

Fokus "Mobility"

Net(t)working ... Anytime! Anywhere!

Der Globalismus und der damit einhergehende Zwang zur Mobilität verändern Gesellschaft und Business. Damit entsteht die Plattform, für neue räumliche Umfelder und Werkzeuge. In einer Welt die Ihren Blick primär auf Selbstverwirklichung und Freiräume richtet, werden feste Verbindungen und Plätze vermieden. Im Business zwingen hoher Wettbewerbsdruck und gesättigte Märkte die Unternehmen das Outsourcing weiter voranzutreiben, um flexibler zu werden. Propagiert wurde 2002 die kleinstmögliche betriebliche Einheit, die ICH AG.

Eine scheinbar gute Basis also für Immobilienanbieter, Facility Management und Möbelindustrie, die seit Jahren mehr oder weniger passende Tools und Räume für ein „New Work“ bereit stellen. Auch die Telekoms und das Mobile-Business liefern bereits die notwendigen Netze, Technik und Software für ein „Mobile Business“. UMTS muss nicht abgewartet werden ... Dennoch, hierzulande hat man es schwer, mit der Bereitschaft zum "Umgang mit Wandel". Oft scheint es so, dass ein bekanntes Elend einem unbekanntem Glück vorgezogen wird. Das trotz aller wirtschaftlicher Depressionen und Krisen der Wandel zwangsweise kommt, zeigt der dreifache Focus auf Gesellschaft, Business und Tools.

Net(t)working ... Anytime! Anywhere! beschreibt eine "Eco of Connectivity". Wer es schafft Organisations- und Beziehungsstrukturen neu zu vernetzen, indem er hochflexible und dennoch aufeinander eingespielte "Communitys" kreiert oder ihnen angehört, hat gute Chancen den anhaltende Wandel zu bestehen und den Sprung in die "Next Economy" zu schaffen. Ja, sogar zu einer positiven Work-Life-Balance zu gelangen.

Fokus Mensch & Gesellschaft:

Eine "entgrenzte" Gesellschaft auf der Suche nach "Verbindlichkeit".

Im Vergleich zu früheren Generationen leben wir heute ohne Einschränkungen. Bis zum 11. September 2001 war es auch ein Leben ohne wirklichem Risiko. Freiheit, Erlebnis und Selbstverwirklichung sind Attribute die heute von jedermann wie -frau eingefordert werden. Um so jünger die Rufer, des so selbstbewußter und lauter.

Wir leben schnell, um nicht gar zu sagen: "Wir leben auf der Überholspur!" Wer heute Kontakte knüpfen will, der geht zum "Speeddating". Ein neuer Trend aus den USA - woher sonst - , der auf der Philosophie basiert, dass wir sowieso nach 30 Sekunden entschieden haben, ob wir jemanden mögen oder nicht. Das Procedere: Eine kleinere Gruppe trifft sich an einem gemeinsamen Ort. Die Gespräche finden jeweils zwischen zwei Personen statt und sind zeitlich strikt begrenzt. Nach genau sieben Minuten wird zum nächsten „Blind Date“ gewechselt. Flirten am Fließband sozusagen ... Wer sich wiedersehen möchte macht ein Kreuz auf ein Kärtchen. Ruck zuck, nach 1 1/2 Stunden ist alles vorbei. 11 auf einen Streich, sehr effizient, sehr schnell und ganz unverbindlich ... www.blind-date-dinner.de

Für den Einzelnen explodieren die Möglichkeiten. Sparen Sie schon mal, wenn Sie zum Weltraumtouristen werden wollen. Die ersten beiden Selbstinszenierer, denen der Bungiesprung nicht mehr reichte, um sich von räumlicher Bindung zu lösen waren schon im Weltraum, um damit zu beginnen diesen touristischen Trampelpfad für die Massen zu ebnet ...

Schnell Leben, dass wird auch durch eine Verdichtung der Zeit möglich. Am 11. September 2001 war die ganze Welt auf Sendung. So schnell, dass wir alle rechtzeitig das "Ein-treffen" des zweiten Jets miterleben durften. Es geht auch weniger zynisch, wer heute keine Wartezeiten beim Einchecken zum Flieger in Kauf nehmen will, der managet seinen Check-In eben via WAP und Internet bereits im Taxi und rauscht wie ein VIP an der "Warteschlange" vorbei. Kein Problem, funktioniert ...

