

# Die Droge unsere Gesellschaft ist Strom

## Virtuelle Kommunikation

IT braucht Strom. Neben den vielen heute schon vernetzten Haushaltsgeräten sind immer mehr Apparate rund um die Uhr empfangsbereit, um auf unsere Sprachbefehle und Signale zu reagieren. Wir stecken in einem demografischen Wandel und der trifft ungefedert auf den Digitalisierungsprozess. In den letzten Jahrzehnten sind Menschen immer weiter aus ländlichen Regionen abgewandert, um in den Städten Arbeit zu finden.

eleworking und Home-Office könnten erstmals diesem Trend etwas entgegenzusetzen. „Digitale Nomaden“ müssten für einen Schreibtisch und das Internet nicht mehr zu tausenden in die Stadt pendeln.<sup>1</sup> Der Datenverkehr durch Videokonferenzen ist enorm: Eine Minute Videochat benötigt zwischen 2,5 und 5 Megabyte Datenvolumen pro Minute.<sup>2</sup> Deshalb könnten sie sich in freistehenden Immobilien im peripheren Raum ansiedeln.<sup>3</sup>

Wer „remote arbeitet“ braucht demnach technische Voraussetzungen, SharePoints, teamorientierte Softwareprogramme, schnelles Internet für Videochats & -konferenzen und nicht zuletzt eine Führungskraft, die diese Form des modernen Schaffens schätzt. Statt „heroic leaders“ sind nun „facilitators“ gefragt. Sie bilden



**Dr. Tatjana Lackner, MBA**  
Kommunikations- & Verhaltens-Profilerin,  
„Trainerin des Jahres“, Politiker-Coach, 6-fache  
Bestseller-Autorin

die Spange und vereinen die voneinander getrennten Home-Offices mit den Präsenzarbeitern. So behalten sie den Überblick und garantieren den reibungslosen Workflow. Anders als der „heldenhafte Boss“ kümmert sich der „Vermittler“ um die Moderation zwischen einzelnen Projektteams. Er

hostet online Besprechungen und lädt zu Teamsitzungen ein. Mal ist er Planer, Coach, dann wieder Kritiker oder Motivator. Die asynchrone Kommunikation<sup>4</sup> stellt hierbei die größte Herausforderung dar.

Jeremy Watkin<sup>5</sup>, Product Marketing Manager bei 8x8 (großer US-Anbieter von Voice over IP-Produkten), definierte schon 2018 die Unterschiede zwischen synchroner und asynchroner Kommunikation. Erstere verläuft instantan mit klarem Anfang und einem konkreten Gesprächsende: Zwei oder mehrere Menschen kommunizieren in Echtzeit mitsammen. Wogegen bei der asynchronen Kommunikation sowohl die Kanäle wechseln als auch die Antwortzeit deutlich langsamer verläuft: Wer dem Chef auf WhatsApp am Montag ein Update sendet und von ihm via Mail tags darauf eine Antwort erhält, auf die er wiederum beim Morning Call Mitte der Woche bezugnehmen soll, der befindet sich in einer asynchronen Kommunikation.

Obwohl die Zahl der Videokonferenzen, Facetime-Gruppenanrufe auf iPhones und iPads, durch die Corona-Krise angetrieben, explodiert ist, scheint die E-Mail laut einer Studie<sup>6</sup> noch immer das dominierende Kommunikationsmittel zu sein.

<sup>1</sup> <https://www.onlinepc.ch/business/branche/50-prozent-videokonferenzen-in-corona-krise-2516897.html>, Stand Sommer 2020

<sup>2</sup> <https://www.onlinepc.ch/business/branche/50-prozent-videokonferenzen-in-corona-krise-2516897.html>, Stand Sommer 2020

<sup>3</sup> <https://relaunch.politik-digital.de/news/das-vergessene-land-wie-digitalisierung-die-landflucht-stoppen-kann-154501/>, Stand Sommer 2020

<sup>4</sup> <https://insights.controller-institut.at/ueber-remotes-arbeiten-virtuelle-teams-und-digitale-fuehrung/>, Stand Sommer 2020

<sup>5</sup> Watkin, Jeremy: Synchronous vs. Asynchronous Support Channels: Which is better for agents and costumers? 2018, <https://customerthink.com/synchronous-vs-asynchronous-support-channels-which-is-better-for-agents-and-customer/>, Stand Sommer 2020

<sup>6</sup> Niki Panteli, Zeynep Y. Yalabik, Andriana Rapti (2019), „Fostering work engagement in geographically-dispersed and asynchronous virtual teams“, Information Technology & People, Vol 32, Issue: 1, 2-17.



