

Erfahrungen aus der analogen Kommunikationskultur für die digitale nutzen

Den Kommunikationswandel aktiv gestalten

Die digitale Transformation gibt es nicht nur in der industriellen Produktion, sondern auch in der Kommunikation zwischen Menschen.

Dort bringt sie eine permanente Informationsflut mit sich, die Effizienz, Dringlichkeit und Wichtigkeit miteinander in Konflikt geraten lässt.

„Digitale Köpfe“ könnten Unternehmen helfen, die Entwicklung zur digitalen Kommunikation zu systematisieren und aus ihr einen Nutzen zu ziehen.

Bild: iStockphoto

VON ROGER BRUDERER,
GESCHÄFTSFÜHRER DER AWAPTEC GMBH,
ROMAN ODERMATT, LEITER
MARKETING UND EINKAUF
BEI DER HERZOG-ELMIGER AG, UND
STEFAN THEILER, BEI DER SCHURTER AG
VERANTWORTLICH FÜR DAS BUSINESS
DEVELOPMENT DES GESCHÄFTSBEREICHS
SOLUTIONS.

DER ARTIKEL ENTSTAND IM RAHMEN
EINER BETRIEBSWIRTSCHAFTLICHEN
WEITERBILDUNG
AN DER HOCHSCHULE LUZERN.

Trotz großer Auswahl an möglichen Kommunikationsmedien entscheiden wir uns meist für das scheinbar komfortabelste und nicht für das zweckmäßigste. Was dem Sender die Kommunikation vereinfacht, macht es dem Empfänger nicht zwingend leichter, die Informationen zu priorisieren und zu verarbeiten. Der dicht gedrängte Arbeitsalltag erlaubt es einem selten, sich Gedanken über das geeignetste Kommunikationsmittel zu machen.

Kommunikation kann man sich als Kette mit mehreren Gliedern vorstellen. Ein einzelnes

Glied entspricht einer Mitteilung und die Verbindung dazwischen dem Sender oder Empfänger. Jedes Glied, also jede Mitteilung, hakt in das nächste ein. Eine solche Kette lässt sich beliebig verlängern. Diese bildhafte Darstellung kann etwa der Anfang einer Kommunikation per E-Mail sein. Oft werden mehrere Empfänger angeschrieben und involviert, die wiederum mehreren Sendern oder Empfängern antworten. Der kommunikative Wildwuchs ist programmiert.

Regelmäßige Unterbrechungen der Arbeit können zu einer kompletten Überforderung der

Anzeige

ADVANTECH DTOS

DESIGN TO ORDER SERVICE

Globale Expertise,
 Lokales Know-how

 **embeddedworld**
Exhibition & Conference
...it's a smarter world

27 FEB - 1 MAR 2018 NUREMBURG, GERMANY, HALL 2 / 2-138

ADVANTECH



Mitarbeitenden führen. Die Flut an neuen, unstrukturierten Informationen im Geschäftsalltag ist enorm. Und sie nimmt weiter zu. Durch die permanente Informationsflut werden die kognitiven Fähigkeiten aufs Äußerste geprüft. Informationen werden womöglich nicht mehr effizient bearbeitet. Eine schnelle Reaktion mit klarem Fokus auf die wichtigsten Ereignisse ist kaum mehr möglich. Es entsteht ein Konflikt zwischen Effizienz, Dringlichkeit und Wichtigkeit. Dies führt unweigerlich zu einer reduzierten Qualität in der Kommunikation und dadurch auch zu einem erhöhten Frustrationspegel bei Sendern und Empfängern.

Ein Generationenkonflikt

Schade, denn die technischen Möglichkeiten der IT sind unglaublich groß und bergen das Potenzial in sich, die Herausforderungen der global vernetzten Welt zu meistern. Somit ist es vermessend, den Tools wie E-Mail, Social-Media-Plattformen, digitalen Business-Netzwerken und Kurznachrichtendiensten die Schuld für die Überforderung der Nutzer zuzuschreiben. Vielmehr treffen heute zwei Ge-

nerationen aufeinander: Auf der einen Seite ist das die wachsende Anzahl von Menschen, die bereits in die digitale Welt hineingeboren wurden, die „Digital Natives“; auf der anderen Seite sind es jene Menschen, die erst im Verlauf ihres Lebens mit der Digitalisierung in Kontakt kamen. Sie machen heute noch den größten Teil der Gesellschaft aus und zählen zu den „Digital Immigrants“.

Nehmen wir eine etablierte Führungsperson eines KMU, die meist reich an Erfahrung und auch an Jahren ist. Genau sie muss sich mit

den Erwartungen und Gepflogenheiten der Digital Natives konkret auseinandersetzen, um im Informationsaustausch nicht den Faden zu verlieren. Üblicherweise bekundet die jüngere Generation weniger Mühe im Umgang mit digitalen Medien. Der frühe Kontakt mit Computer und Internet hat ihre Denkstruktur auf diesen Wandel vorbereitet. Sie kennt nichts anderes, ist dadurch auch meist weniger schnell überfordert.

