

© 2010 by Hans-Georg Wenke | Hasselstraße 182 | D-42651 Solingen | +49 212 2540110 | wenke@wenke.net

# COMMUMEDIA SKETCHBLOG

Wissenswertes, Auffälliges + Pointen aus dem Kommunikations- und Medien-Alltag

*Manager, 52, sucht Bekanntschaft mit vernetztem Niveau*

Oder: Warum der Faktor Mensch zum Problem zu werden scheint.

► **Noch ist der Mensch der Faktor,  
der die Geschwindigkeit einer Entwicklung vorgibt.**

Zum Glück nicht, sagen die einen. Und „das hindert den Fortschritt“ sagen die anderen.

**Menschen sind, wie Menschen sind.** Man müsste genauer formulieren: **Menschen sind, wie sie geworden sind.** Was sie gelernt haben. Welche Erfahrungen sie geprägt haben. Je älter ein Mensch wird, dies ist ein biologisches Naturgesetz, desto weniger lernt er im allgemeinen dazu, vorausgesetzt, sein berufliches Leben besteht nicht per se aus ständigem Lernen.

Die Entwicklung von Organisation und Menschenführung der 2. Hälfte des vergangenen Jahrhunderts war auf eine Optimierung ausgerichtet, bei der die (arbeitenden) Menschen durch Maschinen und Verfahren unterstützt, entlastet und Arbeitsabläufe geregelt, standardisiert werden sollten. „Störfaktoren im Vorfeld ausschalten und Prozesse möglichst gleichförmig ablaufen lassen“, so könnte man die Zielsetzung zusammenfassen.

**Menschen wurden als zu „austauschbaren Arbeitern“ gedrillt.**

**Nun hat aber die Entwicklung der Informations- und Kommunikationstechnologie eigentlich genau das Gegenteil von diesem Ideal geschaffen.** Versuchten wir früher oft mit erheblichem Aufwand, Konzentrationen und Standardisierungen einzuführen, so sind die technischen und funktionalen Möglichkeiten der heutigen Technologie genau auf das Gegenteil gerichtet, nämlich auf Diversifizierung und Individualisierung.

**„Die Allrounder sind out. In Zukunft wird es mehr und mehr intelligente, über Netze verbundene Menschen für spezielle Aufgaben geben.“**



Eine Top-Fachkraft der Softwarebranche sagte neulich: „Ich war jetzt drei Wochen in Urlaub. Ich habe das Gefühl, den Anschluß verloren zu haben.“ Was heute in einer Woche an Entwicklung und Neuerung passiert, war früher das Ergebnis eines Zeitraums mehrerer Monate. Und jede Entwicklung ist wie der Ast an einem Baum: er gebiert immer neue Äste. Mythen der Fabelwelt kommen in Erinnerung: die Hydra, der für jeden abgeschlagenen Kopf zwei neue wachsen oder die Geister des Zaublerlehrings, die er nicht mehr bändigen kann. Das alles erleben wir alle heute jeden Tag als Realität.

Wer diese Expansion nicht mitmachen kann, ist der Mensch. **Das Tempo der Entscheidungsgeschwindigkeit, die Komplexität und Parallelität von Lernprozessen, die Fähigkeit zur Konzentration und die Kraft, Prioritäten zu setzen, lassen sich nicht beliebig linear steigern.**

Kommt ein Manko hinzu, das als Tabuthema gerne schlichtweg ignoriert wird: das Lebensalter. Wer jung ist und sich in eine bestehenden Ordnung einfügen will, dem ist es gleichgültig, wie diese Ordnung aussieht. Paradox genug, doch logisch: dann ist nämlich auch Chaos eine Form der Ordnung. Doch wer in einem Gefüge etabliert ist, kann dies nicht aufgeben ohne Gefahr zu laufen, seine Privilegien oder Positionen zu verlieren. Mit der menschlichen Großzügigkeit der Generosität kann darüber nur weggehen, wer die Chance hat, gleiche oder ähnliche Positionen an anderer Stelle zu erreichen.

Also ist das natürliche Beharrungsvermögen verbunden mit der rein biologischen Verlangsamung der Lerngeschwindigkeit ein entscheidender Faktor, dass Innovationsprozesse in Relation zu ihrer technisch-funktionellen Machbarkeit von Jahr zu Jahr immer langsamer eingeführt und umgesetzt werden.

