



Seitenwechsel

Kolumne von Barbara Donaubauer Digital, Mobile und Social Media sind ein nicht mehr wegzudenkender Teil unseres Alltags geworden, überall auf der Welt. Mehr als 4,5 Milliarden Menschen nutzen inzwischen das Internet. Es gibt bereits über 3,8 Milliarden Social Media Nutzer. Das Jahr 2020 hat die Digitalisierung nochmals entscheidend geprägt.

Mit dem Ende der Ferien sind die meisten wieder in das Neue Normal gestartet. Kindergärten, Schulen, Tageseinrichtungen haben den Betrieb wieder weitestgehend normal aufgenommen. Viele sind dankbar in die Routine zurückgekehrt. Und doch werden uns einige Veränderungen aus der Zeit von März bis jetzt weiterhin begleiten. Und sind wir einmal ehrlich, eine gewisse Entschleunigung hat uns gutgetan und trägt zum allgemeinen Wohlbefinden bei. Möge es anhalten und Freiräume für notwendige und mutige Entscheidungen schaffen.

Die digitale Transformation

Die letzten Monate haben gezeigt, wie schnell und flexibel wir mit Veränderungen umgehen können. Schlagartig explodierten digitale Konzepte wie Pilze aus dem Boden. Mit einem mal war das oft

diskutierte, aber selten praktizierte Homeoffice salonfähig. Das wiederum hat vielen Familien völlig neue Strukturen geschaffen. Das Heimnetz erhielt eine neue Bedeutung. Ein Firmenrechner wurde integriert, der eigene PC oder das Tablett für Schulaufgaben umfunktioniert und das Telefon wurde zum Kommunikationsmittel mit der Außenwelt.

Wie schnell wurden neue Datenformate, Plattformen und digitale Inhalte entwickelt, um die Wirtschaft, den Schulunterricht, das öffentliche Leben nicht gänzlich lahm zu legen. Jetzt gilt es, die gewonnenen Erkenntnisse zu alltagstauglichen Lösungen auszubauen und in eine wegweisende Zukunft zu führen.

Alte Werte neu entdeckt

Alte Gewohnheiten zu ändern ist un bequem, es dauert einige Zeit, um sie zu ver-

innerlichen und erfordert Selbstdisziplin, um dranzubleiben. In dieser Phase stecken wir aktuell. Noch wissen wir nicht, ob eine zweite, oder gar dritte Welle auf uns zu kommen wird. Aber wir haben uns in den letzten Monaten gut aufgestellt. Der Lockdown kommt vielen Arbeitnehmern, die eine geänderte Work-Life-Balance wünschen, gelegen.

Selbst geregelte Arbeitszeiten im Homeoffice, mehr Zeit mit der Familie, mehr Freizeit statt Wegezeit zum Arbeitsplatz, homegardening statt Mamataxi, Fernsehen im Familienrudel statt einsamer Stunden. Heim und Hof wurden neu belebt, die Aktivitäten in freier Natur sind sprunghaft angestiegen, der Urlaub im eigenen Land, oder zumindest in Europa erlebt ein neues Hoch. Alt und Jung sind wieder enger zusammengerückt. Jetzt gilt es, sie weiter zu vernetzen. Digital wie ana-

log, nachbarschafts- sowie länderübergreifend. Getreu dem Motto: Was Hänschen nicht lernt, lernt Hans halt neu dazu. Alte Werte wie Vertrauen, Zuverlässigkeit, Ehrlichkeit, Konsequenz, Zusammengehörigkeit, Gemeinschaft, Charakter (Vorbild) und Mut wollen wieder neu belebt werden.

Jung, wild und hoffnungsvoll

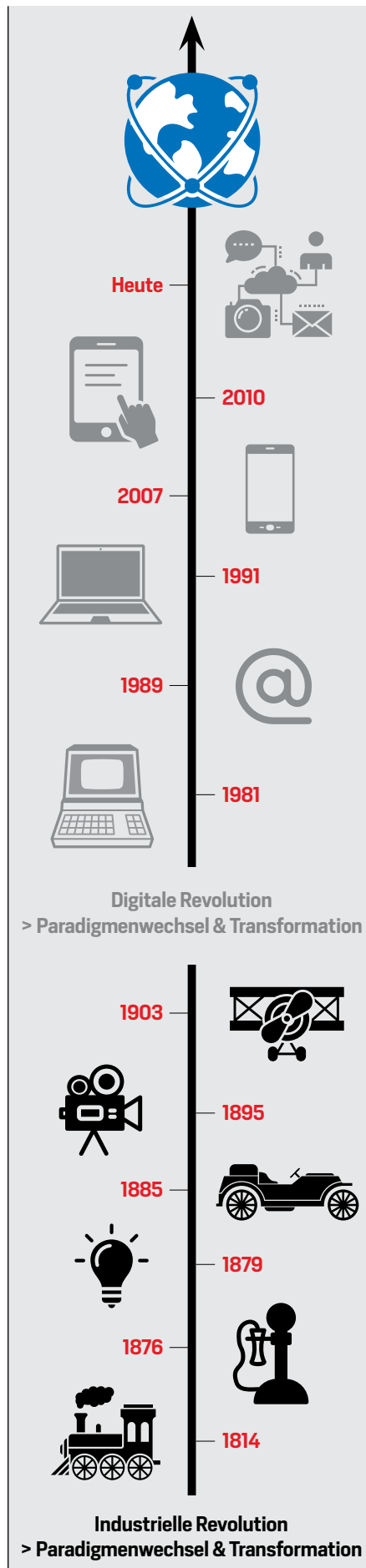
Unsere Hoffnungsträger stehen noch am Anfang Ihres Lebens. Sie gehen noch in Kindergärten und Schulen, blicken – wie jede Generation vor ihnen auch – durch die rosarote Brille, und schauen voller Vertrauen zu uns auf. Schenken wir ihnen die Zukunft, die wir uns alle wünschen. Dazu gehören Aufmerksamkeit für Klima- und Umweltschutz, erneuerbare Energien, nachhaltige Landwirtschaft, gesunde Ernährung, veränderte Mobilität und Wohnkultur. Themen, die uns heute alle betreffen, aber von den Jüngsten am Leichtesten erlernt werden. Sie sind die Generation, auf deren Schulter schon heute eine große Verantwortung liegt, ohne dass sie davon wissen. Wir, die Generationen vor ihnen, sind ihre Vorbilder, von denen sie lernen. Wir haben heutzutage beste Voraussetzungen, allen den Weg zu Bildung zu ermöglichen. Bauen wir alle Medientypen aus und rüsten unsere digitale Kompetenz für eine sinnvolle Nutzung künstlicher Intelligenz.

