



Digitalkompetenz als Basis für Content-Strategien & Corporate Blogs

Mit (unentdeckten) Kompetenzen
den digitalen Wandel auch kommunikativ bewältigen

Das epische Szenario:

Die digitale Transformation.
Veränderung! Wir werden alle sterben!!



Die. Digitale. Transformation. Neue Formate. O. Mein. Gott.

**„Wir brauchen jetzt unsere jungen Mitarbeiter,
die kennen sich mit all’ diesem Twitter-Zeugs und den Blogs aus“**

**„Tun Sie das denn wirklich? Und wie lange sind
sie schon in unserem Branchenfeld tätig, wie gut
kennen sie sich denn damit aus?“**

**„Und was ist mit unseren Kollegen jenseits der 35? Sind die nicht auch
schon längst digital? Und wie können sie sich kommunikativ einbringen“**

Akt 1: Digitale Generationen in der eigenen Organisation identifizieren

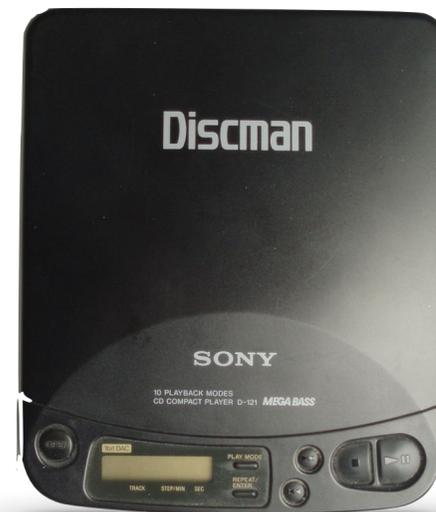




Generation(s) Digital



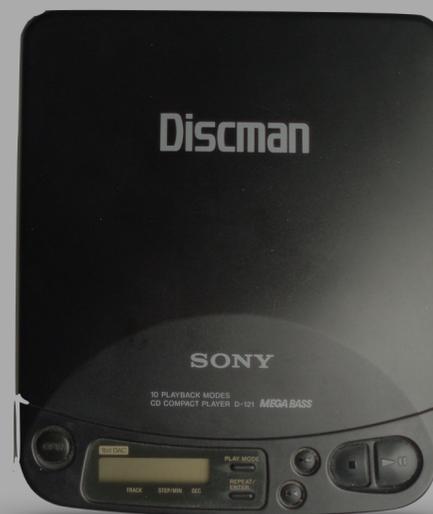
Jede Generation bringt sich mit ihrer (digitalen) Sozialisation ein...



Jede Generation bringt sich mit ihrer (digitalen) Sozialisation ein...

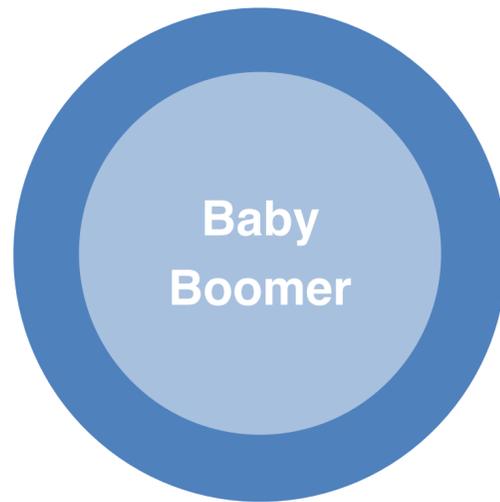


Und? Wo fühlt Ihr Euch zuhause?
Spannendere Frage: Wie ist das bei den Mitarbeitern?

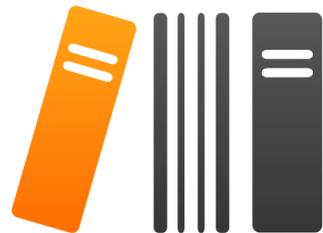


Jede Generation bringt sich mit ihrer (digitalen) Sozialisation ein...

*1955 – 1964

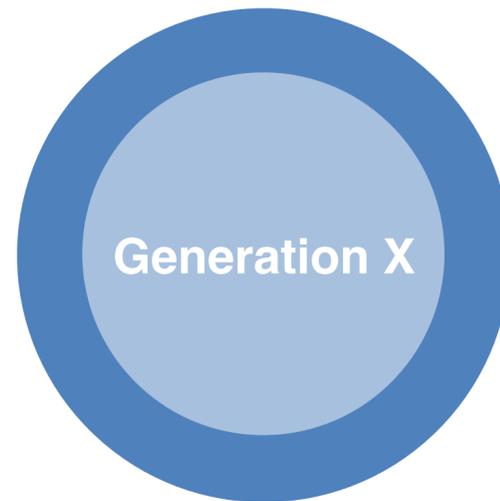


BROCKHAUS



**Erfahrene Entscheider
und Weichensteller**

*1965 – 1979

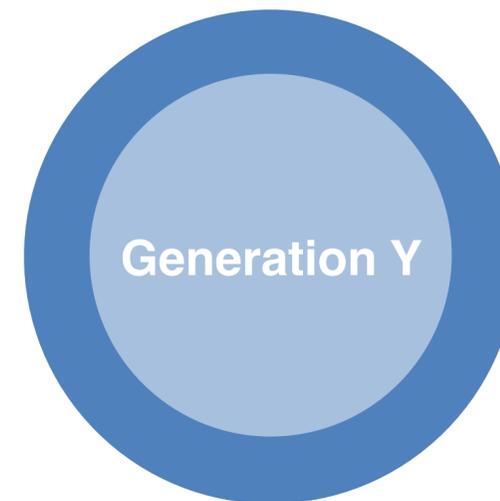


**HOME-COMPUTER/
CD-ROM**



**Veränderungskompetent &
digital erfahren**

*1980 – 2000

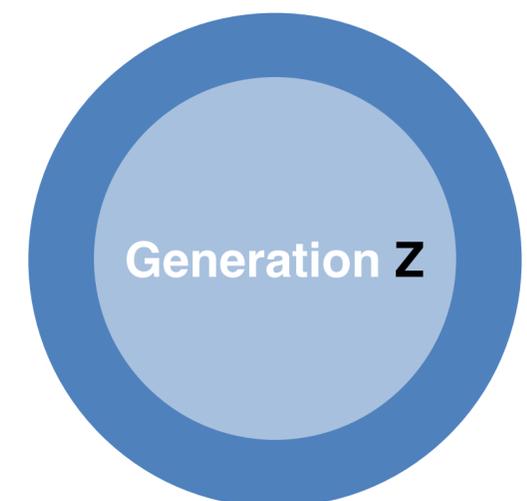


**INTERNET/
WIKIS**

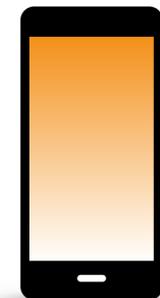


**Digital geprägt &
interaktiv**

*2000 ff.