Ohne Grenzen leben, dass hat bereits vor den „Harz - Vorschlägen“ zu ICH AGen geführt. Allerdings in einem ganz anderem Sinne. Laut dem Trendforscher Prof. Peter Wippermann, der diesen Begriff auf dem Trendtag 2000 in Hamburg prägte,

geht es darum, dass der Einzelnen sich als "Designer seines eigenen Lebens" versteht, mit einer Biografie die als strategisches Planspiel verstanden wird. Nasen-, Brust- und Bauch-Operation als künstlerische Gestaltungsoption inklusive. Heute muß man aufpassen, dass man die Mutter von der Tochter oder auch den Sohn vom Vater unterscheiden kann. Heute machen nicht nur Kleider Leute, sondern auch Chirurgen ...

Solche, von Wippermann definierte ICH AGen prägen eine Gesellschaft, in der Luxus und Erlebnis eine Selbstverständlichkeit ist. Das neue Auto soll nicht mehr allein aus einem schicken Verkaufsraum kommen. Heute wird die Herstellung veredelt, indem man sie in gläsernen Fabriken inszeniert und das Produkt zu einer Ikone stilisiert. Selbstverständlich "customized" nach den jeweils individuellen Vorstellungen der Käufer... Wie heißt es in einem aktuellen Werbespott: „Gut ist mir nicht gut genug!“

Eine solche Gesellschaft, voller Mobilität und Tempo, braucht die Auflösung von Strukturen. Wer sich zu sehr an etwas bindet wird langsam, der hinkt hinterher wie die Fußkranken ... Die Verbindungen und Optionen offen halten lautet die Maxime, dass mach uns schnell, das macht uns mobil und flexibel. Mobilität und Schnelligkeit, das sind Gradmesser für Freiheit und Selbstverwirklichung!

Zwei Beispiele: 1970 lag das durchschnittliche Heiratsalter von Frauen bei 22 Jahren. Nur 30 Jahre später im Jahr 2000 lag der Schnitt bei 31 Jahren. Kein Wunder, dass wir heute in Single-Metropolen mit einem Anteil von 50% Alleinstehenden leben. Wer vor 30 Jahren dreimal den Betrieb wechselte wurde beim nächsten Vorstellungsgespräch schräg angesehen. Heute ist es genau anders herum: Jobhopping dient der Karriere und Lebensoptimierung. Heute fragen wir am Telefon nicht mehr: „Wie geht es Dir?“, sondern „Wo bist Du?“...

Aber, alles hat zwei Seiten:

Der Explosion von Möglichkeiten folgt eine Implosion der Orientierung! Es entstehen gravierende Defizite für uns Alle. Wenn Ordnungssysteme wie Kirche, Staat, Familie, geografische Wurzeln und selbst die physische Realität einer globalen Notwendigkeit

nach Mobilität und der ICH AG weichen, dann kommt es zu einer Vergiftung des gesellschaftlichen Klimas.

„Wovor die Deutschen Angst haben“ lautet eine jüngst erschienene Studie der BAT-Freizeitforschung, in der mehr als die Hälfte der Bundesbürger behaupten, dass man anderen Menschen nicht trauen kann! Nicht zu unrecht, denn wem kann man noch vertrauen, wenn getrickst und geschummelt wird was das Zeug hält und der Ehrliche der Dumme ist, wie Ulrich Wickert es in seinem gleichnamigen Buch schreibt. In dieser Situation erreicht unsere Gesellschaft einen Punkt, in der neue Formen des Zusammenlebens und der Organisation entstehen, die besser mit der Notwendigkeit der Mobilität, Flexibilität und Geschwindigkeit umgehen können.

Laut den Erkenntnissen des 7 deutschen Trendtages beruhen diese neuen Gemeinschaften auf dem Prinzip des Sofortvertrauens. „Communitys“, das sind „Netzwerke“ auf freiwilliger Basis, mit dem Ziel das Leben für den Einzelnen wieder zu ent-komplexen. Solche Netze sind nicht fälschlicherweise mit „Seilschaften“ zu verwechseln, in denen bspw. eine klare Hierarchie und Rangfolge vorherrschen. Das Sofortvertrauen, aus dem die privaten Communitys entstehen, basiert auf drei wesentlichen Maximen: Der Bereitschaft sich gegenseitig aktiv und ständig zu informieren, in permanenter Verbindung zu bleiben sowie der freiwilligen Selbst-Verpflichtung auf Zeit, im Rahmen von ausgehandelten Normen im Sinne der Gemeinschaft zu handeln. Communitys bieten den Singles und Nomaden von heute Geborgenheit und Connectivity.

