

Pressekontakt

Faktor 3 AG
Sebastian von Sobbe
Tel: 040 / 679446-44
Fax: 040 / 679446-11
E-Mail: adobe_dm@faktor3.de
<http://www.adobe-newsroom.de>

Herausgegeben im Auftrag von
Adobe Systems GmbH

PRESSEINFORMATION

Adobe Studie: Generation Z fordert mehr digitale Kreativität im Klassenraum

Auf der Bildungsmesse didacta 2017 stellt Adobe Studienergebnisse vor, in denen die Bedeutung von Technologie und Kreativität für die Zukunft der 11- bis 17-Jährigen im internationalen Vergleich beleuchtet wird.

München, 13. Februar 2017 – Mädchen und Jungen im Alter von 11 bis 17 Jahren wachsen in einer Welt voll permanenter Veränderungen auf, die sich fundamental von der ihrer Eltern und Großeltern unterscheidet. Wie können Lehrer sie auf die Herausforderungen von heute, morgen und übermorgen bestmöglich vorbereiten? Eine internationale Studie von Adobe gibt aufschlussreiche Einblicke in die Sichtweisen der sogenannten Generation Z. Mit welchen Erwartungen diese jungen Menschen ihrer Zukunft entgegen treten und welchen Stellenwert sie Kreativität und Technologie beim Lösen von Problemen beimessen, präsentiert Adobe auf der Bildungsmesse didacta 2017 vom 14. bis 17. Februar 2017 in Stuttgart. Am Stand in Halle 4 erfahren Messebesucher zudem in Workshops und Präsentationen, welche Schlussfolgerungen sich für die Unterrichts- und Berufspraxis daraus ableiten lassen.

Technologie und Kreativität als zentraler Teil der eigenen Lebenswirklichkeit

Nach der sogenannten Generation Y ist die Generation Z bereits die zweite Altersgruppe, die von Kindesbeinen an mit dem Umgang mit digitalen Technologien aufwächst. Kreative Selbstverwirklichung mithilfe digitaler Tools ist dabei mehr als zuvor ein wesentlicher Bestandteil ihres Selbstverständnisses. So bezeichnen sich 42 Prozent der in Deutschland befragten 11- bis 17-Jährigen als „kreativer als vorhergehende Generationen“. Das Zusammenspiel mit moderner Technologie ist dabei ganz selbstverständlich: Fast zwei Drittel (64 Prozent) der deutschen Befragten aus der Generation Z geben an, dass „das Meiste, was ich kreierte, mit digitalen bzw. Online-Tools entsteht.“

Den Herausforderungen der Zukunft mit kreativen Denkweisen und digitalem Know-how begegnen

Die Generation Z bevorzugt auch deshalb kreative und digitale Lösungsansätze, weil sie sich davon Vorteile für ihr Vorankommen verspricht. Beim Blick auf den Arbeitsmarkt kommen 73 Prozent der befragten deutschen Schüler zu dem Schluss, dass viele Karrieren und Tätigkeiten Kreativität geradezu voraussetzen. Entsprechend bezeichnen 71 Prozent der Befragten Kreativität als essenzielle Fähigkeit für beruflichen Erfolg. Ihre Lehrer pflichten ihnen bei: 86 Prozent der deutschen Pädagogen erwarten, dass ihre Schüler eines Tages Berufe ausüben werden, die wir uns gegenwärtig noch gar nicht vorstellen können. Die Kompetenz, auf neue Herausforderungen flexibel reagieren zu können, wird Schülern deshalb mehr nützen als ein rein statischer Wissensschatz. Vor diesem Hintergrund blickt die Hälfte der deutschen Generation Z zuversichtlich auf ihr Berufsleben. Damit ist sie übrigens optimistischer als die vergleichbaren Altersgruppen in den USA, Großbritannien und Australien.