ALWAYS ON

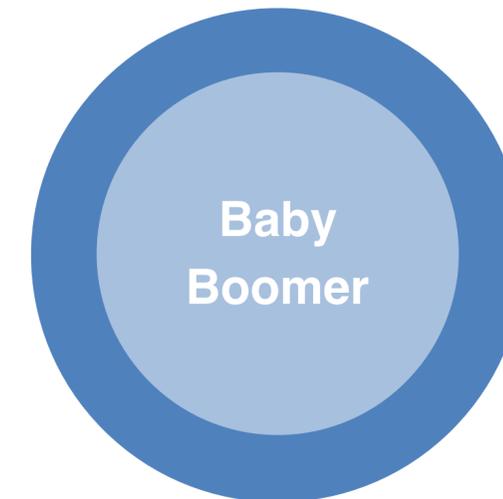


Mobil vernetzt

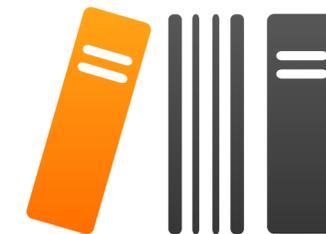
Die analog sozialisierten Baby Boomer: Digital Immigrant

- ▶ Kennen sich mit unternehmerisch relevanten Prozessen aus, haben jahrzehntelange Erfahrungen in der eigenen Branche.
- ▶ Informationshungrig und mittlerweile an das Internet und Smartphones gewöhnt.
- ▶ Achten stärker auf die Einhaltung notwendiger formaler und rechtlicher Rahmenbedingungen beim Einsatz digitaler Lösungen.
- ▶ Können die Weichen stellen in Sachen Digitale Transformation, indem sie ihre Erfahrungen an jüngere, digitaler geprägte Generationen weitergeben.
- ▶ **Prädestiniert für: Einbringen wichtiger Erfahrungen aus der eigenen Branche in die Strategie-Definition zur Digitalen Transformation und Weichenstellung für eine digitale Zukunft des Unternehmens.**

*1955 – 1964



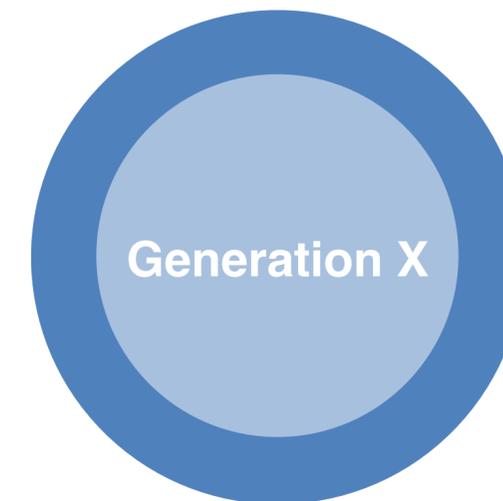
BROCKHAUS



Die mit dem Homecomputer aufgewachsene Generation X: Digitale Avantgarde

- ▶ Hat die fortschreitende Digitalisierung in Privatleben und Ausbildung oder Studium hautnah und praktisch schon im analog geprägten Zeitalter erlebt.
- ▶ Ist ebenfalls im eigenen Branchenfeld erfahren, aber noch länger beruflich aktiv und kann daher die Digitalisierung auch langfristig gestalten, künftig auch als Entscheider.
- ▶ Ist veränderungsfähig und kann die Einführung neuer Instrumente bewältigen und die Digital Immigrants bei der digitalen Transformation strategisch und praktisch „an die Hand nehmen“.
- ▶ Kennt für alle Aufgabenstellungen die richtige App und kann den Digital Immigrants Tipps hierfür geben.
- ▶ **Sollte als „Scharniergeneration“ zwischen Immigrants und Natives eine strategische Schlüsselrolle bei der digitalen Transformation einnehmen.**
- ▶ Ist zum Teil auf denselben digitalen Plattformen wie die Digital Natives unterwegs und kann somit den Dialog mit der jüngeren Generation dort führen, wo der digitale Wandel Thema ist.

*1965 – 1979



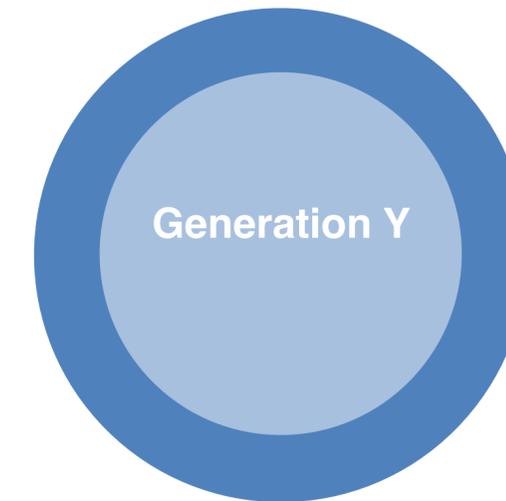
HOME-COMPUTER/
CD-ROM



Die digital sozialisierte Generation Y: Digital Natives

- ▶ Hat die digitale Welt bei Geburt vorgefunden und ist damit aufgewachsen.
- ▶ Trennt kaum noch zwischen Offline und Online und wird daher bei der Verknüpfung traditioneller betrieblicher Abläufe und neuer digitaler Prozesse keine Probleme haben und ältere Kollegen mitnehmen können.
- ▶ Kann durch die durchschnittlich hohe Nutzungsfrequenz angesagter digitaler Plattformen Kollegen im Alltag zeigen, was man wissen sollte und wie man bestimmte Instrumente anwendet.
- ▶ Kann eine Lotsenfunktion für ältere Kollegen-Generationen übernehmen bei der Erschließung unbekannter digitalen Gefilde.
- ▶ Sollte einbezogen und gehört werden bei der Umsetzung digitaler Strategien, um die Bedürfnisse künftiger Mitarbeitergenerationen frühzeitig zu berücksichtigen.
- ▶ **Prädestiniert für: spielerische Erprobung neuester Digitaltrends, Entwicklung kreativer Ideen und Konzepte, Reflexion von Bedürfnissen junger Kunden und Zielgruppen und Aktivierung älterer Generationen.**

*1980 – 2000



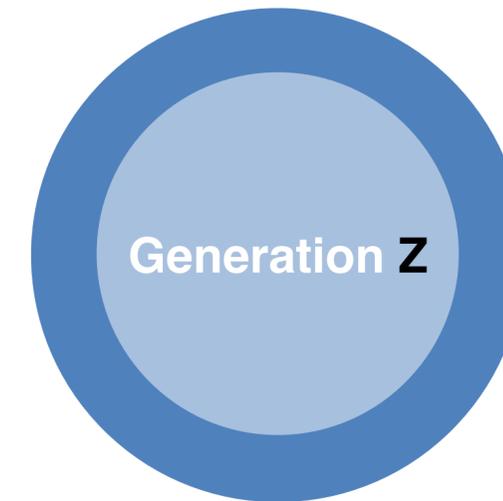
INTERNET/
WIKIS



Die “sowas von“ digital sozialisierte Generation Z: Digital Activists

- ▶ Kennt das „Always on“ seit Kindheitstagen
- ▶ Trotz der allgegenwärtigen Verfügbarkeit digitaler Technologien wird die klare Trennung von Beruf und Privatleben geschätzt
- ▶ Datenschutz besitzt eine hohe Priorität – denn die Kehrseite der Medaille sozial-digitaler Medien ist mittlerweile bekannt
- ▶ Der Einsatz digitaler Instrumente am Arbeitsplatz wird begrüßt und wird zum Entscheidungsmerkmal von Bewerbern
- ▶ Menschliche Interaktion, Werte und ein erkennbarer „Zweck“ des beruflichen Tuns sind erkennbar starke Bedürfnisse
- ▶ Für gesellschaftliches Engagement werden die Möglichkeiten des Netzes schon selbstverständlich eingesetzt – #FridaysForFuture lässt grüßen
- ▶ **Prädestiniert für: Entwicklung einer werteorientierten Unternehmenskultur in der digitalen Ära, können als interne Botschafter andere Mitarbeiter mit jugendlichem Elan mitnehmen**

*2000 ff.