Klein fängt klein an

In vielen Kinderzimmern ist die digitale Technik bereits angekommen. Laut der aktuellen Kinder Medien Monitor 2020 lesen aber noch immer 73 Prozent der Jungen und Mädchen zwischen vier und 13 Jahren mehrmals pro Woche Bücher, Zeitschriften, Magazine und Comics auf Papier. Eltern und Großeltern fördern und fordern die Sprösslinge und setzen auf klassische Druckprodukte. Ebenso liegen mit 45 Prozent Fernseh- und Radioprogramme mit der Nase vorne. Kinder lernen und begreifen das Leben mit allen Sinnen. Hören, Riechen, Sehen, Schmecken, Fühlen fördern die Entwicklung und bereiten den Weg das analog Erlernte digital umzusetzen.

Voneinander lernen

Die digital Natives (Generation, die mit dem Internet aufgewachsen ist) stecken mitten im Berufsleben. Hohe Erwartungen, die an diese Generation gestellt wurden, sind einer gewissen Ernüchterung gewichen. Neue (teils alte) Wertvorstellungen breiten sich in unserer Gesellschaft aus. Der Ausnahmezustand durch Corona könnte diese Veränderung weiter beschleunigen. Der neu gewonnene



Rhythmus hat auch Anhänger gefunden. Viele möchten im Homeoffice bleiben, Verkehrsstaun haben nachgelassen, Familien haben sich zwischenzeitlich zusammengerauft, die eigenen vier Wände, der Garten, die Nachbarschaft, die Umgebung sind spürbar aufgewertet. Die Jungen entlasten die Alten und umgekehrt. Kinder genießen es, dass man ihnen mehr Aufmerksamkeit widmet und viele Senioren, dass sie verstärkt integriert werden. Systemrelevante Berufe erfahren Wertschätzung, gesättigte Branchen Kurzarbeit.

Jetzt ist die Zeit für Veränderung. Wer seinen Blick schärft, über den Tellerrand blickt, Chancen ergreift, Mühen und Risiken nicht scheut, kann optimistisch nach vorne schauen. Der Mensch wird sich nicht abschaffen. Mit seiner Individualität, seiner Kreativität, seinen Talenten, wird er tragende Netzwerke finden.

Mit den Kleinen groß rauskommen

Autoindustrie und Reisebranche haben Kinder als Zielgruppe für sich entdeckt. Sie sind nicht nur die Käufer von morgen, sondern sie gelten bereits heute als Influencer ihrer Eltern. Kinder sind durchaus in der Lage, die Entscheidungen ihrer Eltern zu beeinflussen. Nicht zuletzt die Bewegungen „Fridays for future“ und das Thema „gesunde Ernährung“ sind in den Köpfen unserer Kinder und Jugendlichen angekommen.

Schöpfen Sie, als lokales Unternehmen, das Potenzial in Ihrem Umfeld aus. Besonders in ländlichen Regionen kennt man sich und seine Mitmenschen. Längst gehören Aufmerksamkeiten an der Ladentheke für die Kleinen im Einzelhandel dazu. Aber wie präsentieren Sie sich dem Nachwuchs in den sozialen Netzwerken? Die Themen Landwirtschaft und Garten bieten ausreichend Anreize, Kinder und Jugendliche früh für Ihre Branche zu interessieren. Und das nicht nur als Spezialist für Beratung und Verkauf, sondern auch als potenzieller Arbeitgeber und Vorbild für Unternehmertum.

Sie sind eine lokale Größe, die das Thema Nachhaltigkeit im Visier hat, der sich frühzeitig um künftige Auszubildende kümmert, der den Nachwuchs seiner Bestandskunden bedenkt, der sich für soziale Belange vor Ort engagiert.

Alte Werte in Verbindung mit neuen Medien, über alle Altersgrenzen, erwachen zu neuem Leben, wenn Sie entsprechend die Werbetrommel für sich rühren. Machen Sie das neue Normal zur Chef-sache und hinterlassen Spuren in Ihrer Region.

ideen.@donaubauer-service.de