



# Die Welt ist ein Smartphone

Der Schüler Philipp Riederle erklärt  
Firmen, wie die Generation der Digital  
Natives tickt. Warum gerade er?

**Der Vertreter der digitalen Generation** wohnt in der bayerischen Provinz, eineinhalb Autostunden von München entfernt, eineinhalb Autostunden von Stuttgart. Leitenden Angestellten erklärt er, wie seine Generation tickt, und Entscheidungsträgern, wie man im Netz Nähe aufbaut. An diesem Tag aber kommt er um halb zwei aus der Schule. Er steigt in seinen Firmenwagen, einen schwarzen BMW, und parkt in der Nähe des Marktplatzes von Günzburg. Er wurde gerade in Musik geprüft, musste „Carmina Burana“ dirigieren, „Carmina Burana“ vorsingen. Er trägt Sneaker, Jeans, schwarzes Poloshirt. Heute, sagt er, habe er sich halbwegs vernünftig angezogen. Sonst laufe er in abgewetzteren Sachen herum, was man sich nicht so recht vorstellen kann, weil er in Videos, die man von ihm im Netz findet, meist ein glattes hellblaues Hemd trägt. Ja, davon habe er vier, vielleicht fünf. Die brauche er wegen der Alten. Wegen der Ahnen, wie er sie auch nennt. Wegen der Digital Immigrants.

Philipp Riederle ist ein Digital Native. Er ist: Neue-Medien-Enthusiast, Keynote-Speaker, Podcaster, Gymnasiast und Autor. So stellt er sich auf Facebook und Twitter vor.

Mit 12 wünschte er sich ein iPhone und bat seine Oma, ihm eines aus den USA mitzubringen. Mit 13 begann er, seine Podcast-Serie „Mein iPhone und ich“ zu produzieren, darin zeigte er, wie man das Gerät crackt, um auch in Deutschland telefonieren zu können, stellte Apps vor, die was taugen. Erst sendete er aus dem Kinderzimmer, dann baute er sich im Partykeller der Großeltern ein Studio, mehr als eine Million Zuschauer im Jahr sahen sich die Filme bei iTunes an. Mit 15 wurde er zu einer Konferenz eingeladen, er sollte Marketingexperten und Verbandsvertretern erklären, wie man Podcasts macht und verbreitet. Danach häuften sich die Anfragen. Audi buchte ihn, McDonald's, die Deutsche Telekom, Bertelsmann. Er gründete sein eigenes Unternehmen, begann Vorträge zu halten, gab Workshops und beriet Mitarbeiter. Für wen er alles arbeitet, verrät er nicht, er musste Schweigeverträge unterzeichnen. Inzwischen ist er 18, macht in diesem Monat sein Abi und hat ein Buch geschrieben, das diese Woche erscheint: „Wer wir sind, und was wir wollen“. Eine Erklärifibel über seine Generation. Die Botschaft: Die digitale Welt ist kein Paralleluniversum, sondern eine Welt, die man selbst gestaltet: „Unsere Welt ist ein Smartphone.“

„Es war Zeit zu vermitteln“, sagt Riederle, er will den Immigrants zeigen, wie das ist, wenn man ein Leben führt, in dem alles liquid ist, also flüssig, er will, dass die Alten schwimmen lernen.

Als es um einen Ort für das Interview ging, konnte sich Riederle nicht zwischen Pizzeria und Eisdielen entscheiden, wegen des warmen Wetters bestellte er dann aber eine Kugel Straciatella und eine Kugel Erdbeere und sagte: „Ich entscheide rational, beim Essen fällt es mir daher schwer, da geht's ja um Geschmack.“

Geht es um die großen Fragen, denkt er nicht lange nach, die Antworten hat er im Kopf. Wie wird kommuniziert? Jederzeit. Wie wird gearbeitet? Sieben Tage, 24 Stunden bereit sein, aber nur dann, wenn man produktiv ist. Wie wird gelebt? Mit digitaler Selbsternährung: selbst entscheiden, was konsumiert wird, nicht nur endverbrauchen. Im Flatrate-Modus: mitnehmen, was geht.