ALWAYS ON



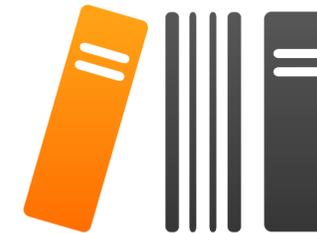
Mobil vernetzt

Wider dem Digitalen Delta: Digitale Generationen sinnvoll kombinieren

Die analog sozialisierten **Baby Boomer**: Digital Immigrant

Prädestiniert für: Einbringen wichtiger Erfahrungen aus der eigenen Branche in die Strategie-Definition zur Digitalen Transformation und **Weichenstellung** für eine digitale Zukunft des Unternehmens.

*1950 – 1964



Die mit dem Homecomputer aufgewachsene **Generation X**: Digitale Avantgarde

Sollte als „**Scharniergeneration**“ zwischen Immigrants und Natives eine strategische Schlüsselrolle bei der digitalen Transformation einnehmen.

*1965 – 1979



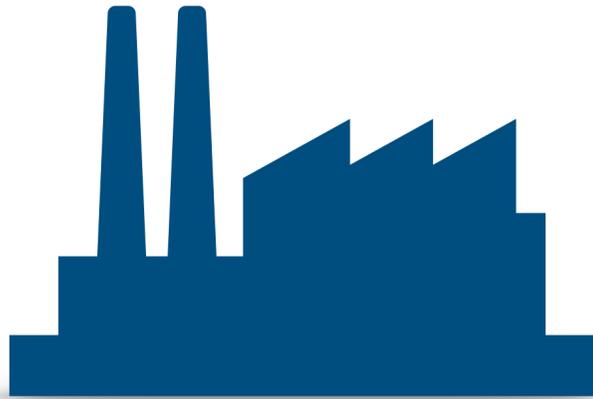
Die digital sozialisierte **Generation Y**: Digital Natives

Prädestiniert für: **spielerische Erprobung neuester Digitaltrends**, Entwicklung kreativer Ideen und Konzepte, Reflexion von Bedürfnissen junger Kunden und Zielgruppen und Aktivierung älterer Generationen.

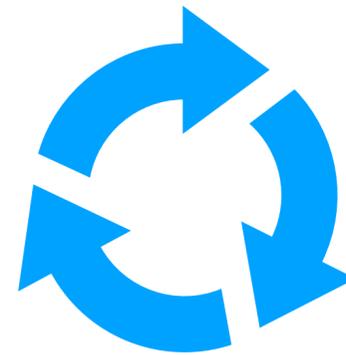
*1980 – 2000



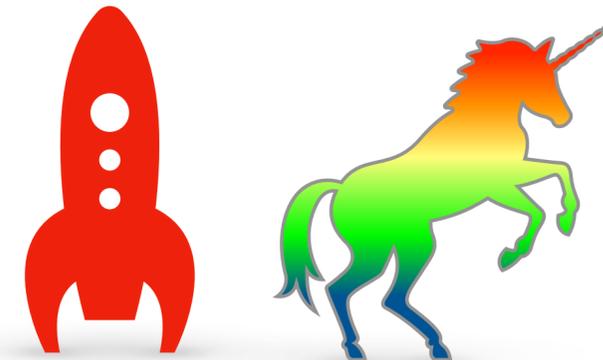
Wider dem Digitalen Delta: Digitale Generationen sinnvoll kombinieren