Im Umfeld der Communitys und mobilen Singles entstehen neue Markt-Räume. Bspw. die Coffee-Shops in denen wir uns auf unseren „Wanderungen“ treffen und entspannen, oder die wir via „Hot-Spot“ als „Log-In“ ins Internet nutzen, um virtuelle Connectivity und Net(t)working zu pflegen. Solche Orte werden als „Third Places“ verstanden, welche neben Home und neben Office gleichberechtigte Aufenthaltsräume für unseren Mix aus privatem und beruflichem Leben darstellen.

Genauso geschieht es mit den Transit-Stationen einer mobilen Gesellschaft, den Bahnhöfen, Flughäfen, Tank- und Raststätten. Ja sogar mit den Transportmitteln

selbst, die sich während der Reise in ein Office mit Zugriff auf alle Ressourcen wandeln. Für „Ad Hoc Meetings“ schnell mal Konferenzräume bei der Bahn AG mieten, dass ist seit Anfang 2002 kein Problem mehr. Im Verkehrsstau vom Auto aus E-Mails abrufen oder versenden und so die Connectivity zum Net(t)work zu halten, auch dass ist heute leicht zu realisieren.

Die in privaten Communitys vernetzten Singles und Nomaden fordern zudem eine neue Form des Marketings und der Produktpolitik. Auch hier spielt das Net(t)working eine zentrale Rolle. Die vor Selbstbewusstsein strotzenden ICH AGen entscheiden aus Ihrem Netzwerk heraus und oft sehr spontan. Produkte, Dienstleistung und Marken müssen dass berücksichtigen, indem sie Connectivity, Geborgenheit und Selbstinszenierung stützen. Das Ziel ist „Commitment“. Laut Rudi Lamprecht , Autor des Buches „Zukunft Mobile Kommunikation“, wird in Zukunft nicht mehr für Marken geworben, sondern um Marken herum werden Gemeinden gebildet. Dies ist eine neue, vierte Dimension des Marketings. Marken, Produkte und Dienste werden zum „Medium“.

Beispiele in dem Marken diesen Wandel vollziehen und Connectivity supporten finden sich bereits vielfach. So eröffnet die Brauerei Holsten für Ihre Marke Astra im Kiez-Milieu eigene Gasträume unter dem Label Herzblut. Das Produkt sollte besser inszeniert werden und St. Pauli ein Treffpunkt geboten werden, indem der herbe Charme der Reeperbahn gelebt und erlebt wird (www.herzblut.de). Denen, die sich dem „Umgang mit Wandel“ verbunden und verpflichtet fühlen bietet USM Haller die notwendigen Foren. Physisch mit dem Third Place-Konzept „byUSM“, virtuell mit einem Portal unter www.umgang-mit-wandel.de ...

Fokus Ökonomie & Office:

Flexible Net(t)works zu kreieren wird eine der zentralen Managementaufgaben für eine „Next Economy“.

Der technologische Fortschritt ist heute so dynamisch, dass bei der Umsetzung neuer Geschäftsmodelle und -prozesse die Fähigkeit zur Geschwindigkeit zu einem

wesentlichen Faktor geworden ist. Die erfolgreiche Umsetzung neuer Modelle entscheidet sich damit an der Fähigkeit und dem Willen zur Veränderung in Unternehmen. Eine Unternehmenskultur des Wandels wird ein Schlüssel zum Erfolg. Sie zählt oft mehr als das technische Know-how oder die wirtschaftliche Kraft!

Diese Anforderungen an das Innovationstempo und an die Unternehmenskultur bewirken, dass sich traditionelle Unternehmensgrenzen immer mehr auflösen. Bisherige, meist lineare Ketten und Verbindungen werden durch Wertschöpfungs-Netz-Werke ersetzt. Die Knotenpunkte dieser Netz-Werke sind Einheiten mit klar umrissenen Top-Kernkompetenzen.

So führen heute nicht allein inkrementelle Verbesserungen oder das Benchmarking zu Spitzenleistungen. Vielmehr brechen erfolgreiche Unternehmen aus ihren gewohnten Branchenmustern und -grenzen heraus und kreieren neue Märkte. Dieser Prozess ist entscheidend für den Erfolg. Nicht nur für junge Unternehmen, auch für das Gedeihen und Überleben großer Unternehmen. In vielen Bereichen werden die Wettbewerber von morgen aus ganz unterschiedlichen Branchen kommen.

