

# Warum die Digitalisierung mehr Menschlichkeit erfordert



«Menschlichkeit ist kein Gegensatz von Wirtschaftlichkeit, sondern ein entscheidender Teil von ihr.»

**Gerlinde Manz-Christ**, Unternehmensberaterin und Autorin des Buches «Die Kunst des sanften Siegens – Erfolgreich mit Diplomatie».

**C**rowdworking, künstliche Intelligenz oder Digitalisierung – unsere Lebens- und Arbeitswelt wird gerade revolutioniert. Wie sehr diese Entwicklungen uns auf sozialer Ebene verändern werden, ist noch nicht absehbar, aber eines steht heute schon fest: Das Arbeiten 4.0 erfordert eine neue Menschlichkeit. Denn der Kern der Wirtschaft ist und bleibt zutiefst menschlich: Sie wird vom Mensch initiiert, lebt von ihm und soll ihm gleichzeitig dienen. Menschlichkeit ist kein Gegensatz von Wirtschaftlichkeit, sondern ein entscheidender Teil von ihr. Wo Menschen sich überfordert und ohnmächtig, ausgegrenzt und austauschbar fühlen, bleiben Identifikation und Motivation auf der Strecke. Der Gallup Engagement Index 2016 hat es wieder deutlich gezeigt: Gerade einmal 15 Prozent der deutschen Arbeitnehmer weisen eine hohe emotionale Bindung zu ihrem Arbeitgeber auf, ebenso viele haben innerlich bereits gekündigt und die restlichen 70 Prozent machen Dienst nach Vorschrift, weil sie sich emotional kaum ans Unternehmen gebun-

den fühlen. Doch solange Menschen die wichtigste Ressource eines Unternehmens sind, ist Menschlichkeit ein wesentlicher Erfolgsfaktor. Das gilt insbesondere in einer Zeit, wo Unsicherheit und Ungewissheit bei Mitarbeitern wie Führungskräften wachsen, weil unsere Arbeitswelt einem rasanten Wandel unterliegt.

## Menschlichkeit lohnt sich

Menschlichkeit ist eine gemeinsame Sprache aller Kulturen. Sie bedeutet, den Menschen hinter der Rolle wahr- und anzunehmen, mit seinen besonderen Fähigkeiten, Stärken und Neigungen. Die verschiedenen natürlichen Fähigkeiten und Stärken der Einzelnen zu kennen und sie danach einzusetzen, ist ein wichtiges Werkzeug, um funktionierende Teams zu bilden und die kollektive Produktivität zu verbessern.

Wer sich wertgeschätzt und ernst genommen fühlt, und zudem eine faire Behandlung erfährt, der setzt sich doppelt so engagiert für sein Unternehmen ein wie jemand, der sich als einer von vielen Mitläufern im Hamsterrad fühlt. Ein menschliches Miteinander rechnet sich: Mitarbei-

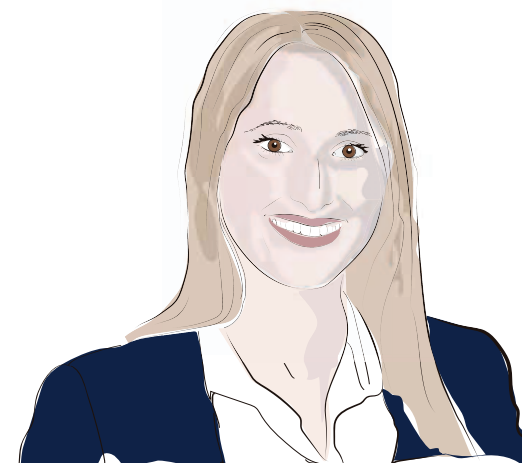
ter- und Kundenzufriedenheit wachsen, der Krankenstand hingegen sinkt. Das belegen internationale Beispiele von Firmen wie Toyota oder Sonnenhof, die Wertschätzung und Achtsamkeit zur Unternehmenskultur gemacht haben. Menschlichkeit, also ein gedeihliches Miteinander, ist auch das Erfolgsrezept der Diplomatie. Diplomaten sehen den ganzen Menschen und nicht allein die Rolle, die er in der Politik oder im Wirtschaftsleben einnimmt.

## Erfolgsrezept der Diplomatie

Diplomaten nehmen sich Zeit, um Beziehungen aufzubauen und zu pflegen. Gleichzeitig pflegen sie eine radikale Offenheit und Bereitschaft, den anderen dort abzuholen, wo er gerade steht. Nicht immer bedeutet dies, gemeinsame Wege zu gehen. Vielmehr geht es darum, wahrzunehmen, wo es Synergien, Konflikte oder auch fehlende Gemeinsamkeiten gibt – und damit respektvoll und geschickt umzugehen. Sturheit, die sich zeigt in Reaktionen wie «Das haben wir immer schon so gemacht» oder «Da hat sich noch nie jemand beschwert», führt im Umgang mit Kollegen und Kunden in die Sackgasse. Wie sollte sich jemand mit seinem Anliegen bei diesen Antworten wahr- und ernstgenommen fühlen? Ein wenig Empathie und Verständnis («Ich verstehe Ihren Standpunkt ...») reichen oft schon aus, um miteinander weiterzukommen.