Traditionelle
Unternehmen
#BabyBoomer

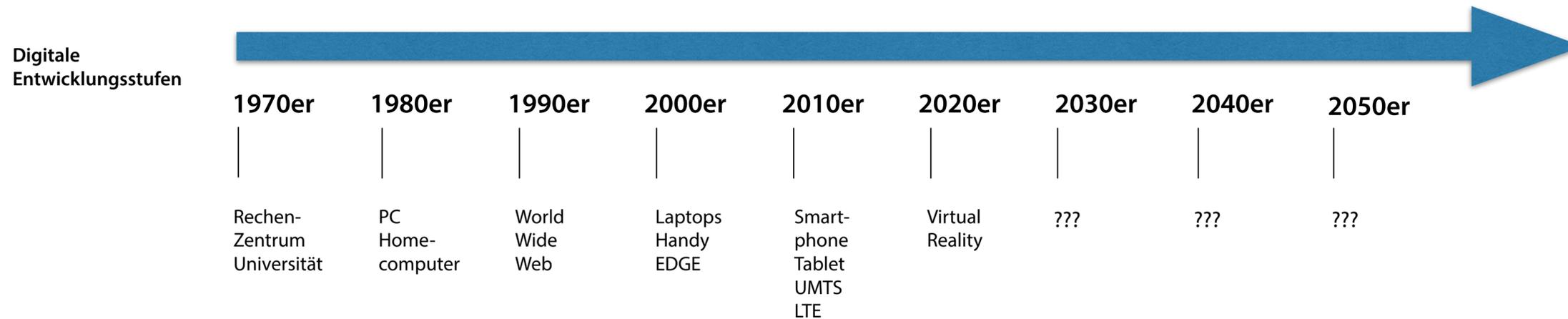


Hybrid sozialisiert
und „Scharnier“
#Generation X



Neue Ideen:
Start-ups & Co.
#Gen Y & Z

Der Schieberegler der digitalen Generationen



1950 „Baby Boomer“



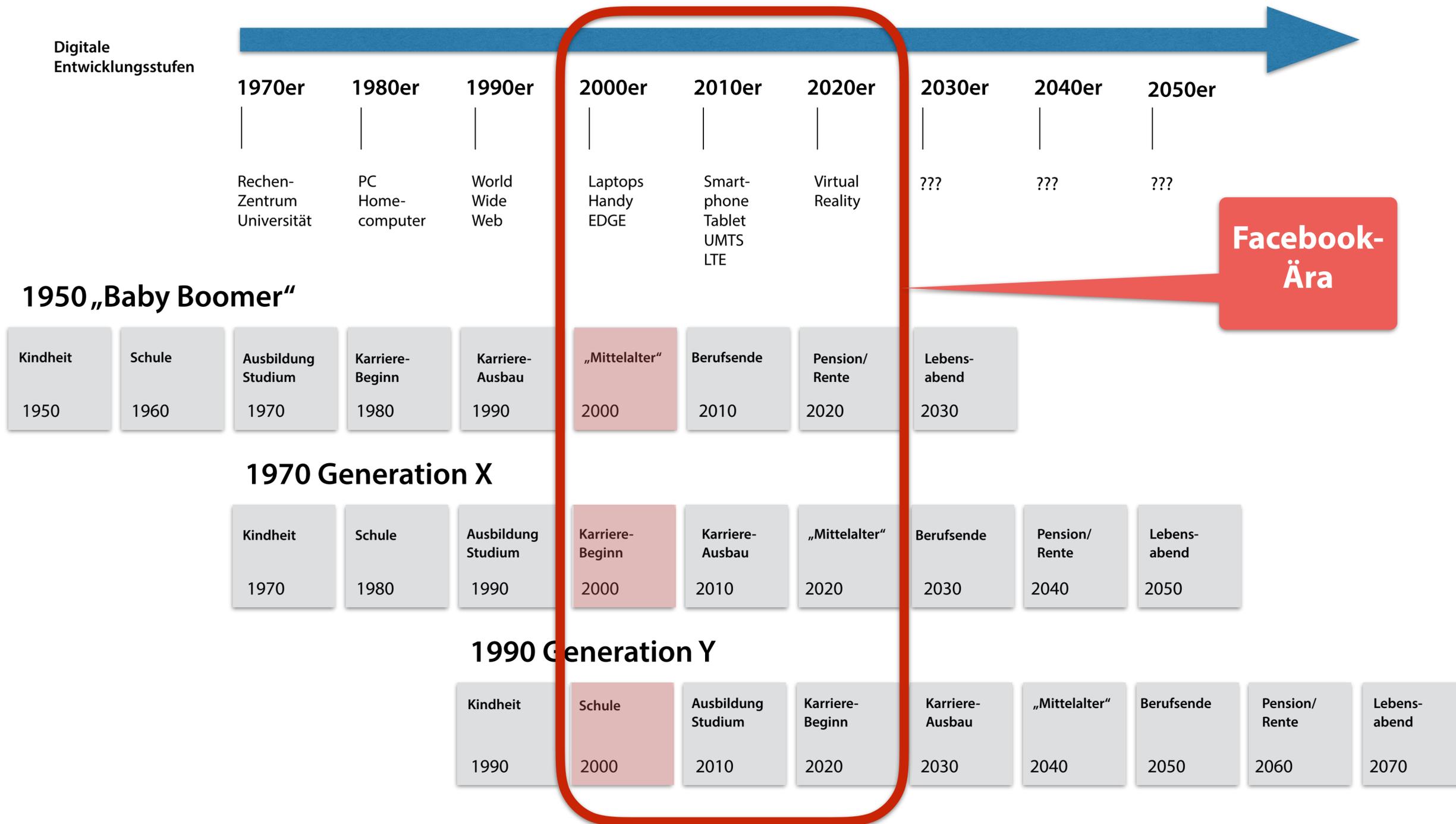
1970 Generation X



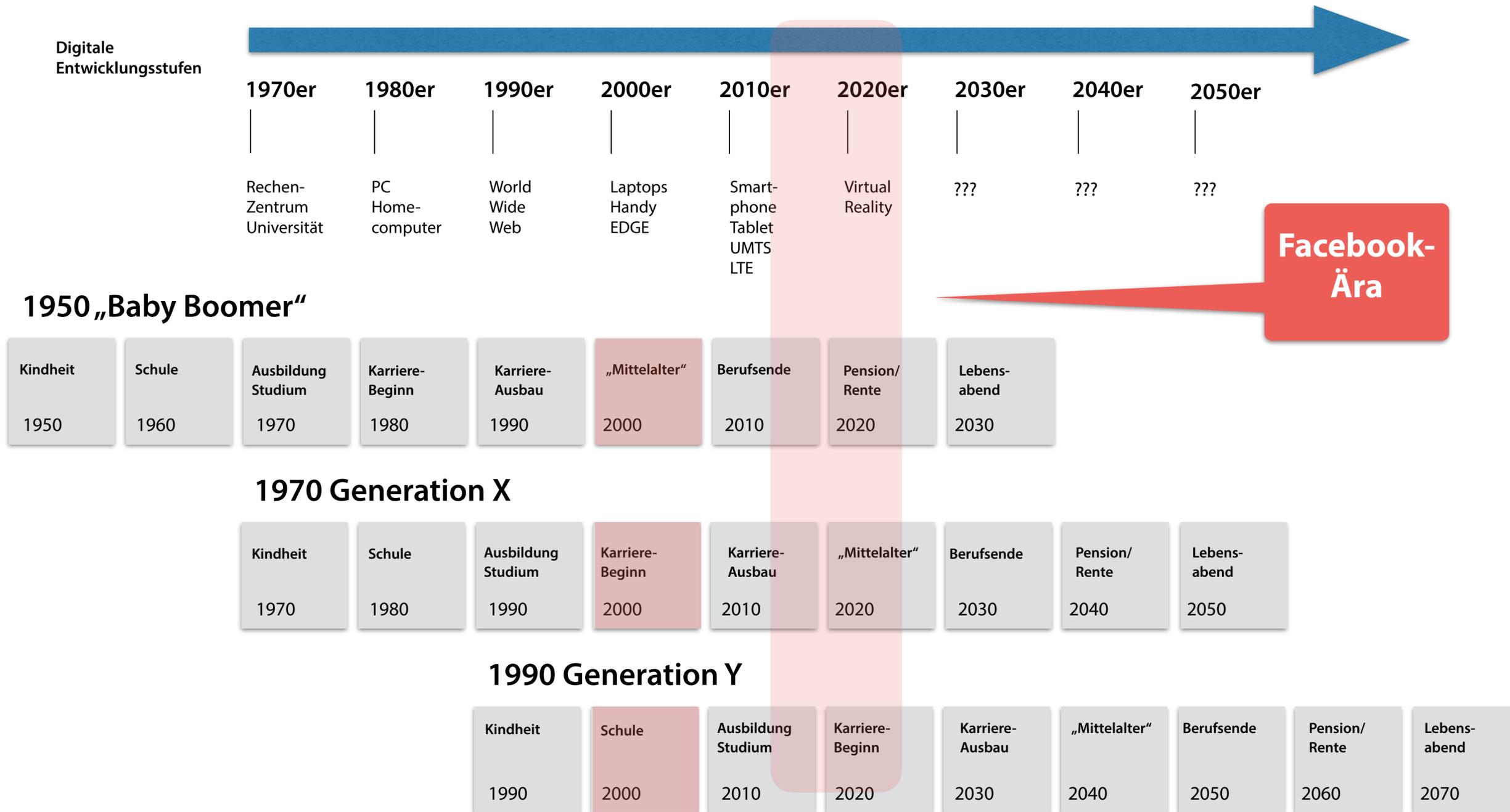
1990 Generation Y



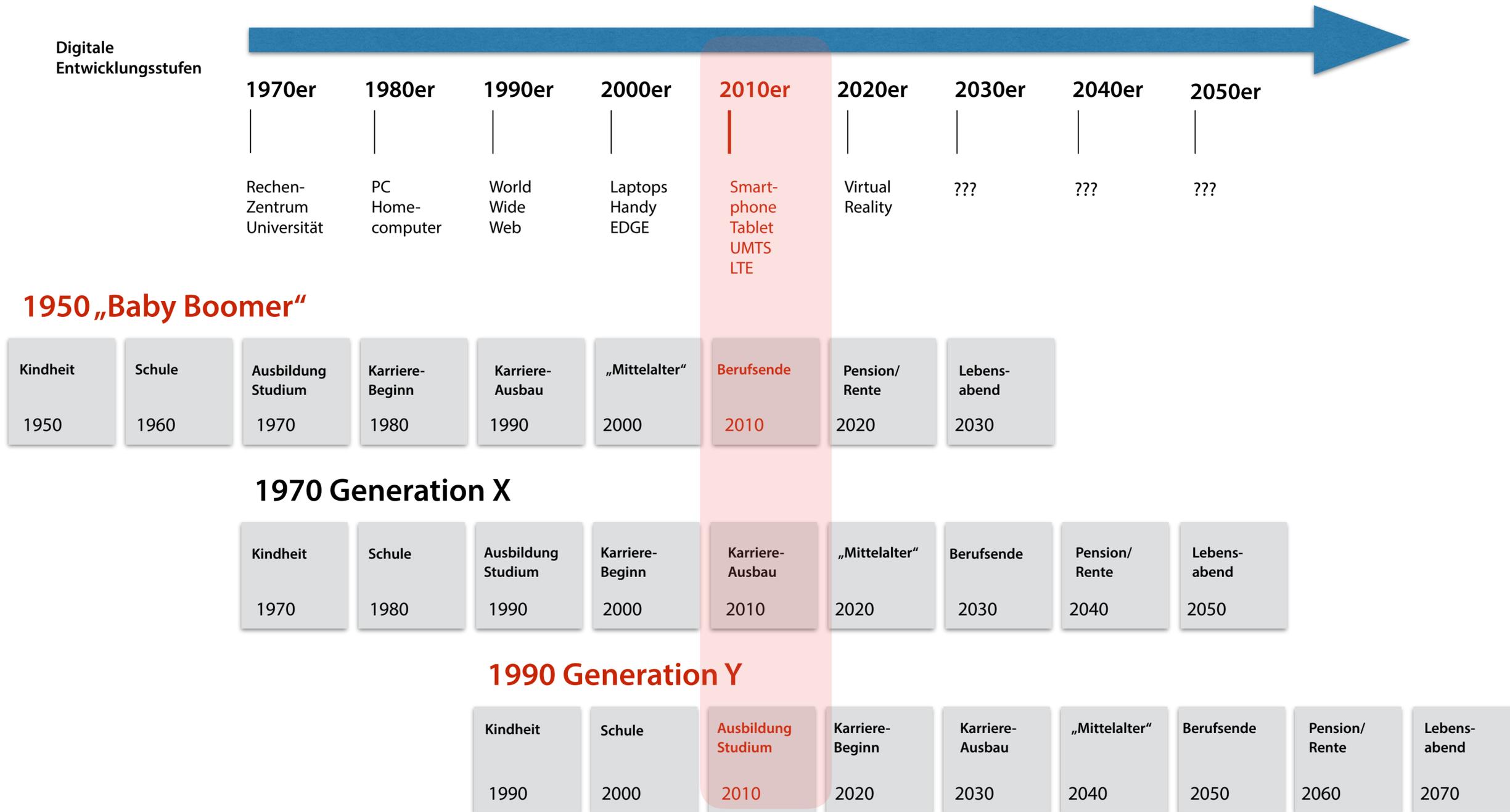
Der Schieberegler der digitalen Generationen



Der Schieberegler der digitalen Generationen



Der Schieberegler der digitalen Generationen



Akt 2: Mit der #DigitalBiografie unentdeckte Erfahrungen sichtbar machen



Digitalbiografie: Ihre persönlichen Einstiegspunkte

Wann sind Sie zwischen den späten 1970ern und heute in die Nutzung digitaler Technologie auf verschiedenen Anwendungsfeldern eingestiegen (bisweilen zunächst analog)?

Spielekonsolen



Audio



Bewegtbild / TV



Video & Foto



Online-Zugang



Mobilkommunikation



Tragbarer Computer



Computer-Nutzung



Genutztes Betriebssystem



Online-Nutzung



Alltägliche Digitalnutzung



Aktiv genutzte Plattformen



Digitalbiografie: Ihre persönlichen Einstiegspunkte

1970er



2010er

Spielekonsolen 

- Atari VCS 2600
- NINTENDO NES
- Sega Mega Drive
- GameBoy
- Play Station
- XBox
- Wii
- Online-Spiele

Audio 

- Tonband
- Plattenspieler
- Compact Cassette
- Walkman
- CD-Player
- MiniDisc
- MP3-Player
- iPod
- iPod Touch

Bewegtbild / TV 

- Videorecorder
- LaserDisc
- PayTV (via Kabel, Premiere)
- Festplattenrecorder
- DVD-Player
- Sky
- Maxdome
- YouTube
- Netflix/Watchever/AmazonPrime

Video & Foto 

- Super 8
- Camcorder VHS/VHSc/Hi8
- Handycam / DV
- Digitalkamera (kompakt, 2MP)
- Digitalkamera (bis 12 MP)
- Digitale Spiegelreflex
- Digitale Spiegelreflex (Vollformat)



CC-BY-NC-ND 3.0 de

Kai Heddergott

1970er



2010er

Online-Zugang 

- Akustikkoppler
- Einwahlmodem 14.4
- Einwahlmodem 56K