Ein schönes Beispiel dafür ist der Mobile-Media-Container von FujitsuSiemens, ASB und Werner Works. Hier haben sich unterschiedlichste Kernkompetenzen vernetzt, um schnellstmöglich und in wirtschaftlicher Weise einen Marktbedarf zu bedienen. Die Produkte und Dienste müssen gar nicht bis ins Detail perfekt sein, was zählt ist allein die Schnelligkeit sich zu vernetzen um auf Chancen zu reagieren und customized zu arbeiten.

Abb. Mobile-Media Container

Diese im Zuge der Externalisierung entstehenden „Business Communitys“ erbringen, als eine Kooperationsform rechtlich und wirtschaftlich unabhängiger Firmen oder Einzelpersonen, eine Leistung auf der Basis eines gemeinsam definierten Geschäftsverständnisses. Sie wirken bei der Leistungserstellung wie ein gemeinsames Unternehmen. Wie bei den privaten Communitys basieren diese virtuellen Unternehmen auf einer Kultur des gegenseitigen „sofortigen Vertrauens“.

Sie nutzen die Optionen moderner Informations- und Kommunikations-Technologie, besitzen in der Regel kein gemeinsames juristisches und administratives Dach und zeichnen sich durch eine hohe Flexibilität aus.

Durch virtuelle und physische „Gemeinschaftsräume“ können sie sehr leicht temporäre Units für temporäre Projekte kurzfristig und effizient zusammenfügen. Business Communitys vernetzen aber nicht nur „Kernkompetenzen“ um komplexe, temporär befristete Aufgabenstellungen effizient zu bewältigen.

Indem sie allgemeine Ressourcen und Kompetenzen (Raum, Technik, Service, Marketing, Know-how, etc.) bereitstellen und es ermöglichen diese gemeinsam zu nutzen, werden Kosten gesenkt und die „Partner“ unterstützt, sich auf ihre eigentliche Kernkompetenz zu konzentrieren, um mit den dynamischen Veränderungen Schritt halten zu können (Shared Services). Die Räume bieten auch die Basis, um sich regelmäßig zu treffen, sich auszutauschen und zu inspirieren. Diese Treffen sind von zentraler Bedeutung, um den für die gute Zusammenarbeit notwendigen Sozialisierungsprozeß zu pflegen. Business Communitys brauchen diese Meetings so, wie klassische Unternehmensorganisationen die Pausenzonen und Betriebsfeste.

Durch die sehr unterschiedlichen Aufgabenstellungen in den Arbeitsprozessen besteht eine besondere Anforderung an Arbeitsräume und das Mobiliar. Leider sind die „Bilder“ zum New Work und Mobile Business oft noch sehr klischeehaft und einsilbig, ja fast dogmatisch geprägt. Dies ist wohl auch ein Ergebnis der aktuell schwierigen Situation verschiedener Branchen als Lieferanten von Tools und Services für den Businessprozess. Die wenigen wirklich guten - und Arbeitssituationen widerspiegelnden – Innovationen werden zum Teil gnadenlos „abgekupfert“ und polarisiert. Neue gesellschaftliche, wirtschaftliche und technologische Trends zu beobachten und daraus visionäre Lösungen für neue Geschäftsprozesse zu entwickeln findet selten statt.

So werden bspw. fleißig Tische und Wägelchen entwickelt die viel Platz für viele Kabel bieten. Techniken wie Bluetooth und W-LAN brauchen aber keine Kabel mehr. Wie sollten auch sonst Ad-hoc Konferenzen mittels Rollcontainern oder Tischen

funktionieren ohne Stolperfallen „nach sich zu ziehen“? Praxis-Worklabs in den neue Arbeitsprozesse und Organisationen gelebt und beobachtet werden mögen hier für die Entwickler und Anbieter von Tools eine Hilfe sein, um bessere Produkte zu kreieren, aber auch um mehr Erfahrungen mit neuen Arbeitsmodellen zu gewinnen.

Ein weiter Treiber für das Net(t)working ist der stattfindende Wandel von der Industrieproduktion zu Brainware und der damit verbundenen Auflösung hierarchischer Arbeitsorganisationen. Die Aufgabenstellungen sind heute vielfach so komplex und anspruchsvoll, dass wir uns immer mehr von der Einzelintelligenz hin zu einer Teamintelligenz bewegen. Organismus steht inzwischen vor Organisation. Um so mehr dies in bestehenden Organisationen verstanden und gelebt wird, um so mehr werden Räume, Tools und Dienste benötigt, welche diese flexiblen und vernetzten Arbeitsformen optimal unterstützen.

