



# MORBUS

*Die Bedeutung von Menschlichkeit in einer digitalen Welt*

# DIGITALIS

---

*„Ich denke, dass es weltweit einen Markt für vielleicht fünf Computer gibt.“ (Thomas Watson, Chairman von IBM, 1943). – „Dieses Telefon hat zu viele Schwächen, als dass man es ernsthaft für die Kommunikation in Erwägung ziehen kann. Das Gerät ist wertlos für uns.“ (internes Memo, Western Union, 1876). – „Der Fernseher wird sich auf dem Markt nicht durchsetzen. Die Menschen werden sehr bald müde sein, jeden Abend auf eine Sperrholzkiste zu starren.“ (Darry F. Zanuck, Chef der Filmgesellschaft 20th Century Fox, 1946).*

*von Dr. Roman Szeliga*

---

Sicher haben diese Experten-Zitate Sie zum Schmunzeln gebracht. Welch aus heutiger Sicht außerordentliche Fehleinschätzungen! Für einen Großteil der Menschen in westlichen Industrienationen sind Computer, Smartphones und Fernseher inzwischen zur Selbstverständlichkeit geworden. Mehr als das: Wussten Sie, dass Sie acht Monate Ihres Lebens damit verbringen, unerwünschte E-Mails zu löschen? Dass täglich weltweit zwei Mal so viele Smartphones verkauft werden wie Babys geboren? Dass es im Jahre 2015 auf der Welt 8,5 Milliarden Handys gab – und nur 3,5 Milliarden Zahnbürsten?

„Künstliche Intelligenz“, „Big Data“, „Cloud Computing“, „Machine Learning“ – kein Unternehmen, das sich mit diesen Begriffen nicht auseinandersetzen, seine Prozesse nicht grundlegend umstrukturieren muss, um das Potenzial der Digitalisierung zu nutzen.

Mehr und mehr Arbeitsschritte werden zu diesem Ziel von Robotern übernommen, riesige Mengen von Daten gesammelt und ausgewertet. Sie sind im 21. Jahrhundert der wichtigste Rohstoff – und Algorithmen die neue Supermacht. Denn wer die gesammelten Einzeldaten systematisch analysiert und interpretiert, der kann die Bedürfnisse des Kunden so gut wie hellsehen.

Der Mensch und seine Fähigkeiten scheinen mehr und mehr in den Hintergrund zu rücken. Dabei sollten wir uns vor Augen führen, dass im Zentrum all dieser Entwicklungen der Mensch steht. Allzu oft verlieren wir aus den Augen, dass Unternehmen und Gesellschaften aus Menschen mit Gefühlen und Bedürfnissen bestehen. Das sollte einen Einfluss darauf haben, wie wir Unternehmen managen, um nachhaltig erfolgreich zu sein! →

## LANGFRISTIGE WETTBEWERBSVORTEILE DURCH EINE KOMBINATION AUS DIGITALISIERUNG UND MENSCHLICHKEIT

Wenn Unternehmen langfristig Wettbewerbsvorteile erzielen wollen, müssen die Vorteile der Digitalisierung mit unseren unnachahmlichen menschlichen Qualitäten kombiniert werden. Denn zusätzlich zu Faktenwissen braucht es Fähigkeiten wie selbstständiges Denken, Sozialkompetenz, Überzeugungskraft, Kreativität und Unternehmergeist. Das alles, um zwei Ziele zu erreichen: erstens, um eine Unternehmenskultur zu etablieren, die Mitarbeiter fordert, fördert und motiviert, das Beste für das Unternehmen zu geben. Zweitens für ein gelungenes Brand-Management, passgenauen Kundenservice und die langfristige Bindung der Kunden.

Wer treue Mitarbeiter und treue Kunden hat, ist in Zeiten der Digitalisierung mit ihren schnellleibigen Produktzyklen solide aufgestellt.

## DIE BEDEUTUNG DER MENSCHLICHKEIT IN ZEITEN DER DIGITALISIERUNG

Dank der Digitalisierung und der neugewonnenen Flexibilität, Spezialisierungsgrade und Kooperationsmöglichkeiten haben sich faszinierende Geschäftsmodelle und Produkte ergeben. Schauen wir uns nur Google, Facebook und Amazon an, deren Geschäftsmodell rein internetbasiert ist. Ich möchte der Digitalisierung nicht ihre Vorteile absprechen. Im Gegenteil – mir geht es darum, dass Unternehmen dieses Potenzial voll nutzen, indem sie es mit dem Potenzial ihrer Mitarbeiter kombinieren. Hier geht es darum, sich auf die Menschlichkeit zu besinnen – Individualität, Persönlichkeit, Leichtigkeit und auch Humor wünschen sich die Menschen mehr denn je.

