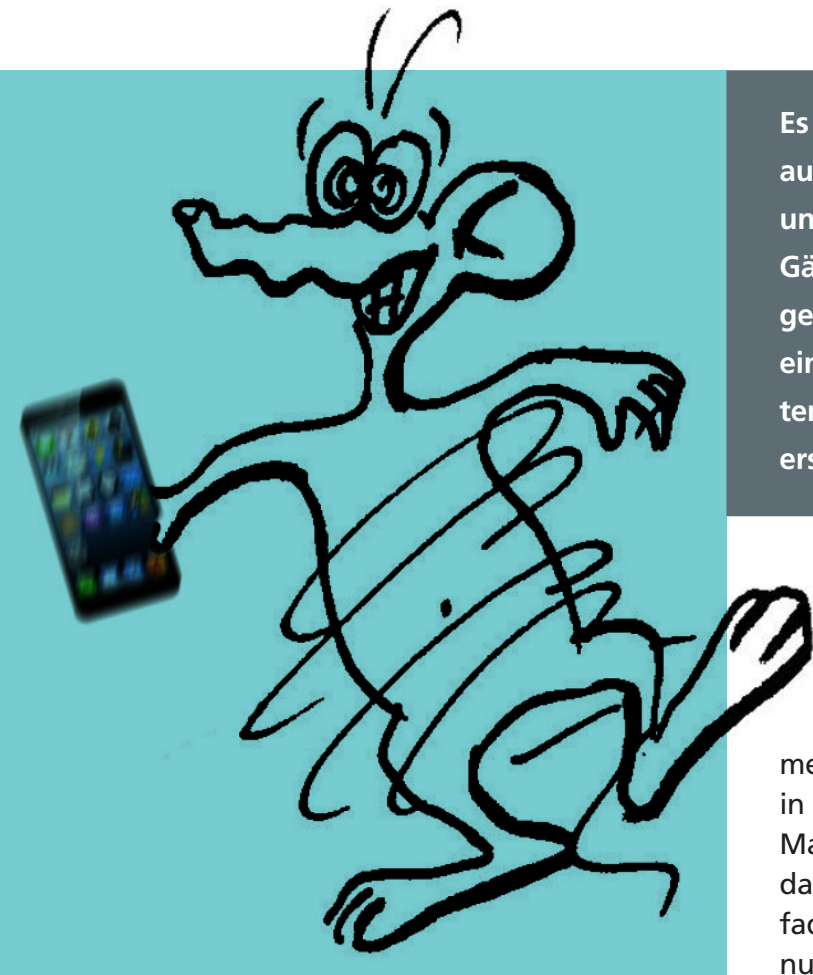


iPhone, Smart-Phone etc. - gefährlich wie eine Droge?



Es war vor ca. zwei Jahren, als mir das, worüber ich hier schreibe, das erste Mal so richtig aufgefallen ist. Wir verbrachten unseren Urlaub damals gerade im Triève und saßen vor unserem Wohnmobil bei einer guten Tasse Kaffee. Da trafen auf dem Platz neben uns neue Gäste ein. Kaum hatten sich die Türen des Wagens geöffnet und kaum war die Familie ausgestiegen, hatten alle, Vater, Mutter und zwei Töchter – ohne die neue Umgebung auch nur eines Blickes zu würdigen – kleine schwarze Kästchen in der Hand, in die sie gebannt starrten und auf denen sie von Zeit zu Zeit mit dem Zeigefinger herumwischten. Das war meine erste Begegnung mit iPhone und Co. Mein erster Eindruck über die Besitzer: süchtig!!!

Inzwischen bin ich selbst am Überlegen, ob ich mir nicht auch so etwas zulegen sollte, denn praktisch sind die Dinger ja schon. Unlängst wollte ich im Ausland meine E-Mails abrufen und setzte mich dazu in ein Internet-Café. Ich kam nicht an meine Mails, denn in der ländlichen Gegend war das Netz so langsam, dass mir der Geduldsfaden riss. „Ach“, dachte ich, „hättest du nur ein so ein Teil! – Aber vielleicht werde

ich dann süchtig? Ach was!“, denke ich dann weiter, „mit Tabak und Wein kannst du ja auch umgehen. Warum sollte es an einem unschuldigen Gerät liegen, wenn es jemand nicht handhaben kann?“

Eine weitere Begegnung der unheimlichen Art: Ich hielt ein Seminar für die Führungskräfte eines neu gewonnenen Kunden, als ich bemerkte, dass einer der Herren sein

Smart-Phone zückte und wie gebannt hinein starrte. Da denkt man sich natürlich: „Mist, der langweilt sich!“ Aber Peter Senges Aus-



führungen über die „Ladder of Interference“ haben mich gelehrt, dass dies nicht die einzige Bedeutung sein muss, die dieser Wahrnehmung unterliegt. Vielleicht wartete er auf eine wichtige Mitteilung, vielleicht stand er unter Druck seines Vorgesetzten, der von ihm etwas einforderte, das er ohne diese Information nicht liefern konnte?