Die Kultur in den Unternehmen verändert sich durch die Digital Natives. Führungspersonen



Kommunikation zwischen Menschen

Das Sender-Empfänger-Modell

In der Kommunikation spricht man oft vom sogenannten Sender-Empfänger-Modell. Es wurde in den 40er-Jahren des 20. Jahrhunderts von Claude E. Shannon und Warren Weaver entwickelt. Dabei wird eine Botschaft vom Sender verfasst, codiert und über einen Kanal, heutzutage

beispielsweise E-Mail oder Tweet, an einen oder mehrere Empfänger verschickt. Diese decodieren und interpretieren die Botschaft. Ziel ist es, dass bei diesem Prozess möglichst keine Missverständnisse oder Fehlinterpretationen entstehen. (ak)

Anzeige



Wir verbinden, auch die Industrie 4.0!

Zahlreiche Möglichkeiten dank Ethernet, LTE, WLAN und Bluetooth Low Energy

Solutions for Robust Communication
Bern | Zürich | Basel | Frankfurt | Hong Kong



befinden sich mit den Veränderungen automatisch im Konflikt. Müssen sie sich anpassen oder zählen ihre erfolgreichen vergangenen Jahre als Garantie für die Zukunft?

Lösungsansatz

Damit es gelingt, die Kommunikationskultur im Unternehmen und im Zusammenspiel mit dem Markt ins Gleichgewicht zu bringen, muss der Wandel aktiv gestaltet werden. Hierzu können etwa Mitarbeiter oder Führungspersonen zu „Digital Heads“ ernannt werden, die als konkret definierte Rollen diesen Wandel im Unternehmen vollziehen sollen. Die „digitalen Köpfe“ sollten sich mit den Bedürfnissen, Anforderungen, Stärken und Schwächen beider Generationen im Detail auseinandersetzen, um von ihnen zu lernen. Eine konsequente Einbindung der digitalen Köpfe würde der strategischen Ausrichtung des Unternehmens und seinem Geschäftsmodell zugutekommen.

Tobias Kollmann und Holger Schmidt beschreiben in ihrem Buch „Deutschland 4.0 – Wie die Digitale Transformation gelingt“, dass es digitalen Sachverstand und damit die beschriebenen digitalen Köpfe in den Vorständen und Aufsichtsräten unserer Unternehmen braucht. Denn nur so lassen sich richtungsweisende Entscheidungen für die digitale Transformation treffen. Das befreit die Führungskräfte auf anderen Ebenen natürlich nicht davon, sich selbst für die digitale Welt zu rüsten. Aber weil es für die digitale Transformation keine Blaupause gibt, kann die digitale Expertise in den Führungsgremien gar nicht hoch genug sein.

So lässt sich beispielsweise als erste Maßnahme der Einsatz relevanter Kommunikationsmedien bewusster auswählen und die Kommunikation zwischen Sendern und Empfängern optimieren.

Digital Immigrants bringen wertvolles Know-how und Erfahrungen aus der analogen Zeit mit, von denen die heutige Interaktionskultur weiterhin profitieren kann und soll. Prozesse und Daten werden jedoch zusehends automatisiert, digitalisiert und vernetzt. Der reale Kunde „Mensch“ mit seinen individuellen Bedürfnissen wird aber noch lange im Zentrum stehen.

Der Trend zum immer schnelleren und manchmal anonymen Informationsaustausch führt unweigerlich zu einem Gegentrend: dem Bedürfnis nach persönlichem Austausch. Die Digitalisierung führt uns durch die zunehmende Vernetzung immer näher zusammen. Dass wir uns dabei aber nach wie vor persönlich aufeinander zubewegen, ist schlussendlich die Aufgabe jedes einzelnen. (ak) ■



Internet of Things Vom Sensor bis zur Cloud

Call for Papers

25. Oktober 2018, H4 Hotel Messe München

Die Fachmedien **DESIGN&ELEKTRONIK** und **Markt&Technik** veranstalten am 25. Oktober 2018 mittlerweile zum vierten Mal die Konferenz »**Internet of Things – vom Sensor bis zur Cloud**«. Inhaltliche Schwerpunkte dieser Veranstaltung bilden die für das **Internet of Things (IoT)** wichtigen Themen rund um Hardware, gerätebezogene Software, Testen und Teststrategien, Connectivity, Middleware in Gateways und Datensammlern, IoT-Plattformen und die benötigten Werkzeuge.

Senden Sie uns Ihre Beiträge zu folgenden Themenbereichen:

- »»»» Daten aggregieren, analysieren und sicher übertragen
- »»»» Software & Tools für IoT-Applikationen
- »»»» Gateways
- »»»» Allianzen & Ökosysteme
- »»»» IoT-Plattformen, -Frameworks und Services

Senden Sie uns online eine aussagekräftige Kurzfassung Ihres Beitrags bis zum **16. April 2018**:

www.iot-konferenz.de