**Diese Entwicklung hat schon längst reale Spuren hinterlassen.** Es gibt genug „junge“ Firmen, die nicht nur an Existenzjahren, sondern auch im Mitarbeiterdurchschnitt jung sind. Sie werden nach völlig anderen Prinzipien aufgebaut und gesteuert und streben teilweise andere Ziele an als die etablierten (von Ausnahmen, wie immer, abgesehen). Daher werden auch die Trends der technischen Innovationen in Zukunft weniger nach ihren objektiven Kriterien zu beurteilen sein als vielmehr nach ihrer Zuordnung zu Organisationsumgebungen, nach Geschäftsprozessen und nach betrieblichen Zielsetzungen. Denn diese werden ausschließlich durch den „Geist“, also die rein menschlichen Aspekte eines Unternehmens bestimmt.



## Paradigmenwechsel

Und so bleibt, je schneller, vielfältiger, gewaltiger und leistungsfähiger die Technik wird, es mehr denn je eine Aufgabe für Manager, Unternehmens-Entscheider und Führungskräfte, erst einmal zu bestimmen, wohin die Reise denn überhaupt gehen soll, welche Ziele man erreichen will, bevor man sich dranmacht, Technik und Lösungen, Systeme und Verfahren zu adaptieren und zu implementieren.

- ▶ Man muss prüfen, ob die eigenen beruflich-betrieblichen, strategischen Unternehmens- und Marktziele mit den Zukunfts-Paradigmen übereinstimmt: Nach denen die **Marke zentral und fix ist, Produkte oder die Dienste, die man anbietet, beliebig variabel sein können**. Früher war es umgekehrt: *Das Produkt eine Welt für sich – und nur deshalb wurde es zur Marke.*
- ▶ Dazu auch noch dem zweiten wichtigen Paradigma entspricht, wonach die Individualisierung von Leistungen und Produkten wichtiger ist als die Standardisierung – Qualität ist nicht mehr, dass Kunden ein Produkt „wie immer“ wollen und damit das exakt gleiche wie gehabt meinen. Sondern **immer etwas Neues, Angepasstes, das nur „wie immer“ in Bezug auf temporäre Bedürfnisse „total stimmig“ sein muss**. Auch hier gilt: *wer „alt“ denkt, hat verloren.*

**Mit anderen Worten: wer älter als 25, 30 Jahre ist, sollte als erstes sich selbst und seine Ansichten in Frage stellen – und neu sortieren, ausrichten, justieren.** Ironisch gesagt: „Alter schützt vor Klugheit nicht“. Aber ab einem gewissen Grad an Etabliertheit, der typischerweise ab 35, 40 eintritt, sich auf seine Erfahrungen zu berufen und darauf zu ruhen, ist im Beruf tödlich: „Erfahrung hindert an Ansicht“. Kunden dürfen alten Gewohnheiten anhängen, Manager nicht. **Leider ist auch das noch viel zu oft umgekehrt.** ■

**Nichts ist döfer als Hannöver**

Sagen einem die Ureinwohner dieser Stadt. „Fremde“ kennen den Ort ohnehin nur unter der Navi-Eingabe „Messeschnellweg“ oder glauben, Hannover bestehe aus Laatzen.

Nur die Bild-Zeitung hat jetzt die wahren Qualitäten der Stadt entdeckt. Und wenn dieses Blatt schon einmal dabei ist, dann kennt es ja nun wirklich kein Tabu mehr. Dummerweise lässt sich ja der Deutsche Papst derzeit nicht für die Norddeutsche Tiefebene vereinnahmen, Idiom und Ideologie sprechen dagegen, aber ein Ersatz ist schnell gefunden: Die Queen, Elisabeth II ist natürlich Hannoveranerin ...

Denn: Sie stammen von Georg I. von Hannover ab (der 1714 den englischen Thron übernahm). Auch die Queen kommt also eigentlich aus Hannover. (AvS)

04.06.2010 - 23:42 UHR

Die Ureinwohner **Gerhard Schröder, Margot Käßmann und Oliver Pocher** haben es ja schon immer gewusst – seit **Lenas Triumph in Oslo** und **Christian Wulffs Nominierung zum höchsten Staatsamt** weiß es nun auch der Rest der Republik:

Hannover ist das kosmische Zentrum des Universums (na ja, zumindest Deutschlands).