## DIGITALISIERUNG UND PERSONALMANAGEMENT

In zu vielen Unternehmen geht es rein um Zahlen, Daten, Fakten. Die Botschaften, die den Mitarbeitern transportiert werden, drehen sich primär um die Fragen: Wie erhöhen wir die Umsätze? Wie straffen wir unsere Prozesse, um Kosten einzusparen? Zu wenig wird den Mitarbeitern vermittelt, dass sie die wichtigste Ressource des Unternehmens sind. Der Mensch ist ein Gefühlswesen – das sollten Personalverantwortliche nicht vergessen, wenn sie mit Mitarbeitern umgehen. Gefühle sind immer da, egal ob man sie sieht und darauf eingeht oder nicht. Daher sollte Mitarbeitern das Gefühl gegeben werden, dass sie gesehen, gehört und vor allem geschätzt werden. Eine Betriebsatmosphäre zu schaffen, die die Mitarbeiter ins Zentrum stellt und Wertschätzung vermittelt, ist keine leichte Aufgabe. Um die emotionale Atmosphäre in Unternehmen zu beeinflussen, sind nicht nur Betriebsausflüge und Weihnachtsfeiern von Belang. Es sind viele kleine Dinge im gelebten Arbeitsalltag, den Mitarbeiter, Führungskräfte und Personalverantwortliche jeden Tag miteinander gestalten, um so eine Vertrauenskultur und eine innere Haltung zu etablieren, die die Zufriedenheit der Mitarbeit in den Mittelpunkt des Handelns stellen anstatt kurzfristiger Renditemaximierung und beeindruckender Geschäftszahlen. Dies ist sicher ein Paradigmenwechsel für viele Organisationen, der jedoch unumgänglich ist. Denn nur so können Unternehmen Raum für Innovation und Kreativität schaffen, der sie letztendlich wirtschaftlich stärkt.

Um eine solche Arbeitsatmosphäre zu fördern, muss auch bereits bei der Auswahl neuer Mitarbeiter darauf geachtet werden, dass diese neben Fachwissen auch soziale Fähigkeiten, Humor und Leichtigkeit ins Unternehmen bringen. Sicherlich hat es Effizienz-Vorteile, wenn Bewerber per Online-Tests vorselektiert werden und die Einstellungsinterviews von Softwares durchgeführt und analysiert werden. Aber Unternehmen können auch in den Rekrutierungsprozess eine menschliche Note bringen, indem sie die Stellenausschreibung humorvoll formulieren. Man kann auch digital sympathisch wirken! Durch eine humorvolle Stellenausschreibung hebt sich Ihr Unternehmen von anderen ab – nicht unwesentlich, wenn sich in Zeiten des Fachkräftemangels die Bewerber aussuchen können, für wen sie arbeiten möchten. Warum also immer diese 08/15-Stellenbeschreibungen?

Auch in E-Mails und automatischen Antworten darf man gerne etwas kreativer sein und von den Standardformulierungen abweichen. Sie werden sehen – mit solch kleinen Details lässt sich der Arbeitsalltag entscheidend auflockern!

Besonders wichtig ist es, dass Sie als Führungskraft mit gutem Beispiel vorangehen. Lassen Sie Humor im Arbeitsumfeld zu und erlauben Sie sich auch mal den einen oder anderen Spaß. Sie werden sehen – es wird Sie menschlicher wirken lassen und Ihre Autorität unterstützen. Humor ist kein Ersatz, sondern die beste Ergänzung zur Kompetenz! Eine Studie von Wirtschaftswissenschaftler und HR-Experte Jac Fitz-Enz hat 110 Top-Unternehmen in den USA analysiert und kommt in seinem Buch „Renditefaktor Personal“ zu dem Schluss, dass es folgenden Unterschied zwischen durchschnittlichen und leistungsstarken Unternehmen gibt: Während durchschnittliche Unternehmen den Managementfokus auf Prozesse und Kontrollen legen, orientieren sich leistungsstarke Unternehmen an ihren Mitarbeitern. Diese Studie zeigt also: Die Fähigkeiten und Eigenschaften aller Kolleginnen und Kollegen, ihre Energie und Leidenschaft, ihr Engagement und ihr Einsatzwille, das ist der größte Schatz eines Unternehmens.