Bei diesem Szenario tritt auch der zunehmende Bedarf an sozialer Integrität hervor. Von Teamleitern wird zukünftig viel Kreativität und Input verlangt um den Teamprozess zu inszenieren. Ihre Fähigkeit für einen kontinuierlichen harmonischen Gesamtzustand des Organismus „Team“ zu sorgen, wird über die Qualität der Arbeitsergebnisse entscheiden.

Fokus Technik & Tools:

Net(t)working braucht „Connectivity Kits“ ...

Ob Business Community aus kleinen, selbstständigen Einheiten mit spezifischen Kernkompetenzen oder ob global agierende Unternehmen mit Units in allen Teilen dieser Welt. Es geht darum, innerhalb und außerhalb von diesen flexiblen, mobilen Organisationen in Verbindung zu bleiben. Je brüchiger die Beziehungen, je wichtiger die Anschlußfähigkeit.

Ein Beispiel: Um so mehr Handys es gibt, um so belangloser die Dialoge. Warum? Es geht um emotionale Nähe, um das soziale Bedürfnis nach Anwesenheit. Tools

und Services, welche im mobilen Alltag helfen die „Funkstille“ zu vermeiden, sorgen für Fernanwesenheit und somit für ein Gefühl der Sicherheit und Verbundenheit.

Im Business gilt: Wer erreichbar ist, ist vertrauenswürdig. Wer nicht erreichbar ist, wird gar nicht erst wahr genommen.

Ständige Connectivity sorgt zudem für einen Workflow ohne „Unterbrechung“, auch wenn dieser an unterschiedlichen Orten zu unterschiedlichen Zeiten stattfindet. Die Einbindung des Internet als „Maschine“ und „Kommunikationstool“, sowie optionale Stand-by-Offices „ent-komplexen“ unsere Arbeitsprozesse. Tote Zeit will und kann sich im Business letztendlich auch deshalb niemand mehr leisten, weil Sie zur Regeneration und für eine Work-Live-Balance benötigt wird. Net(t)working und Connectivity reaktiviert Zeitressourcen, Arbeitskultur und Arbeitszufriedenheit, um verlorenen Lebenskultur zurückzugewinnen. Produkte werden daher an ihrer Fähigkeit zur Connectivity gemessen.

Microsoft vernetzt in England bereits Parkbänke. Location Based Services (LBS) bietet dazu die Option „Bewegungssignale“ auf das Handy zu senden. Mitglieder eine Gruppe werden geortet und ihr Standort automatisch anderen Gruppenmitgliedern in der Nähe mitgeteilt. So trifft man sich dann vielleicht ad hoc und ganz real an der Parkbank, um von dort aus das nächste Projekt zu organisieren.

Keineswegs soll das Szenario vermitteln, dass es in Zukunft ausreicht, Mitarbeitern eine Parkbank als Arbeitsplatz zur Verfügung zu stellen, worüber sich vielleicht der eine oder andere Finanzchef freuen würde. Die Ausschöpfung aller New Work Ressourcen darf nicht ein Maximum an Kostenersparnis zum Ziel haben. Mobile und multifunktionale Arbeitsplätze dienen primär dazu, Prozesse und Arbeit der jeweiligen Situation entsprechend optimaler zu gestalten, nicht allein den Flächenbedarf zu reduzieren. Vier Einzelarbeitsplätze spontan zu einer Konferenzsituation neu zu „konfigurieren“ bedeuten mehr „Connectivity“ und somit ein besseres Net(t)working.

Bei aller Mobilität und Flexibilität ist es wichtig, auf Kontinuität zu achten. Je öfter

Unternehmenseinheiten verändert oder Standorte gewechselt werden, um so größer wird das Bedürfnis von Mitarbeitern, Lieferanten und Kunden nach Kontinuität. Kontinuität bedeutet Vereinfachung und damit Vertrauen. So behalten auch alte Standorte, an denen sich scheinbar wenig verändert, in Zukunft eine Bedeutung.

Hamburg, 15.09.02

Copyright: Jochem Neysters – Innovation Architect Mobile Business

Zum Autor:

Jochem H. Neysters, geb. 1955, ist geschäftsführender Gesellschafter der DN&F GmbH. Als „Innovation Architect Mobile Business“ ist er freier Dozent an der Siemens internetACADEMY und berät zum Umgang mit Wandel in Gesellschaft und Business. Mail: neysters@daybyday.de

Abb. Portrait Autor