Schüler und Lehrer wünschen sich mehr Kreativität und Praxis im Unterricht

Für eine optimale Vorbereitung auf die Zukunft wünschen sich Schüler und Lehrer gleichermaßen einen zeitgemäßen Unterricht. 79 Prozent der deutschen Lehrer sind davon überzeugt, dass ihre Schüler am besten durch kreative und anwendungsorientierte Aufgaben lernen. Offenbar sind die Rahmenbedingungen dafür aber nicht gegeben. Derzeit findet über die Hälfte (59 Prozent) der deutschen Generation Z, dass das, was sie außerhalb der Schule lernt, sie besser auf ihre Zukunft vorbereitet. Der Schulunterricht

bietet nach ihrer Ansicht nicht den gleichen Erkenntniswert. Wie ließe sich das ändern? 61 Prozent der Lehrer und 67 Prozent der Schüler wünschen sich einen größeren Schwerpunkt auf Kreativität im deutschen Schulunterricht. Zudem würden 81 Prozent der deutschen Lehrer ihren Schülern gern mehr Möglichkeiten bieten, sich praxisrelevantes Know-how für das spätere Berufsleben anzueignen. Besonders interessant wird dieses Ergebnis bei Betrachtung des internationalen Vergleichs: In den USA und Großbritannien fordern lediglich 66 Prozent bzw. 56 Prozent der befragten Lehrer einen verstärkten Einsatz von Praxisanwendungen im Unterricht, um ihren Schülern die Inhalte näher zu bringen.

Lernen, Kreativität zu lehren: Plattform Adobe Education Exchange vermittelt Tipps für die Praxis

Für die Schule der Zukunft werden digitale Erlebnisse und die Nutzung von moderner Technologie unabdingbar sein. Moderne Lehre bedeutet, den Schülern mittels digitaler Tools sowohl faktisches Wissen zu vermitteln, als auch ihren Geist auf spielerische Art und Weise anzuregen. Die Plattform Adobe Education Exchange soll dabei helfen: Hier finden Lehrkräfte Ressourcen für den Unterricht oder zur beruflichen Weiterbildung und können sich mit Fachkollegen weltweit austauschen. Die Plattform wurde von Pädagogen für Pädagogen entwickelt, die besonderen Wert auf Kreativität im Unterricht legen. Nach dem Erfolg des englischsprachigen Originals steht pünktlich zur didacta unter <https://edex.adobe.com/de> auch eine deutschsprachige Version des Online-Netzwerks zur Verfügung. Die Lernplattform und Community von Adobe ist kostenlos nutzbar.

Adobe informiert auf der didacta 2017

Der Vortrag zur Studie „Generation Z: Aktuelle Studienergebnisse zu den Einstellungen der nachwachsenden Generation“ findet am Donnerstag, 16. Februar, 10 Uhr in Raum C 3.1, Halle 4 statt. Eine vollständige Übersicht über alle Vortragsthemen und Termine stellt Adobe unter <https://www.adobe.com/de/events/didacta.html?sdid=9WGN45WD&mv=email> zur Verfügung.

Weitere allgemeine Presseinformationen zur didacta bietet Ihnen dieser Link: <http://www.messe-stuttgart.de/didacta/journalisten>.

Über Adobe

Adobe ist der weltweit führende Anbieter von Software und Online-Services für Digitale Medien und Digitales Marketing. Drei leistungsstarke Cloud-Lösungen ermöglichen Kunden innovative digitale Inhalte zu kreieren, zielgenau auf allen relevanten Kanälen zu veröffentlichen, den Erfolg zu messen und kontinuierlich zu optimieren.

Die Adobe Creative Cloud bietet inzwischen Millionen Mitgliedern mit nur einem Abo direkten Zugriff auf weltweit führende Desktop-Tools wie Photoshop CC, Mobile-Apps wie Adobe Slate und Webangebote wie Behance und den Bilderservice Adobe Stock. Die professionelle PDF-Plattform Adobe Document Cloud erlaubt Anwendern jederzeit und überall Dokumente zu erstellen, zu genehmigen, zu unterschreiben, zurückzuerfolgen und zu verwalten – ob am Desktop-Rechner oder auf dem Smartphone und Tablet. Die Adobe Marketing Cloud ermöglicht es Unternehmen, mithilfe von Big Data ihre Nutzer über alle Devices und digitalen Touchpoints hinweg personalisiert anzusprechen und zu aktivieren.

Adobe beschäftigt weltweit über 13.000 Menschen bei einem Jahresumsatz von 5,85 Milliarden US-Dollar (im Finanzjahr 2016). Die Adobe Systems GmbH in München steuert Vertrieb, Marketing und Kundenbetreuung in Deutschland, Österreich und der Schweiz.