Bild 1 - Asynchrone Kommunikation

Thema	Home-Office	Präsenzarbeit
Kommunikation	asynchron	synchron
Selbstwert	Einsam, kaum Austausch, weniger Anerkennung, es fehlt der Wettbewerb mit anderen als Ansporn, Individuelle Zeiteinteilung, Freiheitsgefühl, weniger Terminstress	Soziale Verbindungen beim Mittagstisch, After Work, wer sich mit Kollegen austauscht, der erfährt mehr. Viele Paare lernten sich am Arbeitsplatz kennen, weniger Mobbing
Informationsfluss	“Naked information” ist eben nur die halbe Information – die “scheinbar unwichtigen Fragen” fallen weg. Darin besteht eine Gefahr. Selbst Skeptizismus und begründete Vorbehalte helfen Prozesse zu verbessern. Teeküchen-Tratsch fehlt und sollte durch einen eigenen Kommunikationskanal ersetzt werden.	Operative und strategische Netzwerke leben vom Live Moment. Persönliche Einschätzungen, Prognosen und Einwände erzählt man sich “hinter vorgehaltener Hand” eher als angesichtig “open door“-Policy hilft zweifelnden Mitarbeitern oft weiter und fördert das Miteinander.

Tabelle 1 - Merkmale synchrone und asynchrone Kommunikation

Wenn beispielsweise Bereichsleiter Maier ins Unternehmen kommt, dann begegnen ihm schon beim Eingang lächelnde Mitarbeiter die artig grüßen. Spätestens im Lift erlebt er seine Wichtigkeit: “Herr Bereichsleiter, ich habe Ihnen heute schon eine Mail gesandt für die Besprechung am Nachmittag”. Irgendwer will immer was von ihm. Das nervt Maier, aber es hebt gleichzeitig sein Selbstwertgefühl. Wie oft hat er sich die vielen Schleimer vom Hals gewünscht und dann kam Corona.

Endlich konnte Maier von zuhause aus walten, aber siehe da, das wurde für

sein Ego wenig stimulierend. Er war viele Wochen nicht mehr der “Herr Doktor”, sondern nur noch Günther. Herta, Maiers Frau, bat ihn die Füße hoch zu nehmen, da sie auch in seinem Arbeitszimmer saugen wollte und die Kinder waren ganztägig pampig. Sie haben sowohl ihn aber vor allem Gattin Herta mit Home-Schooling kräftig auf Trab gehalten. Niemand zollte ihm den gewohnten Respekt. Anerkennende Blicke schenkten ihm weder Herta noch die “Puber-Tiere”.

Plötzlich fehlte Herrn Maier sein Arbeitsplatz, samt Kantinengeruch und vor allem der Garagenplatz, den man

erst ab der Führungsetage bekommt, womit bereits das tägliche Einparken ein Adelsprädikat erhielt.

Zudem hatte der Bereichsleiter das Gefühl, dass er online laufend von Mitarbeitern unter ihm und der Führungsetage darüber vertröstet wurde. Seine Projekte zogen sich damit unnötig in die Länge. Auf der anderen Seite war Maier erstaunt, was er selbst alles weiterbrachte – ohne die dauernden Störungen. Sein Workflow schien im Home-Office beachtlich.

Als eine Art “Teeküchen-Kanal” hat er für sich und seine Mitarbeiter eine WhatsApp-Gruppe gegründet, auf der man zwischendurch mal etwas Persönliches senden konnte. Fotos, Linkempfehlungen, selbst Gerüchte aus anderen Abteilungen halfen auch informell eine virtuelle Fellwärme ins Team zu bringen. Maier hatte die Idee von seinem Sohn abgekupfert, der immer wieder Witziges aus dem Klassenchat berichtete.

Maier hat sich insgeheim gewünscht, dass sein Chef für die Bereichsleiter-Riege ebenfalls einen Teeküchen-Kanal installiert hätte, denn hier wurde wochenlang in Videokonferenzen nur “naked information” gereicht. Dadurch fühlte er sich vereinsamt und vom allgemeinen Stimmungsbarometer losgelöst.

Nicht nur unsere Kunden brauchen sprachliche Bilder und gutes Storytelling – auch Mitarbeiter wünschen sich eine klare Erzählung zu Abläufen mit konkreten Beispielen und gedanklichen Leitlinien, um Arbeitsschritte logisch und strukturiert ausführen zu können.

Zahlen, Daten und Fakten sind für MBOs (Management by Objectives)<sup>7</sup> wichtig, aber nicht alle wollen nur ergebnisorientiert geführt werden. Vielen ist die mitarbeiterorientierte Führungskraft lieber; jene, die auf gute Beziehungen im Team achtet und damit eine positive Arbeitsatmosphäre schafft.



<sup>7</sup> vgl.: <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/management-objectives-40709>, Stand Sommer 2020