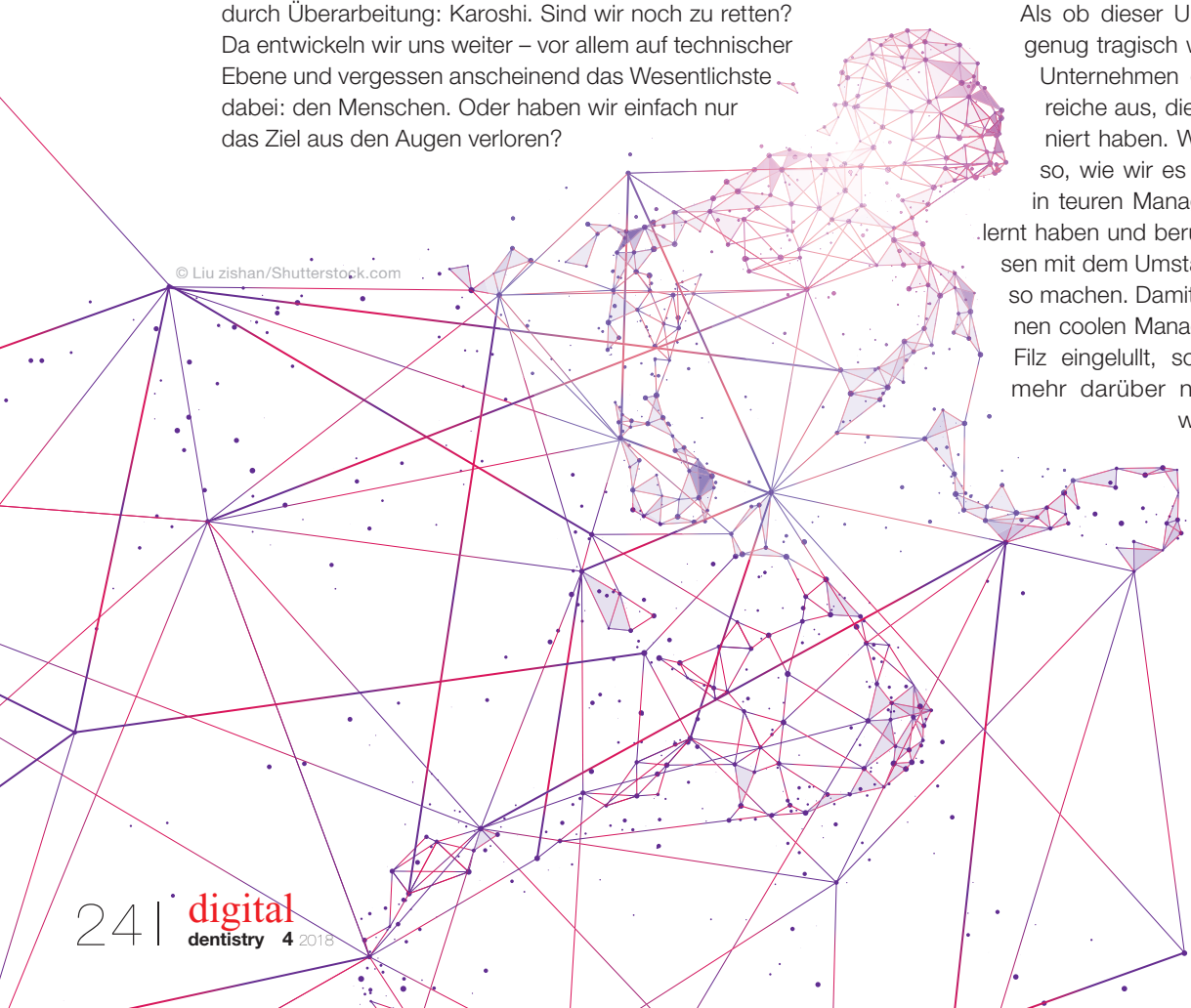
Sinngebung in der digitalen Welt

Stefan Dudas

Riskieren wir einen ehrlichen Blick auf unser Arbeitsleben, stellen wir schnell fest: Wir sind produktiver geworden. Erreichbarer und schneller. Doch sind wir dadurch auch glücklicher oder zumindest zufriedener geworden?

