MANDANTENBRIEF 11 / 2014

DIE NEUEN MEDIEN: FLUCH ODER SEGEN

Allein der Begriff „Neue Medien“ erfindet sich jährlich neu, denn es gab mal Zeiten, in denen Radio und TV als Neue Medien bezeichnet wurden. Und da das einzig Stetige der Wandel ist, gehört heutzutage ein Hardwareangebot in nahezu unüberschaubarer Auswahl, dazu die Software, welche immer komplexer und komplizierter statt einfacher wird, zu den Neuen Medien.

Hat man seine Handy-, Computer- und Fernsehentscheidung(en) getroffen, kann es losgehen. Sowohl im Privaten als auch im Unternehmen stehen solche Entscheidungen nahezu jährlich an. So wird die IT zum zentralen Bestandteil des Unternehmens, alles ist digital und komplett vernetzt (oder soll es demnächst werden). Jeder Mitarbeiter kann jederzeit mit Kunden und Kollegen kommunizieren und erledigt seine Arbeiten beim „hot desking“ eigentlich nebenbei. Doch auch im beruflichen Alltag – wenn die PCs ausfallen, alle Daten auf irgendwelchen Servern in der Cloud liegen – müssen wir manchmal leider feststellen, daß ein Virus, Trojaner oder so ähnlich alles lahmgelegt hat und daß das Theater beginnt: Nun dauert es, das Back-Up des Vortages einzuspielen und alles neu zu starten. Also können wir schon mal Feierabend machen, uns auf morgen konzentrieren, um dann mit neuem Elan zu starten.

Mittlerweile haben wir jedoch verlernt, persönlich miteinander zu kommunizieren – egal ob „Auge in Auge“ oder am Telefon – stattdessen wird eine Vielzahl von E-Mails gesendet und empfangen. Das zeigt sich besonders bei der jüngeren Generation, daß das Handy – auch neudeutsch Smartphone genannt – kaum nur noch zum Telefonieren genutzt wird. Vielmehr ist der „always-on“ approach das Maß aller Dinge und die 1 oder 3 GB Datenflatrate sind entscheidend, um ständig und überall zu jedem Thema „fernanwesend“ zu sein. Nun kann jeder in Echtzeit an den Erlebnissen und Informationen Anderer teilhaben. Das ist toll, wobei jedoch die Ersten sich zu fragen beginnen, wozu man ständig online sein muss.

„Multitasking“ ist das Schlagwort der Zeit. Und das, obwohl Studien beweisen, daß das ständige „20 Bälle in der Luft zu halten“ unproduktiver ist, als sich auf das Wichtigste zu konzentrieren. In der Produktion kennt man dieses Thema und versucht, Rüstzeiten (also sozusagen mentale Umschaltzeiten, bis man wieder im Thema ist) beim Produktwechsel auf der Maschine zu minimieren, denn Stillstand kostet Geld. Oder reden wir bei mentalem Stillstand eventuell sogar von Erholungszeiten? Alles eine Frage des Standpunktes.

Und all’ das in Zeiten, in denen wir Deutsche zu den Intensivnutzern von Google-Maps gehören, aber gleichzeitig eine Vielzahl an Ausblendungen beantragt haben. Es sind Zeiten, in denen „Spielregeln“ für das Internet heiß diskutiert werden - aber trotz NSA und GVU die Server von kinox.to und deren Betreiber quasi unauffindbar sind. Es sind Zeiten, in denen Gruppierungen, Unternehmen oder Staaten mehr über unsere Freunde wissen, als wir oder gar sie selbst über sich. Es sind Zeiten, in denen eine Frau Babyprospekte zugesandt bekommt, ohne daß zumindest sie selbst schon weiß, daß sie schwanger ist – dies nur, weil ihre Verhaltensweise im Netz und ihr Internetprofil eine solche Korrelation zulassen und ein Baby vorhergesagt. Es sind gleichzeitig Zeiten, in denen ich entscheide, wann ich meinen Lieblingsfilm sehen möchte, vor allem auch, wo ich ihn sehen möchte, und das sogar im Auto, Flieger oder im Park „offline“.
Doch was hat das alles mit dem Unternehmen zu tun? Ganz einfach: die TV Welt steht vor dem größten Umbruch aller Zeiten: Das Gießkannenprinzip, die „one-to-many Kommunikation“ – gerade in dem Mrd. € Werbemarkt – löst sich auf und wird ersetzt durch eine „one-to-one Kommunikation“ mit exakter Zielgruppensteuerung und –bestimmung. Ein Hoch auf die TKPs.

Man kann es Drehen und Wenden wie man will, ja, es ist (noch) nicht perfekt und es gibt noch viel zu tun, um alles noch besser zu machen. Klar, denn „viele Wege führen nach Rom“ und „Rom wurde auch nicht an einem Tag“ erbaut, aber Stillstand ist Rückschritt, also geht’s weiter im Laufrad der Technik. Schön und „geil“ ist es doch, missen möchten wir die Vorteile von Smartphone, Computer, Tablet, Internet, digitalemHD TV, Navigation, Whatsapp, Google, etc. auf gar keinen Fall mehr, weder im Beruf noch im Privaten. So entscheidet jeder für sich, ob die Neuen Medien „Fluch oder Segen“ sind.

* * *

Zur Diskussion der einen oder anderen Fragestellung stehen Ihnen die erfahrenen Berater der TMC - Gruppe jederzeit gerne zur Verfügung.

Ihre
TMC
TRUST MANAGEMENT CONSULTANTS – Gruppe