Ein gutes persönliches Einvernehmen sorgt dafür, dass man auf der Sachebene schneller zu den gewünschten Ergebnissen kommt. Der zwischenmenschliche Zusammenhalt und die Bereitschaft zur gemeinsamen Suche nach Win-win-Situationen werden für uns in Zukunft angesichts der anstehenden Herausforderungen entscheidend sein. Insbesondere die Wirtschaft als Motor des Fortschritts benötigt eine neue Art des wertschätzenden Umgangs, um jenseits legitimer Eigeninteressen das Wohl aller zu befördern. Abgesehen davon täte auch unserer Gesellschaft ein respektvolleres, wohlwollenderes Miteinander wieder gut.

## KOMMENTAR



**Dorothea Alber**,  
stv. Chefredaktorin

## Die SRG dem Tod geweiht?

Für die Gegner der «No-Billag»-Initiative ist klar: Ohne Gebühren ist die SRG dem Tod geweiht. Was passiert dann mit den rund 6000 Angestellten? Kann man in so kurzer Zeit einem so grossen Medienbetrieb drei Viertel seiner Einnahmen entziehen, ohne ein grösseres Chaos anzurichten? Nein, natürlich nicht! Es ist eine Illusion zu glauben, dass die Folgen gar nicht so immens wären. Die Vorlage regelt nicht, wie es nachher weitergehen soll.

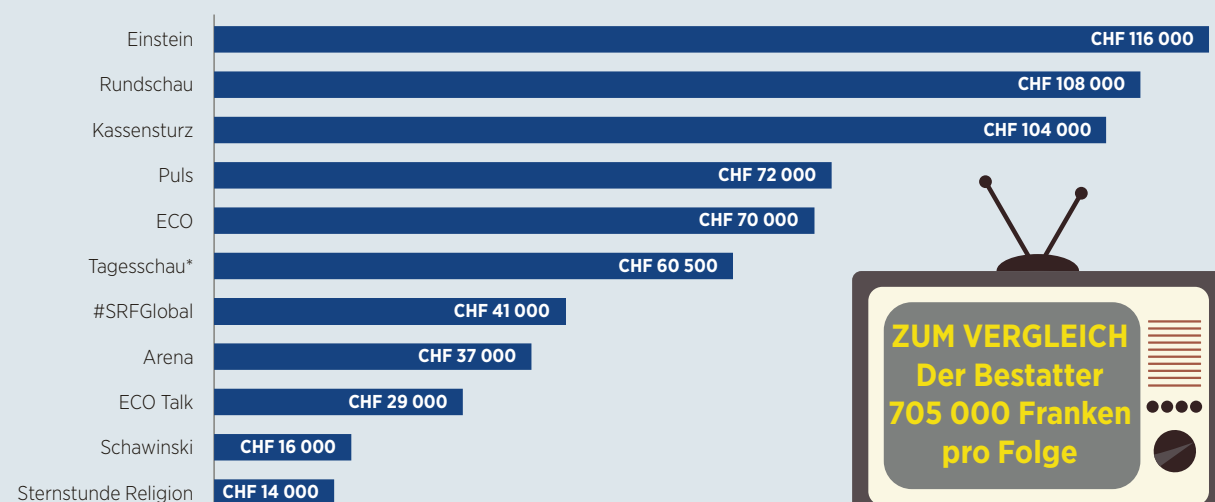
Das alleine ist schon ein triftiger Grund, dagegen zu stimmen. Es gibt zusätzlich viele Argumente, die für die SRG sprechen. Allen voran ist sie ein Werkzeug der Demokratie. Die SRG fördert Meinungsvielfalt in der Schweiz und muss daher finanziell und politisch unabhängig bleiben. Zwar mögen nun die Befürworter der Vorlage aufschreien und die Gebühren als eine Zwangssteuer als Argument ins Feld führen. Doch eine SRG, die nicht nach Quote strebt, alle Sprachregionen berücksichtigt und über alle Bevölkerungsgräben hinweg verbindet, ist wichtig – zumal Unabhängigkeit des höchste Gut ist.

Die einzige Frage ist, wie soll die SRG künftig aussehen? Ist sie zu aufgebläht? Tatsächlich ist sie in den vergangenen Jahren stark gewachsen – zu stark. Sie ist in Bereichen tätig, in welchen ein privater Markt gibt. Die SRG muss deshalb schlanker werden. Fest steht auch: Sie darf keine Einbahnstrasse bleiben. Sie muss daher stärker den Dialog suchen und ergreifen. Was wollen die Gebührenzahler sehen und hören? Wofür wird Geld ausgegeben und vor allem, wofür wird zu viel Geld ausgegeben? Die Nutzer müssen künftig stärker ins Angebot integriert werden. Diesen Schritt hat die SRG leider verpasst. Hätte man diesen Dialog in Gang gesetzt, wäre es vielleicht erst gar nicht zur Abstimmung gekommen.

[dalber@medienhaus.li](mailto:dalber@medienhaus.li)

## CHART DER WOCHE

**Sendungskosten** So viel kostet die Produktion von einzelnen SRF-Sendungen



\*Kosten pro Tag. Kosten total 2016: 22,1 Mio Franken

Wirtschaftsregional Infografik: Katharina Hasler, Quelle: SRF