- ISDN
- DSL
- TriplePlay (Internet/TV/Telefonie)
- GPRS/EDGE (Mobil)
- UMTS/3G (Mobil)
- LTE (Mobil)

Mobilkommunikation 

- Portables Telefon C-Netz
- Mobiltelefon D-Netz
- Apple Newton
- Handy (z.B. Siemens S6)
- Foto-Handy (Sony Ericsson T610)
- Nokia Communicator
- Palm
- Blackberry
- Smartphone (iPhone / Android)

Tragbarer Computer 

- Tandy TRS 80 o.a.
- Commodore SX-64
- Apple PowerBook
- x86er-Laptop (Toshiba, Compaq)
- IBM ThinkPad / Sony Vaio
- Eee PC
- MacBook
- iPad / Android Tablet
- Microsoft Surface

Computer-Nutzung 

- Rechenzentrum/Terminal
- Apple II
- Commodore 64 / Homecomputer
- IBM PC
- Apple Macintosh
- 286er/386er/486er PC
- Pentium
- iMac

1970er



2010er

Genutztes Betriebssystem 

- BASIC/COBOL u.a.
- MS-DOS
- Windows 3.1
- Linux
- Apple Mac System 7/8/9
- Windows 95 / XP
- Mac OSX
- Windows 7/8
- Windows 10

Online-Nutzung 

- Rechenzentrum
- BTX
- Online-Dienste (AOL, CompuServe)
- Einwahl ins freie Internet
- Usenet / Foren
- E-Mail
- World Wide Web
- Apps / Mobiles Internet
- Soziale Netzwerke

Alltägliche Digitalnutzung 

- E-Mail / Web
- Online-Banking
- Online-Shopping (Amazon)
- Spielekonsolen
- IPTV / Streaming-Dienste
- Soziale Netzwerke
- Mobiles Online-Ticketing (Deutsche Bahn, Airlines)

Aktiv genutzte Plattformen 

- YouTube
- Twitter
- XING
- Facebook
- LinkedIN
- Instagram
- WhatsApp
- Pinterest
- Snapchat

Mehrfachnennungen möglich

Mehrfachnennungen möglich



Digitale Scorecard: Selbsteinschätzung und „Zeitkapsel“

Bewertung des persönlichen digitalen Reifegrades –
mit der Möglichkeit, die Bewertung in Intervallen zu überprüfen und neu vorzunehmen

Agile Formen der Zusammenarbeit

- ▶ Laufender Austausch zu Produkten/Ideen (Intranet, Gruppen)
- ▶ Ad-hoc-Kommunikation mit Kollegen (Chat/Messenger)
- ▶ Nutzung agiler Methoden (Design Thinking, Scrum o.a.)
- ▶ Innovationsentwicklung in einem Design Lab o.ä.