Ganz klar: Nein! Digitale Transformation, disruptive Technologien, Change und Agilität sind Schlagworte, um die sich das Business im Moment dreht. Dank der sich schnell entwickelnden Technik muss sich zwangsläufig auch die „Ressource" Mensch verändern. Wenn sich also alles um uns herum agilisiert, changed und digital transformiert, die Probleme in der Arbeitswelt aber immer die gleichen bleiben und nicht weniger werden, lohnt es sich, einmal etwas genauer hinzuschauen …

… beispielsweise am Montagmorgen in die Gesichter der Menschen im Bus oder in der Bahn. Da erübrigt sich jede zusätzliche Studien-Konsultation über die Mitarbeitermotivation. Burn-out, Depression und negativer Stress sind in unserer modernen Arbeitswelt weiterhin auf dem Vormarsch. In Japan gibt es sogar ein Wort für den Tod durch Überarbeitung: Karoshi. Sind wir noch zu retten? Da entwickeln wir uns weiter – vor allem auf technischer Ebene und vergessen anscheinend das Wesentlichste dabei: den Menschen. Oder haben wir einfach nur das Ziel aus den Augen verloren?



© Liu zishan/Shutterstock.com

Nur Umsatz oder auch Sinn?

Ist es das Ziel, die Zeit, in der wir arbeiten, so spannend, kreativ und sinnstiftend wie möglich zu gestalten? Oder geht es doch nur um Umsatz, Wachstum und Rendite? Der Haken an der Sache ist, wenn die Menschen im Unternehmen einen Sinn in ihrer Arbeit sehen, sind sie motivierter und engagieren sich weit mehr – was sich natürlich klar auch im Umsatz, im Wachstum und in der Rendite niederschlägt. Aber das klingt ja zu schön, um wahr zu sein. Also machen wir weiter wie bisher. Vielleicht bauen wir ein paar coole und angesagte Technik-Gadgets dazu, aber grundsätzlich ändert sich nichts.

Weil es alle so machen …

Als ob dieser Umstand nicht schon genug tragisch wäre, blenden wir im Unternehmen oft die Führungsbereiche aus, die nie wirklich funktioniert haben. Wir machen es weiter so, wie wir es einmal – vor Jahren in teuren Managementkursen – gelernt haben und beruhigen unser Gewissen mit dem Umstand, dass es ja „alle" so machen. Damit haben wir uns in einen coolen Management-Denkmuster-Filz eingelullt, sodass wir gar nicht mehr darüber nachdenken wollen, wie es anders sein könnte. „Anders? Wie denn auch. So einfach ist das nicht. Das haben

wir noch nie so gemacht.“ Denken alle so? Nein, natürlich nicht. Immer mehr Menschen machen sich Gedanken über die Zukunft, über das Leben und die Arbeit. Beides ist untrennbar miteinander verknüpft. Und in beiden Bereichen verändert die digitale Welt sehr viel.

Ein fataler Irrtum

Schaut man auf unser Arbeitsleben, könnte man glauben, dass sich einfach „nur“ die Technik durch die Automatisierung und die Digitalisierung verändert. Dass die Hauptanforderung sei, mit diesen dauernden Veränderungen umzugehen. Doch das ist ein fataler Irrtum. Die Hauptanforderung der heutigen Zeit ist es nicht, die sehr schnell veränderte Technik zu beherrschen, sondern sich trotz dieser sich sehr schnell verändernden Technik selber im Fokus zu behalten. Das klingt vielleicht im ersten Moment wie eine Banalität, ist aber eine äußerst anspruchsvolle Aufgabe. Ansonsten ist die Chance groß, dass man in einem Burn-out endet oder nach Jahren mühsamen Erfolgs „aufwacht“ und unzufrieden auf das bisher Erreichte schaut.

