

➤ Ein Kommentar von Thomas Schmutzer

»Technologie darf niemals der Ausgangspunkt sein«

Viele Werkzeuge und Kommunikationsprozesse sind flutwellenartig in unsere Welt eingezogen. Die Karten werden nun neu gemischt. Es gilt mit einem neuen Blatt besser weiterzuspielen.

Was ist die Lebensader eines Unternehmens? Die Eigenkapitalquote, werden die einen sagen. Erfolgreiche Produkte mit hohem Deckungsbeitrag, vielleicht die anderen. »Double digit growth« ist sowieso einer der wichtigen Schlüsselbegriffe. Dem allen ist zuzustimmen. Meine ganz persönliche Ansicht ist allerdings, dass die Lebensader eines Unternehmens die Kommunikation ist, die im Unternehmen intern und extern passiert: Informationen werden ausgetauscht, Kundenanfragen beantwortet, Unternehmenskultur in reinster Form, alles fließt.

Natürlich sind sich alle Unternehmer der Wichtigkeit und auch der Macht dieser Kommunikationsflüsse bewusst. Denn Kommunikation ist absolut unabdingbar. Nur so können Geschäfte abgeschlossen und Erfolge eingefahren werden. Ohne Kommunikation passiert gar nichts. Aus eben diesem Grund ist hier in den letzten Jahren viel Zeit und Wissen investiert worden, um Kommunikation günstiger für das jeweilige Unternehmen zu machen. Ausschreibungen wurden bis ins kleinste Detail aufgesetzt und durchgeführt, um Kosten einzusparen, um Tarife zu verhandeln, damit in Zukunft bestehende Kommunikationsprozesse noch günstiger, noch rascher, noch effizienter laufen können.

Gut so. Kostenersparnis und erhöhte Effizienz können immer noch massive Hebel sein, wenn es um Wachstum und Erfolg eines Unternehmens geht.

Wenn man allerdings rein auf Kostenersparnis fokussiert, kann es passieren, dass man einen weiteren Hebel brach liegen lässt und nicht nutzt. Nämlich jenen, zu betrachten, ob die Kommunikationspro-

zesse an sich überhaupt Sinn ergeben. Oder ob es nicht andere, bessere Wege und Prozesse gäbe, um zum selben Ziel zu kommen – und gleichzeitig noch Kosten einzusparen.

Guter Ansatz, werden Sie nun vielleicht denken, aber wieso gerade jetzt? Wieso ist gerade jetzt ein guter Zeitpunkt für solche Überlegungen, die man doch wohl auch vor, sagen wir, zehn Jahren hätte anstellen können? Prinzipiell ist es sicher kein Fehler

gewesen, bereits vor zehn Jahren diese Betrachtungen anzustellen. Aus meiner Sicht ist es aber jetzt geradezu ideal, weil viele Faktoren und Rahmenbedingungen auf Ihre Kommunikationsprozesse einwirken und eine Veränderung ermöglichen oder sogar dringend notwendig machen. Es sind Faktoren und Rahmenbedingungen, die nun hinreichend konkret oder bereits Teil unseres täglichen Lebens geworden sind – im Unterschied zu vor einigen Jahren. Ich spreche hier von Phänomenen wie Social Media, wie technologischen Faktoren wie Videoconferencing, Collaboration Tools, Productivity Tools (wie zum Beispiel Dropbox und Evernote), Machine-to-machine-Kommunikation, Tablet-PCs, Apps. Dies sind Dinge, die flutwellenartig und mit enormer Kraft in unsere Welt eingezogen sind und nun alles verändern. So gut wie niemand – kein Unternehmen, kein Mitarbeiter und natürlich auch kein Prozess – bleibt davon unberührt. Hier werden einige Karten neu gemischt und es gilt mit dem neuen Blatt besser, schneller



Thomas Schmutzer ist Geschäftsführer HMP Beratung mit Fokus auf Kommunikation, Organisation, Prozesse und Technologie.

und erfolgreicher weiterzuspielen.

Viele dieser Aspekte wirken auf die Art, wie wir kommunizieren, ein. Aus genau diesem Grund ist nun ein guter Zeitpunkt, um Prozesse als Ganzes zu hinterfragen und an die neuen Gegebenheiten anzupassen – und zwar mit anderem Blick, als dies bisher oft der Fall war. Wo eine technologische Neuerung für gut befunden und im Unternehmen eingeführt wurde. Wo die

Technologie die entscheidende und antreibende Kraft war. Wie viel davon sich als wirkungslos erwiesen hat, trauen sich vielleicht ein paar Mutige zu schätzen. Denn wenn die Mitarbeiter, die mit der neuen Technologie arbeiten sollten, diese als nicht zweckgemäß, nicht passend, zu kompliziert empfunden haben, wurde ganz rasch wieder zum Ausgangspunkt zurückgekehrt. Es wurde nichts verändert, das getätigte Investment war im Sande verlaufen. Daher ist es auch ein wesentlicher Make-or-break-Faktor, dass Technologie niemals der Ausgangspunkt sein darf. Sie ist nie ein Selbstzweck, sondern existiert, um uns das Leben einfach, besser, erfolgreicher etc. zu machen. Folglich muss der Ausgangspunkt immer das entstehende Bedürfnis – in diesem Fall, das entstehende Kommunikationsbedürfnis – sein.

Wenn dies erkannt ist, kann die entsprechende Technologie gewinnbringend eingesetzt werden und wird auch von den Anwendern akzeptiert und mit Freude eingesetzt werden. □