Ist noch neu für mich → Ist beruflicher Alltag für mich

Wissensmanagement / Informationsbeschaffung

- ▶ Gezielte Nutzung von Suchoperatoren bei Google
- ▶ Persönliche digitale Informationsmanager (z.B. Evernote)
- ▶ RSS-Feeds / Abo-Funktionen von Sites & Plattformen
- ▶ Gezielte Nutzung von Offline-Reader / Bookmarks

Ist noch neu für mich → Ist beruflicher Alltag für mich

Produktivität

- ▶ Team-/Projektmanagement-Tools (Slack, Basecamp, ProjectPlace o.a.)
- ▶ Tools „Getting Things Done“ (Wunderlist, Trello)
- ▶ Nutzung Smartphone/Tablet für alle Prozesse
- ▶ Nutzung webbasierter Dashboards (Performance Management)

Ist noch neu für mich → Ist beruflicher Alltag für mich

Kollaboration digital

- ▶ Ortsunabhängige Ideenfindung: MindMaps online u.ä.
- ▶ Zusammenarbeit: GoogleDocs, Facebook Gruppen o.ä.
- ▶ Meeting/Conferencing (GoogleHangout, WebEx)
- ▶ Nutzung von Cloud-Services für Dateiablage

Ist noch neu für mich → Ist beruflicher Alltag für mich

Kundendialog digital

- ▶ Direkte Ansprechbarkeit via E-Mail (mobil)
- ▶ Austausch über Business-Netzwerke (XING o.a.)
- ▶ Beteiligung an digitalem Kundenservice / CRM
- ▶ Aktive Beteiligung in Kundenforen o.ä.

Ist noch neu für mich → Ist beruflicher Alltag für mich

Social Media: Aktive Nutzung

- ▶ Soziale Netzwerke (Facebook, Twitter, Instagram)
- ▶ Ausgewählte Weblogs (kommentierend)
- ▶ Business-Netzwerke (XING, LinkedIn; Ansprache Kontakte)
- ▶ Veröffentlichung von Beiträgen (Blog o.a.)

Ist noch neu für mich → Ist beruflicher Alltag für mich

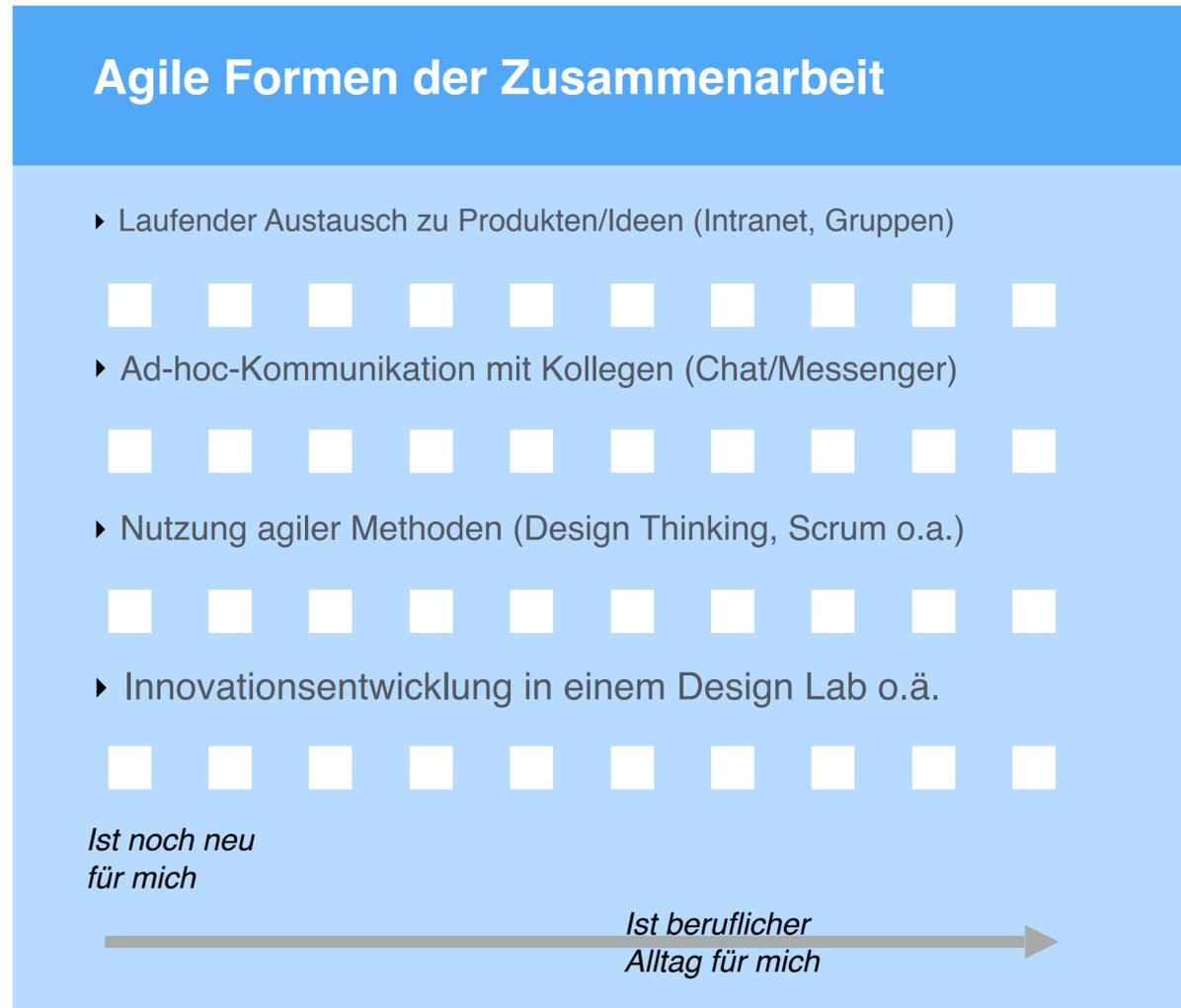


CC-BY-NC-ND 3.0 de

Kai Heddergott



Digitale Scorecard: Selbsteinschätzung und „Zeitkapsel“ (Detailbeispiel)



CC-BY-NC-ND 3.0 de

Kai Heddergott

Erfassung und Auswertung: Mittelwerte in Kompetenzfeldern ermitteln, Schwellenwerte definieren, Zielerreichung überprüfen

Erfassung Digital Scorecard

Mitarbeiter	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Teilsumme
A Agilität											
Agile Formen der Zusammenarbeit	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5
Austausch zu Produkten/Ideen	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Ad-hoc-Kommunikation	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Nutzung agile Methoden	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Innovation Design Lab	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
W Wissensmanagement											
Wissensmanagement / Informationsbeschaffung	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	7
Nutzung Suchoperatoren Google	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Nutzung Informationsmanager	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
RSS-Feeds/Abos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Offline-Reader/Bookmarks	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
P Produktivität											
Team-/Projektmanagement-Tool	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	9
Tools "Getting things done"	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	9
Nutzung Smartphone/Tablet	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	3
Nutzung webbasierte Dashboards	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Gesamtauswertung