## DIGITALISIERUNG UND CUSTOMER- RELATIONSHIP- MANAGEMENT

Die Digitalisierung hat längst auch den Kundenservice in Beschlag genommen – zum Leid der Kundennähe und der Menschlichkeit. Wer als Kunde ein Anliegen hat und eine Firma zu kontaktieren versucht, hängt oft zunächst in der Warteschleife, in der ein automatisiertes Stimmband die Wartezeit zu überbrücken versucht. Das ist wenig emotional und vermittelt dem Kunden nicht das Gefühl, dass er einen individuellen Service erhält. Dabei gibt es eine einfache Regel im Verkauf: Wer sich wohl fühlt, kauft viel eher! Unternehmen sollten daher auf persönliche Bindungen setzen und so ein langfristiges Kundenverhältnis schaffen. Das ist das Paradoxe an der Digitalisierung: Die allgegenwärtige Präsenz der Technik fordert Unternehmen heraus, Empathie zu zeigen, ihren Kunden wieder ganz nah zu sein und mit ihnen zu interagieren. Durch Kundeninteraktion wird eine starke Marke geschaffen!

Wir sind einer permanenten Reizüberflutung ausgesetzt. Informationen strömen auf uns ein, müssen von uns bewertet und verarbeitet werden. Eine Vielzahl der Informationen, die auf uns einströmen, sind allerdings völlig irrelevant. 90% der kursierenden Mails sind Spam-Mails! Eine wichtige Fähigkeit im digitalen Zeitalter ist daher: **Etwas nicht lesen. Etwas nicht anklicken. Etwas nicht anschauen. Etwas ruhen lassen.**

Unternehmen sollten daher nicht nur an die Verschlan-  
kung der Prozesse als Erfolgselement glauben, sondern  
auch in die soziale, vertrauensbildende Kompetenz der Mit-  
arbeitenden investieren. Denn Geschäfte werden zwischen  
Menschen gemacht – und Vertrauen ist somit ein zentraler  
Erfolgsfaktor. Das heißt also, dass die Bemühungen und die  
Investition in eine menschliche Unternehmenskultur min-  
destens genauso wichtig sind wie jene in die Digitalisierung  
und die Verschlan-  
kung von Abläufen.

## DAS ZEITALTER DES HOMO DIGITALIS

Die Digitalisierung lässt sich aus unserem beruflichen und privaten Alltag nicht mehr wegdenken. Sie hat uns zahlreiche Vorteile gebracht und wird auch weiterhin unsere Art zu arbeiten, zu kommunizieren, zu leben verändern. Der Mensch darf bei alledem nicht in Vergessenheit geraten – die möglichen Kosteneinsparungen durch das Optimierungspotenzial digitalisierter Prozesse können noch weiter ausgebaut werden, wenn sich das Personalmanagement und die Vertriebsstrategien von Unternehmen wieder auf die einzigartigen Talente und Fähigkeiten ihrer menschlichen Mitarbeiter besinnen. Humor, Leichtigkeit, Persönlichkeit – das sind zum Glück nach wie vor Qualitäten, die uns Menschen auszeichnen und die uns keine Maschine so leicht nachmacht.

### **Dr. Roman Szeliga**

Nach seiner Ausbildung zum  
Facharzt für Innere Medizin mit  
Schwerpunkt Gastroenterologie &  
Diabetologie war Dr. Szeliga Health  
Care Director bei Johnson &  
Johnson Medical Austria. 1991  
gründete er mit Kollegen den  
Verein CliniClowns, die Ärzte des  
Lachens. Seit 2003 führt der  
kreative Mediziner die Event- und  
Kommunikationsagentur  
„Happy&Ness GmbH“ in Wien.  
Dr. Szeliga ist seit 2009 Mitglied  
der Speakers Excellence Top 100,  
wurde 2013 als Top Speaker of the  
Year ausgezeichnet, gewann 2016  
den Launeus Award und wurde  
in die Hall of Fame der German  
Speakers Association (GSA)  
aufgenommen.  
management@roman-szeliga.com  
www.roman-szeliga.com