Versuchen wir, uns dem Phänomen systemisch anzunähern. Es wäre sicher verfehlt, die Ursache nur bei den Individuen zu suchen, wenngleich die Unhöflichkeit dieses Managers nicht wegzudiskutieren ist. Sieht man die Akteure im Zusammenhang mit ihrem Umfeld, muss man sich bewusst machen, dass viele arbeitende Menschen unter dem Druck der permanenten Erreichbarkeit stehen. In der Folge hat man in einigen bedeutenden deutschen Firmen „rules“ im Umgang mit diesen Medien eingeführt. So wird z. B. der E-Mail-Account der Mitarbeiter von VW eine Stunde nach Dienstschluss abgeschaltet und an Feiertagen besteht „Funkverbot“. Ausnahmen müssen begründet werden.

Das ist sicherlich ein Schritt in die richtige Richtung, denn wenn ein Chef den Erwartungsdruck hoher kommunikativer Reagibilität aufbaut, kann sich ein Mitarbeiter kaum widersetzen.

Trotzdem mutet es schon etwas seltsam an, wenn Manager das gleiche Verhalten an den Tag legen, wie die Familie auf dem Campingplatz. Es ist ja nicht nur so, dass die Besitzer von iPhone und Konsorten in jeder freien Minute ihre Nasen in die Geräte stecken, sie tun das auch, wenn etwas anderes angesagt ist. Ist ihr Verhalten also doch unreflektiert, triebhaft, süchtig?

Damit komme ich wieder auf individuelle Ursachen zurück. Handelt es sich hier um blanke Neugier?

Hierzu sei mir ein kleiner Exkurs in unsere Kulturgeschichte gestattet: Im Kirchenrecht war die Neugier (curiositas) als concupiscentia rerum novarum (=Leidenschaft nach neuen Dingen) gebrandmarkt. Neugier ist aber an sich gar nichts Schlechtes. In früheren Quartalsrundschriften (Januar 2009 und Oktober 2011) habe ich erklärt, warum Neugier sogar die Quelle aller qualitativ neuen Erkenntnis ist. Allerdings hat die Medaille der Neugier auch eine negative Seite: Die Zweckfreiheit hat Ziellosigkeit zur Folge. Die alten Kirchenväter, die darauf aus waren, dass sich alles Denken und Erkennen auf Gott hin ausrichtet, haben die Neugier der „Fuga-Finis-Sünde“ zugeordnet. Fuga finis meint das Vermeiden von Zielen. In der Glaubenswelt



gab es nur ein Ziel, das es in allem zu erkennen galt: Gott.

Zu uns heute! In unserer profanen Welt, in unserer freien Gesellschaft, gibt es viele Ziele, die sich jeder frei wählen kann. Die Gefahr dabei: Die Pluralität der Ziele verkommt schnell zur Ziellosigkeit.

Das Kommunikationsverhalten der Familie auf dem Campingplatz ist genauso ziellos wie das des Managers aus meinem Seminar. Wer keine Ziele hat, bzw. sich diese nicht im-

mer wieder bewusst macht, kann nicht mehr unterscheiden, was wichtig ist. „Wichtig“ ist eine Kategorie, die immer nur auf uns und unsere Ziele bezogen ist. Zudem geht ohne Ziele der fundamentale Unterschied zwischen Daten und Informationen verloren. Informationen sind Daten mit Bedeutung für jemanden. Macht sich jemand nicht immer seine Ziel bewusst, so gibt es für ihn auch keine Informationen, er wird auf dem Meer der Daten hin- und hergetrieben. Sein persönliches Wissensmanagement ist gescheitert.

Während ich das schreibe, fällt mir ein Aphorismus von Marie von Ebner-Eschenbach ein: „Keiner ist so begierig auf Neues wie der, der das Alte noch nicht verstanden hat.“

Mich dünkt: Das erklärt Einiges an dem Umgang mit iPhone, Smart-Phone und ähnlichen Geräten, schafft aber noch keine Befreiung. Der nahe liegende Appell „Mach dir immer deine Ziele bewusst und prüfe, was dir begegnet, ob es wichtig und dringlich ist!“ ist von gleichem Kaliber wie der Appell: „Sei doch nicht so neugierig!“ Ich weiß hier auch nicht weiter. Haben Sie einen Rat? Schreiben Sie uns!

Sonst stehn wir da und sehn betroffen, der Vorhang fällt, und alle Fragen offen. ■



**MS Management-Service
Dr. Rohrbach**

Waldstr. 45
91154 Roth

Tel. 0 91 71/ 8 82 15
Fax. 0 91 71/ 8 83 17

E-Mail:
MSRohrbach@t-online.de

Wir möchten dieses Rundschreiben dazu nutzen, den Dialog mit Ihnen aufzunehmen, bzw. auszubauen. Wir freuen uns auf Ihre Fragen und Anregungen unter info@management-service-rohrbach.de !

Ihr
**MS Management-Service
Dr. Rohrbach**

Gerdt und
Susanne
Rohrbach



Haben Sie Kollegen/Freunde, die sich auch für unsere Themen interessieren? Einfach auf Weiterleiten klicken.