**Hannover** schenkte uns nicht nur **Lessing, Leibniz und Lena**, **Hannover** ist auch der einzige Ort, wo alle Leute „wirklich“ Deutsch sprechen können (das klassische Hochdeutsch ist Hannoveranisch!).

Und: Fast alle Royals Europas sind Hannoveraner.

*Jeder Nachteil hat gute Seiten:***Kaputter Rücken, aber Strom!**

Bitte sagen Sie dies der Regierung nicht weiter, die macht dann unreparierte Straßen, Holperstrecken, zum Normalfall, zur Pflicht.

(pte) Um das Autofahren in Zukunft energieeffizienter zu machen, entwickelt ein US-amerikanisches Unternehmen **Stoßdämpfer, die aus Unebenheiten Strom** gewinnen können. Im Normalfall geht die Energie, die dabei entsteht, als Wärme verloren - die Levant Power Corporation hofft nun, sie nutzen zu können, berichtet die New York Times. Der gewonnene Strom könnte dazu benützt werden, die Scheibenwischer, die Belüftung oder die Cockpitbeleuchtung zu betreiben. Der Kraftstoffverbrauch soll dadurch um ein bis sechs Prozent reduziert werden können.

Die Energie, die für das Zerknüllen dieser Meldung aufgewandt werden muss, könnte eigentlich reichen, um sich einen Storch zu braten .... !

# PRIVATISSIMUM

**„Privatheit als neue Währung“**

(ots) **Privatheit und persönliche Informationen werden mehr und mehr zu einem wirtschaftlichen Wert**, so ein Fazit einer Informations- und Diskussionsveranstaltung „media coffee“ mit dem Titel "Kommunikation 2020 - Aufbruch in ein neues Informationszeitalter?".

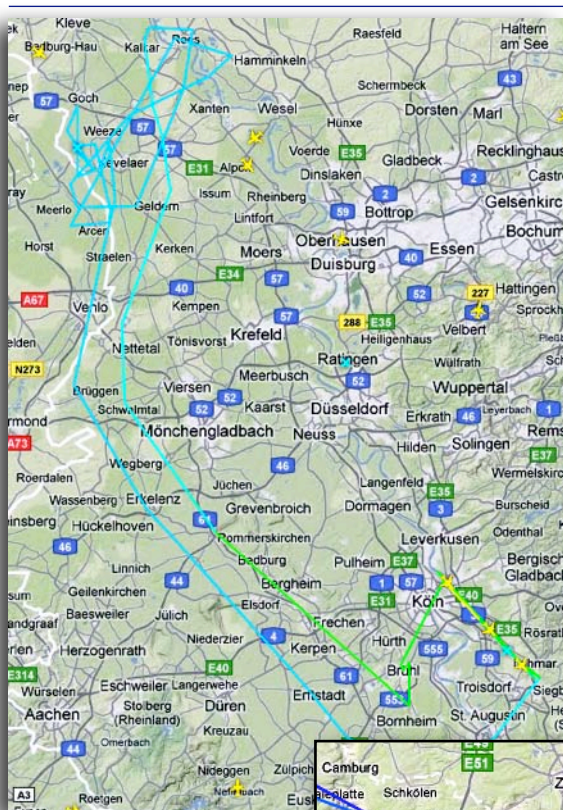
Trendforscher Prof. Peter Wippermann: **"Die Veröffentlichungszeiten von TV und Rundfunk verschwinden momentan genauso wie die Trennung von Privat- und Arbeitssphäre."** Dadurch entstehe aber auch für die Verbraucher eine ganz neue Art der Marktmacht, da die Informationen, die die Nutzer preisgeben, einen erheblichen Wert darstellen. **"Privacy von Menschen ist eine Währung geworden,"** stellte der Trendexperte fest. Ob Augmented Reality, also die Verbindung der realen Welt mit dem Kameradisplay eines Mobiltelefons, nach Social Media demnächst der neue maßgebliche Trend im Netz werde, wollte Wippermann nicht prognostizieren. "Es wird noch bis zu sieben Jahre dauern, bis sich das durchgesetzt hat."