Mitarbeiter in Wertung	13	Mitarbeiter in Wertung	13	Mitarbeiter in Wertung	13
A Agilität		W Wissensmanagement		P Produktivität	
Mitarbeiter 1	8	Mitarbeiter 1	14	Mitarbeiter 1	21
Mitarbeiter 2	16	Mitarbeiter 2	11	Mitarbeiter 2	11
Mitarbeiter 3	0	Mitarbeiter 3	0	Mitarbeiter 3	0
Mitarbeiter 4	16	Mitarbeiter 4	13	Mitarbeiter 4	10
Mitarbeiter 5	14	Mitarbeiter 5	27	Mitarbeiter 5	20
Mitarbeiter 6	12	Mitarbeiter 6	13	Mitarbeiter 6	12
Mitarbeiter 7	9	Mitarbeiter 7	13	Mitarbeiter 7	14
Mitarbeiter 8	5	Mitarbeiter 8	24	Mitarbeiter 8	31
Mitarbeiter 9	12	Mitarbeiter 9	17	Mitarbeiter 9	14
Mitarbeiter 10	14	Mitarbeiter 10	26	Mitarbeiter 10	18
Mitarbeiter 11	17	Mitarbeiter 11	28	Mitarbeiter 11	20
Mitarbeiter 12	12	Mitarbeiter 12	25	Mitarbeiter 12	24
Mitarbeiter 13	30	Mitarbeiter 13	28	Mitarbeiter 13	18
Mitarbeiter 14	0	Mitarbeiter 14	0	Mitarbeiter 14	22
Mitarbeiter 15	0	Mitarbeiter 15	0	Mitarbeiter 15	0
Mitarbeiter 16	0	Mitarbeiter 16	0	Mitarbeiter 16	0
Mitarbeiter 17	0	Mitarbeiter 17	0	Mitarbeiter 17	0
Mitarbeiter 18	0	Mitarbeiter 18	0	Mitarbeiter 18	0
Mitarbeiter 19	0	Mitarbeiter 19	0	Mitarbeiter 19	0
Mitarbeiter 20	0	Mitarbeiter 20	0	Mitarbeiter 20	0
Mitarbeiter in Wertung	13	Mitarbeiter in Wertung	13	Mitarbeiter in Wertung	13
Durchschnitt	14,7692308	Durchschnitt	20,3076923	Durchschnitt	18,0769231

Akt 3: Storytelling generationenübergreifend gestalten

Four overlapping cards representing digital biographies for different generations:

- Generation X (*1955 – 1964):** Baby Boomer, BROCKHAUS, Experienced decision makers and influencers.
- Generation X (*1965 – 1979):** HOME-COMPUTER/ CD-ROM, Veränderungskor & digital erf.
- Generation Y (*1980 – 2000):** INTERNET/ WIKIS, Digital geprägt & interaktiv.
- Generation Z (*2000 ff.):** ALWAYS ON, Mobil vernetzt.

The fourth card is a form with fields for:

- Name
- Mein digitales Schlüsselerlebnis
- Meine Transformationsstory

**Denn darum geht es:
Für die Zukunft kommende Generationen
für das eigene Geschäft in digitalen Zeiten
begeistern zu können – und sie darüber
bloggen zu lassen**



Fazit: Generationenübergreifend die Digitalisierung gestalten



1

1990 Generation Y

Kindheit	Schule	Ausbildung/ Studium	Karriere- Beginn	Karriere- Ausbau	„Mittelalter“	Berufsende	Pension/ Rente	Lebens- abend
1990	2000	2010	2020	2030	2040	2050	2060	2070

Digitale Generationen identifizieren und Generationserfahrungen vergleichen

2



Mitarbeiter / Zielgruppen die eigene Digitalbiografie erfahren lassen

3

1990 - 2000

Generation Y

INTERNET WINGS

Digital geprägt & interaktiv

Name

Mein digitales Schlüsselerebnis

Meine Transformationsstory

Storytelling in Transformationsprozessen entwickeln

Was man jetzt anpacken sollte

- ▶ Die so genannte Digitalisierung ist nicht nur die Einführung neuer Tools und Technologien – es geht um einen querschnittsmäßige Kulturanpassung vor dem Hintergrund digital induzierter Veränderungsprozesse

#DigitalUnternehmenskultur

- ▶ Führungskräfte müssen sich neue Orientierungskompetenzen aneignen, um die unterschiedlich digital sozialisierten (Mitarbeiter-)Generationen für die künftige Unternehmensentwicklung zeitgemäß führen zu können

#DigitalLeadership

- ▶ Ein Corporate Blog ist keine Digitalstrategie – aber ohne den Blick auf die Optionen sozial-digitaler Kommunikation werden es Unternehmen schwer haben. Wichtig: Die wesentlichen (digitalen) Geschäftsprozesse haben Vorrang

