenschaftlichen Literatur.<sup>33</sup> Jegliche Bildungsangebote in Bibliotheken können genau das ansprechen. Es heißt, gegebenenfalls auch über Grenzen zu gehen. Für *Digital Natives* sind Medien immer und überall. Sie sind nicht auf einen Festrechner oder eine Power-Point-Präsentation beschränkt.<sup>34</sup> Die Informationen liegen auch auf dem Smartphone in der Hosentasche der Schulungsteilnehmer, oder in einer Augmented-Reality-App, mit der die Bibliothek begangen wird.

---

30 Girtz, *Educating Millennials Born between 1980 and 1994*, 17.

31 Wilfried Sühl-Strohmer, „Zur Einführung: Neudefinition von Informationskompetenz notwendig?“, in *Handbuch Informationskompetenz*, hg. von Wilfried Sühl-Strohmer, 2., überarbeitete Auflage, De Gruyter Reference (Berlin: De Gruyter Saur, 2016), 2.

32 Winograd und Hais, *Millennial Momentum*, 86.

33 Bund, *Glück schlägt Geld*, 189.

34 Priscilla Finley, Susie Skarl, Jennifer Cox und Diane VanderPol, „Enhancing library instruction with peer planning“, *Reference Services Review* 33, Nr. 1 (2005): 112.

Das *Verstehen-Wollen* als Kriterium der Servicequalität<sup>35</sup> sollte verstärkt in das Zentrum von Marketingstrategien rücken. Wie Teigelkämper es formuliert: „[...] der Trend geht dahin, mehr die individuellen Kundenbedürfnisse zu erforschen“.<sup>36</sup>

Die spezifischen Denkweisen, die Rezeptionshaltung und Arbeitsstrategien der Generation Y zu kennen, kann bei der Planung und Kommunikation von Service-Angeboten nützlich werden. Hierin liegt die Möglichkeit, sich der Erfahrungswelt dieser Zielgruppe anzunähern, eine persönliche und emotionale Ansprache zu wählen.

Die Generation Y bedeutet eine Chance für die Etablierung der Bibliotheksdidaktik zur Vermittlung von Informationskompetenz. Die Wahl liegt bei uns.

## Literaturverzeichnis

- Bund, Kerstin. *Glück schlägt Geld*. Hamburg: Murmann, 2014.
- Finley, Priscilla, Susie Skarl, Jennifer Cox und Diane VanderPol. „Enhancing library instruction with peer planning“. *Reference Services Review* 33, Nr. 1 (2005): 112–22.
- Girtz, Suzann. *Educating Millennials Born between 1980 and 1994*. Lewiston, NY: The Edwin Mellen Press, 2013.
- Hanke, Ulrike, Martina Straub und Wilfried Sühl-Strohmenger. *Informationskompetenz professionell fördern*. Praxiswissen. Berlin [u.a.]: De Gruyter Saur, 2013.
- Hurrelmann, Klaus und Erik Albrecht. *Die heimlichen Revolutionäre*. Weinheim: Beltz, 2014.
- Moskaliuk, Johannes. *Generation Y als Herausforderung für Führungskräfte*. essentials. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, 2016.
- Parasuraman, A., Valarie A. Zeithaml, und Leonard L. Berry. „A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research“. *Journal of Marketing* 49, Nr. 4 (1985): 41–50.
- Strauss, William, und Neil Howe. *Generations*. 1st ed. New York: Harper Perennial, 1992.
- Sühl-Strohmenger, Wilfried. „Zur Einführung: Neudefinition von Informationskompetenz notwendig?“ In *Handbuch Informationskompetenz*, herausgegeben von Wilfried Sühl-Strohmenger, 2., überarbeitete Auflage, 1–5. De Gruyter Reference. Berlin: De Gruyter Saur, 2016.
- Teigelkämper, Sabine. „Marketing in Bibliotheken“, 2009. Zuletzt geprüft am 28.11.2016. [https://www.oebib.de/fileadmin/redaktion/management/Materialien/Kundenorientierung/Marketing/Marketing\\_Download\\_2009.pdf](https://www.oebib.de/fileadmin/redaktion/management/Materialien/Kundenorientierung/Marketing/Marketing_Download_2009.pdf).
- Winograd, Morley und Michael D. Hais. *Millennial Momentum*. New Brunswick, NJ [u.a.] : Rutgers Univ. Press, 2011.

35 A. Parasuraman, Valarie A. Zeithaml, und Leonard L. Berry, „A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research“, *Journal of Marketing* 49, Nr. 4 (1985): 46.

36 Sabine Teigelkämper, „Marketing in Bibliotheken“, 2009, 5, zuletzt geprüft am 28.11.2016, [https://www.oebib.de/fileadmin/redaktion/management/Materialien/Kundenorientierung/Marketing/Marketing\\_Download\\_2009.pdf](https://www.oebib.de/fileadmin/redaktion/management/Materialien/Kundenorientierung/Marketing/Marketing_Download_2009.pdf).