Es ist nicht so, dass Riederle die große Vision hat, die die Unternehmen behutsam und sicher in die neue Zeit rettet (und wenn doch, dann verrät er sie nur ihnen). Dennoch ist sein Buch ein zeitdiagnostisches, es ist Protokoll seines Alltags und Beleg eines Lebensgefühls – flapsig, ungekünstelt und hochnäsiger.

Riederle versteht diese Welt nicht, in der ein Männchen hinter dem Radiolautsprecher sitzt und ein Programm für alle macht; versteht die Welt nicht, in der man es schaffte, einen Ort und eine Zeit für ein Treffen zu vereinbaren, ohne Mobiltelefon. Er gibt sich auch keine große Mühe, das zu verstehen.

An einigen Stellen in seinem Buch lässt Riederle die Alten dastehen, als checkten sie gar nichts. Er mokiert sich über die Pinguine in Kostüm und Krawatte und meint, ein Anzug sehe nur aus, wenn er mit einer lässigen Selbstverständlichkeit getragen werde, und dafür müsse man schon fast nach Mailand fahren. Er erzählt vom vernetzten Alltag der Digital Natives und regt sich über den Immigrant auf, der dann plötzlich an die guten Manieren erinnert: „Jou, Alter! Aber zweimal in der Woche am Stammtisch herumbhängen, zum Fußballspiel gehen, sich mit den Freundinnen treffen und dann genauso dummes Zeugs quasseln, das ist natürlich okay.“

Eine Woche lang hat Riederle für den KulturSPIEGEL Statistik über sein digitales Leben geführt: 29 Facebook-Likes, 21 Kommentare, 6 Posts in Gruppen, einer auf seiner Timeline. Einmal hat er getwittert und einmal auf Instagram ein Bild gepostet. Mit dem iPhone nahm er 37 Fotos auf und hörte 14 Podcasts. Jeden Tag verschickte er im Schnitt 94 SMS und WhatsApp-Nachrichten. 85 empfing er. Für einen Immigranten mag das viel sein, ein Eingeborener weiß: Da geht noch mehr. Warum ist gerade Philipp Riederle, der aussieht wie Justin Bieber in altklug, zum vielbeschäftigten digitalen Dolmetscher geworden? „Ich bin einfach mit offenen Augen durch die Welt gegangen“, sagt er, „ich will nicht protzen, ich bin ein ganz normaler Jugendlicher.“

In einer Interviewpause checkt er sein iPhone. Zwei Anfragen von Firmen, mit denen er noch nie zusammengearbeitet hat. Er wird ihnen eine Mail schicken: Wegen Terminmöglichkeiten mögen sie sich bitte mit seiner PR-Agentin in Verbindung setzen. Seit einem Jahr assistiert sie ihm, weil es ihm zu viel wurde, wenn er von der Schule kam und bis spät in die Nacht antworten musste.

Was ist Erfolg für ihn? Status und Prestige seien nicht so wichtig in seiner Generation, das zeigten ja auch die Studien, sagt er. Was treibt ihn an? „Bevor ich ins Grab gehe, möchte ich freudig auf mein Leben zurückblicken. In diesem Lebensabschnitt habe ich etwas gefunden, was mich erfüllt.“

Riederle ist zum Internetstar der Anzugträger geworden, weil er es geschafft hat, ein Lebensgefühl mit Zahlen zu belegen, auch auf persönliche Fragen antwortet er mit Studien und Statistiken. Er ist zum Internetstar geworden, weil er die Sprache der Pinguine spricht. Es ist seltsam mit ihm: Er ist ziemlich spießig, er ist aber auch ziemlich rebellisch.

Vor einem halben Jahr war er zu Gast in der ZDF-Kabarettshow „Pelzig hält sich“ gemeinsam mit Kurt Beck und Thea Dorn. Der Moderator sagte zu Riederle: „Also jetzt hören Sie mal ehrlich, da sind Manager, milliarden schwere Konzerne, Hunderttausende von Arbeitsplätzen, und die lassen sich beraten von so 'nem Bürschle, da müssen Sie doch selber lachen, oder?“

Musste er. Ganz kurz zumindest.

---

**Philipp Riederle: „Wer wir sind, und was wir wollen: Ein Digital Native erklärt seine Generation“.** Knauer TB; 272 S.; 12,99 Euro.