#DigitalStrategieJetzt



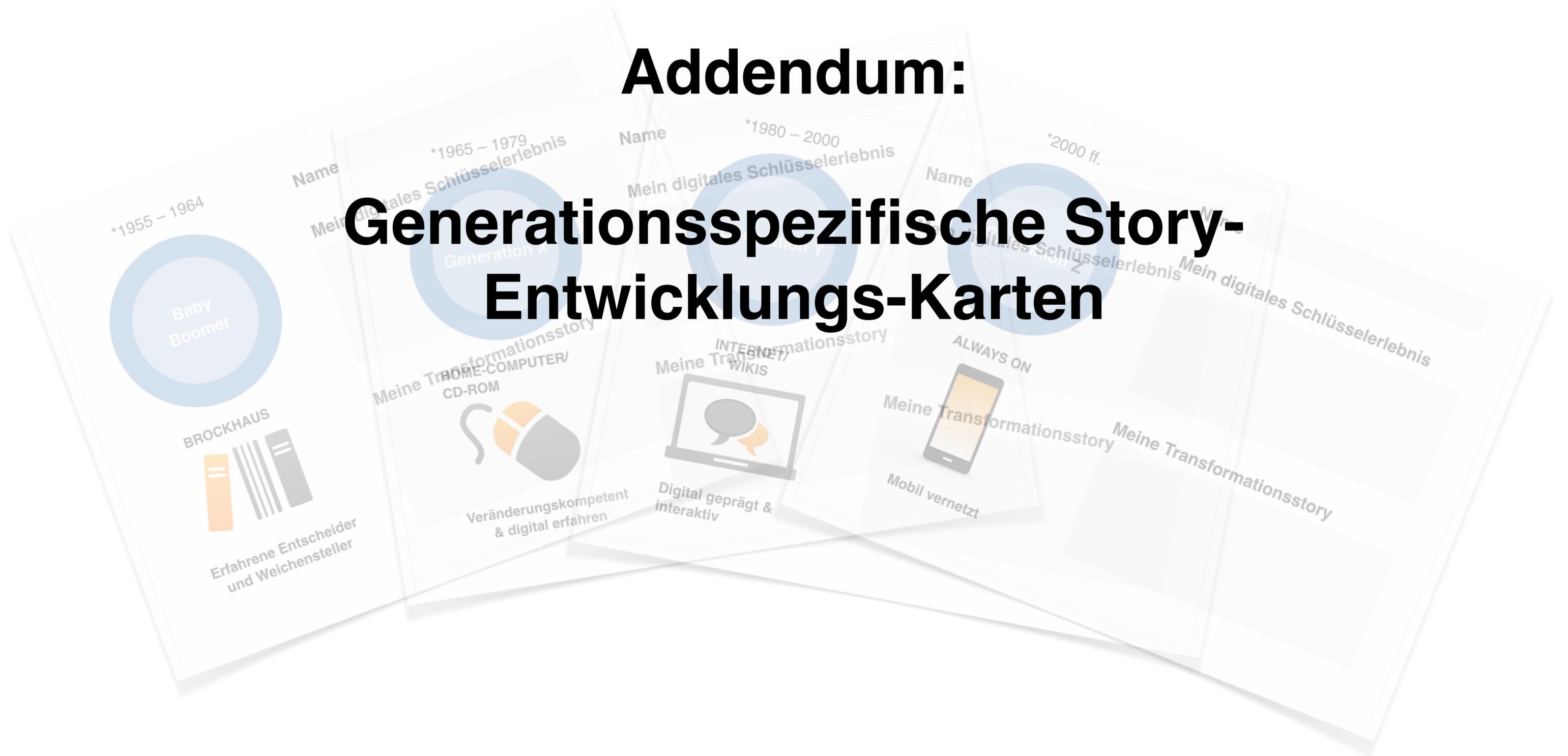


Danke für Eure Zeit!
@heddergott

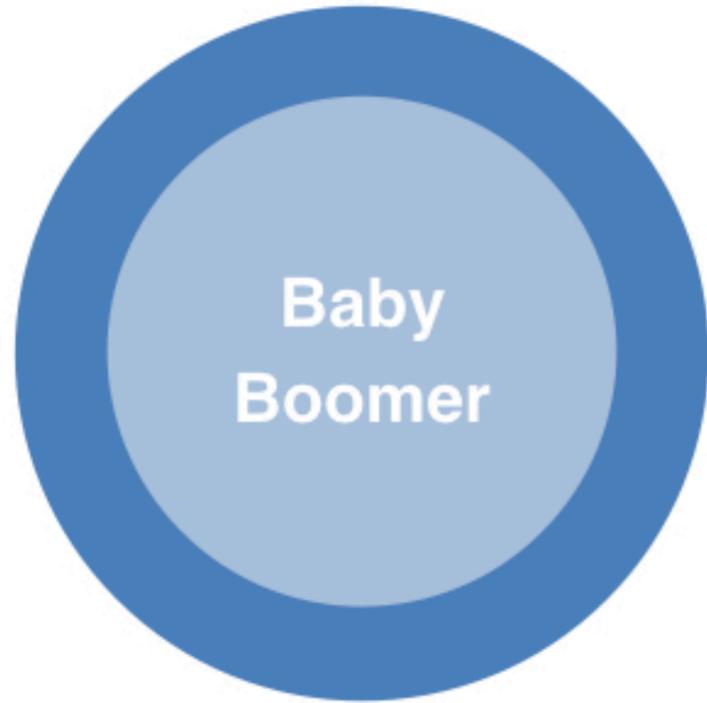
#H

Addendum:

Generationspezifische Story-Entwicklungs-Karten



*1955 – 1964



BROCKHAUS



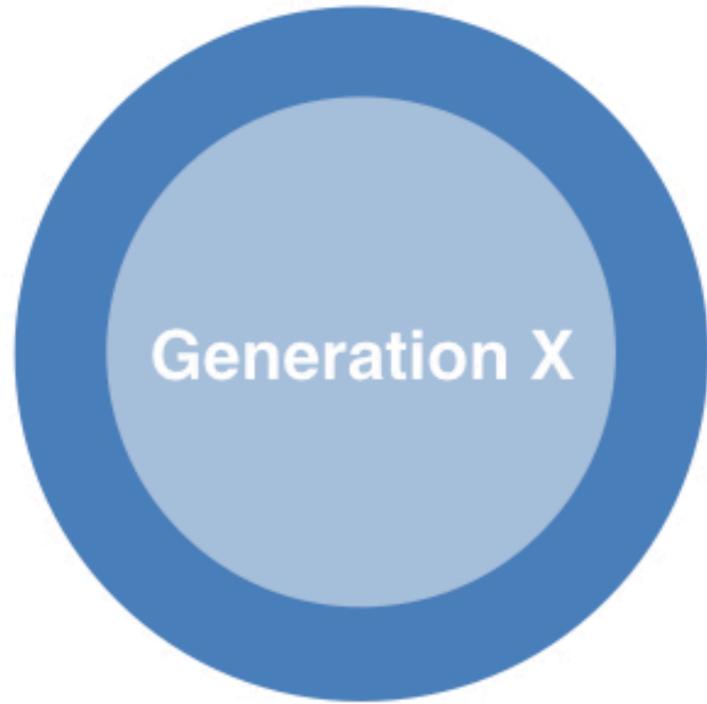
**Erfahrene Entscheider
und Weichensteller**

Name

Mein digitales Schlüsselerlebnis

Meine Transformationsstory

*1965 – 1979



**HOME-COMPUTER/
CD-ROM**



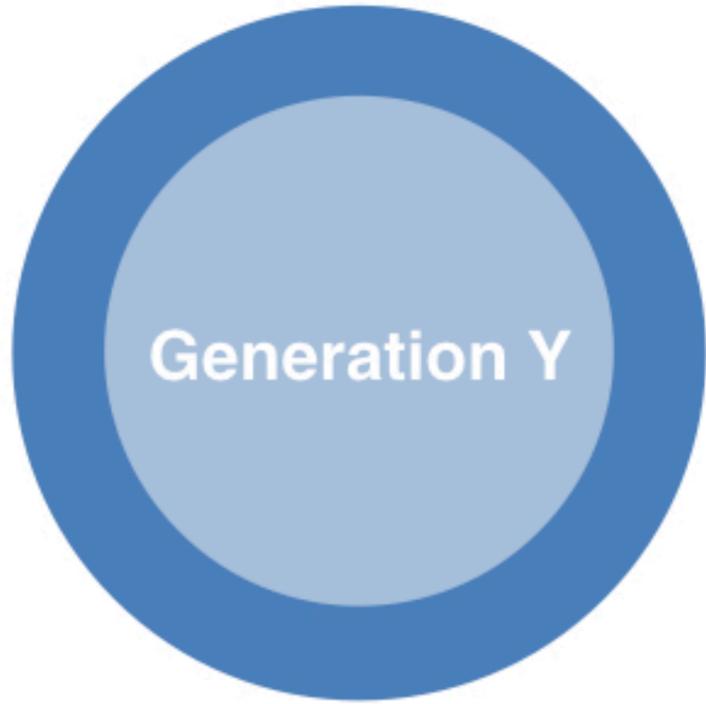
**Veränderungskompetent
& digital erfahren**

Name

Mein digitales Schlüsselerlebnis

Meine Transformationsstory

*1980 – 2000



**INTERNET/
WIKIS**



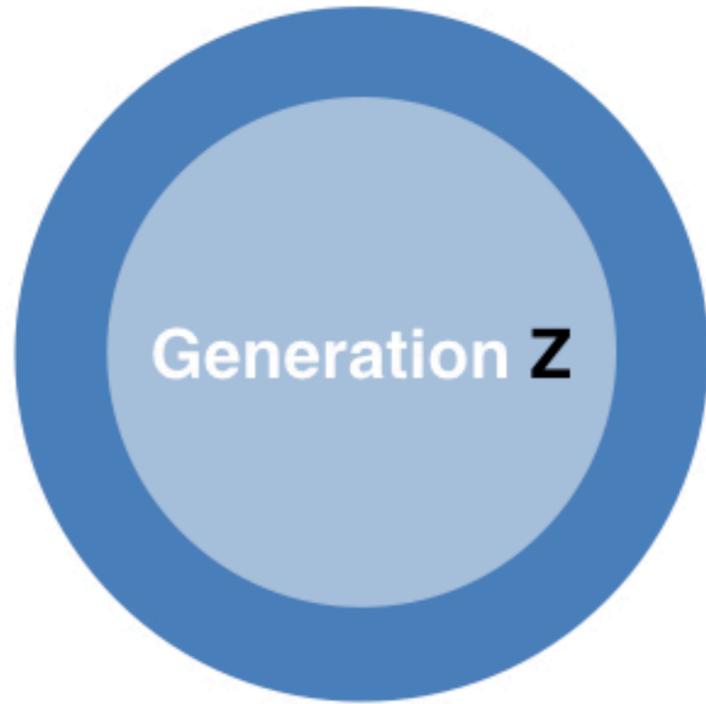
**Digital geprägt &
interaktiv**

Name

Mein digitales Schlüsselerlebnis

Meine Transformationsstory

*2000 ff.



Generation Z

ALWAYS ON



Mobil vernetzt

Name

Mein digitales Schlüsselerlebnis

Meine Transformationsstory