**Außerdem wies er darauf hin, dass in Zukunft Journalisten und Internetnutzer wesentlich gleichberechtigter als heute miteinander umgehen werden.** "Das überfordert die traditionellen Medienanbieter momentan noch stark." Die so genannten Digital Natives entwickeln ein Nutzungsverhalten, das ganz anders sei als unser heutiger Konsum von Informationen. "Die nächste Mediennutzergeneration wird gar nicht mehr danach fragen, ist das jetzt eine Nachricht im klassischen Sinne oder nicht." Für die Zukunft stellte Jochen Wegner, Online-Journalist, kleine intelli-

gente digitale Assistenten in Aussicht, die während ihres Betriebes automatisch die Umwelteinflüsse wahrnehmen, denen sein Besitzer ausgesetzt ist. "Die Geräte werden lernen, was ich von ihnen will."

### Twitterfrei, aber nicht knitterfrei. Ruhezone, Home-Edition.

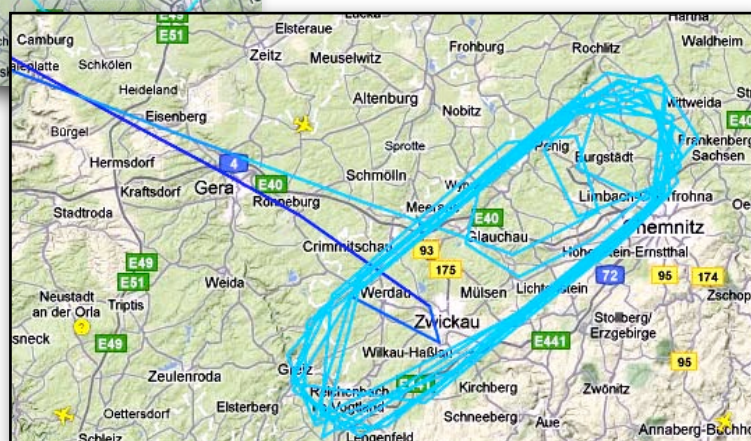
Auch PR-Experte Helmut Freiherr von Fircks ist von den Vorteilen sozialer Netzwerke überzeugt - besonders von Twitter. "Twitter eignet sich sehr gut dafür, Leute an genau die Orte zu führen, wo die Themen stattfinden. Wie zum Beispiel Messen. Oder auch weiter herunterdividiert auf kleine und kleinste Ereignisse." Der Geschäftsführer der Agentur F&H betonte, das in der PR eine Neuorientierung stattgefunden hat. **"Die tradierten Zielgruppendefinitionen haben heute keinen Wert mehr. Wir sprechen heute eher von Interessengruppen."** Auf diese Weise können sowohl junge Erwachsene als auch ältere Menschen zusammengefasst werden, wenn sie sich für das gleiche Thema interessieren. ■



Rechts: eine Maschine der Luftwaffe konnte das über Zwickau und Chemnitz noch viel, viel besser.

Vielleicht aber ein Fall von „Trunkenheit am Joystick“?

Oder es war eine Regierungsmaschine, in der Merkel eine Kabinettsklausur machte. Und dabei geht es doch immer, hört man, ordentlich rund. ■



**Superhelden** Piloten sind tolle Menschen. Immer gut drauf. Immer hellwach. Konzentriert. Logisch. Voll bei der Sache. Machen keine unnützen Dinge. Haben den Flieger im Griff und vor allem: sind stets exakt informiert.

Ja, ja, glauben Sie es nur. Ein Blick in [www.flightradar24.com](http://www.flightradar24.com) wird Sie das Gruseln lehren, was über unseren Köpfen los ist. Echte Screenshots - und nun erzählen Sie mir bitte nicht mehr, Flugzeuge würden weniger orientierungslos herumirren als Bienen am duftenden Blumenblütenstab...!

Links: Blau und grün sind Flüge in relativ niedriger Höhe. War das nun eine Ryanair, die in Weeze landen wollte, aber nicht konnte, den Flugplatz suchte, nach Köln flog, um mal zu gucken, ob die auch eine Landebahn haben, dann wieder zurückkam nach Weeze - oder ein Flieger, in Köln gestartet, mit Problemen, rumgegurkt, dann zurück? Oder ganz einfach nur eine normale Warteschleife, aber über fremden Terrain?