Zwei einfache Fakten

Was aber ist der entscheidende Grund, dass man sich in den Unternehmen verstärkt über das (Arbeits-)Leben Gedanken macht? Dazu gibt es zwei einfache Fakten: Erstens wird jemand, der seine Arbeit liebt oder zumindest mag, wesentlich bessere Arbeit abliefern und sich mehr einsetzen. Und zweitens spricht sich die Stimmung in diesem Unternehmen herum. Früher konnte man sich am Stammtisch über das Unternehmen, die schwierige Situation, die Kunden oder die mangelnden Führungsqualitäten der Chefs auslassen. Heute erreicht diese „Mund-zu-Mund-Propaganda“ eine neue Dimension: Bewertungsportale werden immer mehr genutzt und schon ein einziger sehr negativer Kommentar in der Google-Suche, kostet das Unternehmen wertvolle Aufträge. Alles wird massiv transparenter – der Digitalisierung sei dank. Es hilft also nicht mehr, in einer Hochglanzbroschüre über die Nachhaltigkeit, den perfekten Umgang mit Ressourcen, Mitarbeitern und Kunden zu schreiben. Man muss es tun. Jeden Tag. Ansonsten findet man die Lüge im Netz. Diesen Umstand erkennen immer mehr Unternehmer und überdenken damit die Art, wie sie führen.

Was uns wirklich wichtig ist

Ich glaube, folgenden Umstand haben alle bemerkt, die schon einige Jahre im Arbeitsleben stehen: Wir können Prozess-Management einführen, neue Projektorganisationsformen wie Scrum implementieren oder auch nur die Büroräume von Einzel- in Großraumbüros verändern. Wenn die Menschen dabei aber den Sinn nicht einsehen, nicht wissen, warum sie sich verändern sollen, wird das Projekt mit großer Wahrscheinlichkeit gegen die Wand gefahren. Es geht also um den Menschen. Es geht darum, zu verstehen, wie wir Menschen ticken, was wir wollen und was uns wirklich wichtig ist. Das alleine ist schon eine schwere Aufgabe. Es geht aber noch weiter: Es geht nämlich darum, nicht nur zu verstehen, sondern auch zu analysieren und zu hinterfragen, warum uns gewisse Dinge heute wichtig sind. Es geht um die Veränderung von Denkmustern, die uns schon ein Leben lang begleiten.

Wollen wir wirklich 5/7 unseres Lebens vergeuden?

Wir definieren uns heute meist über unsere berufliche Stellung. Wenn wir wissen wollen, wer jemand ist, hören wir normalerweise zuerst den Beruf, die Position und vielleicht auch noch die Anzahl Mitarbeiter, die man führt. Das bedeutet, wir definieren uns und unser Selbstwertgefühl über unseren Job. Dass laut Gallup-Studie 70 Prozent der Menschen von ihrem Job nicht begeistert sind und „Dienst nach Vorschrift“ machen, zeigt, wie viel wir uns eigentlich wirklich wert sind. Denn welcher Mensch, der sich selber viel wert ist, würde tagtäglich acht Stunden etwas tun, was ihm nicht wirklich Spaß und ihn nicht glücklich macht? Schließlich „vergeudet“ man so 5/7 seines Lebens – von Montag bis Freitag. Unbezahlbar.

Der Technik sei dank!

Jahrzehntelang haben Unternehmen versucht, Mitarbeiter zu „motivieren“. Meist (oder fast immer) ohne lang anhaltende Erfolge. Aber wie lassen sich Menschen motivieren? Die Antwort scheint einfach: Indem wir die Grundbedürfnisse erfüllen. Geld ist ein Faktor – aber (man staune) bei Weitem nicht der wichtigste. Menschen möchten Sinn erleben, in dem, was sie täglich tun. Menschen möchten „nützlich“ sein und dafür wertgeschätzt werden. Die Digitalisierung spitzt diesen Umstand noch weiter zu. Wo wir früher kreativ und selbstbestimmt arbeiten konnten, übernehmen jetzt Algorithmen und Prozesse die Führung. Zeit umzudenken? Schon lange. Doch es reicht nicht aus, so cool wie Google sein zu wollen und sich eine Tischtennisplatte oder eine Rutschbahn ins Unternehmen zu holen. Es braucht tief greifende Verhaltensänderungen, wie wir über Arbeit, über Menschen und uns selber denken. Technik sei dank! Changen wir uns also zu agilen Menschen in eine New Work – oder besser in ein New Life, aber bitte mit Sinn!

Kontakt

Stefan Dudas
suxess ag
Habsburgerstr. 23
6003 Luzern, Schweiz
Tel.: +41 41 2494848
info@stefandudas.com
www.suxess.ch

Infos zum Autor