

Potenzial digitaler Kommunikation für Führung 4.0

EUKO 2017 | Kommunikation und Digitalisierung | 20.10.2017

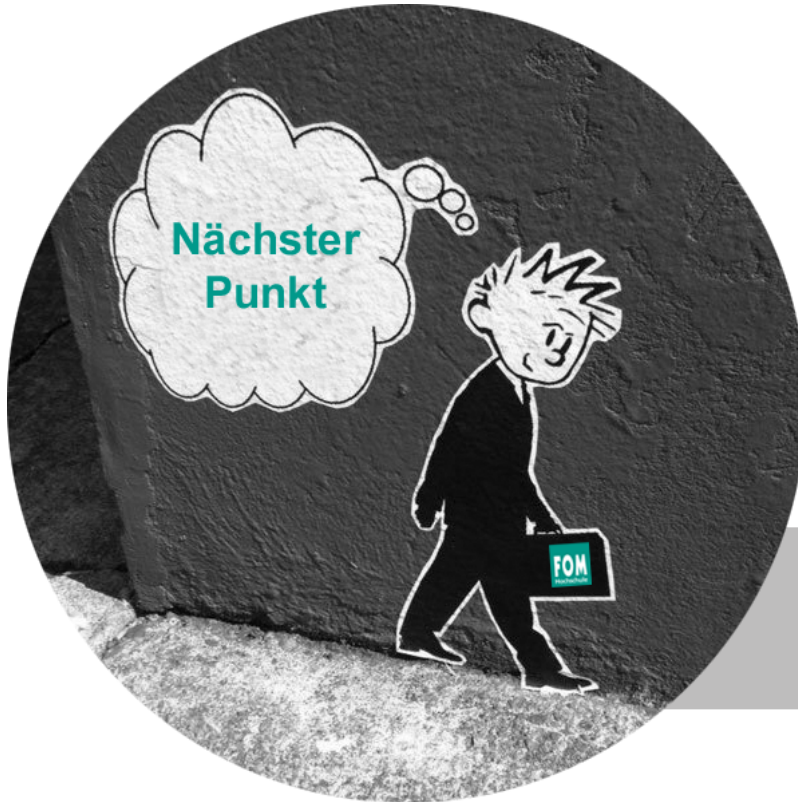
Prof. Dr. Christoph Schönfelder



Punkt 1: Zukünftige Herausforderungen:
D.U.M.P.F.-Situation

Punkt 2: Führung 4.0

Punkt 3: Potenzial digitaler Kommunikation



Zukünftige Herausforderungen:
D.U.M.P.F.-Situation



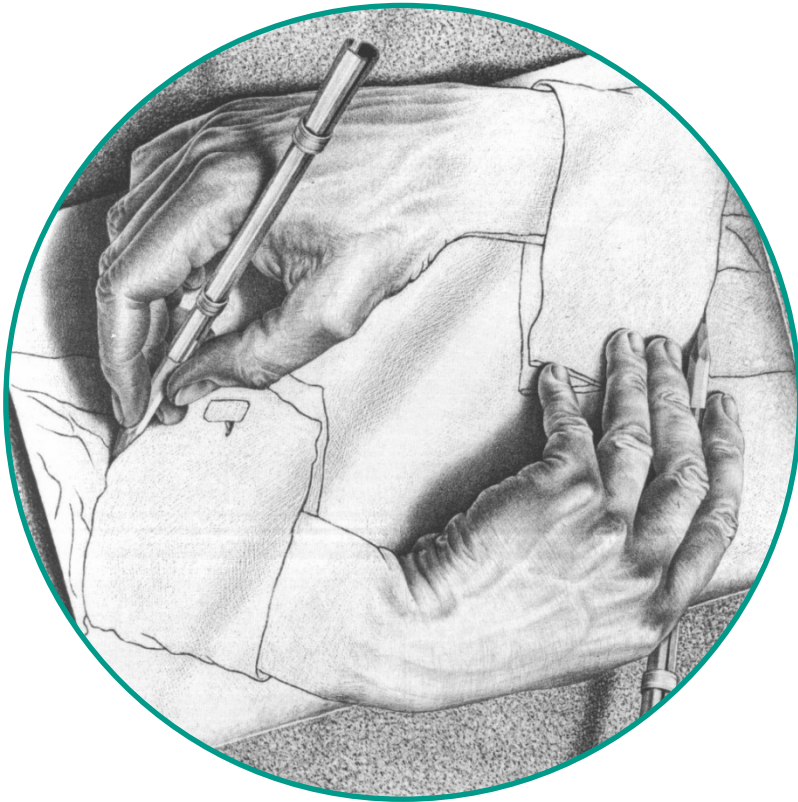


D = Dynamisierung

- Zunehmende Digitalisierung
- Erhöhung der Vernetzungsdichte
- Veränderte Struktur der Wissensumwelt

„Alles was digitalisiert werden kann, wird digitalisiert.“

„Die Welt wird nie wieder so langsam sein wie JETZT!“



U = Unternehmerische Ambidextrie

- Unternehmen benötigen die Fähigkeit, gleichzeitig **effizient und flexibel** zu agieren
 - Hohe Prozessintelligenz
 - Hohe Handlungsflexibilität



M = Mehrdeutigkeit

- Ambiguität der Faktenlage
- Falsche Interpretationen und Entscheidungen werden begünstigt
- Möglichkeit der Perspektiverweiterung im Innovationsprozess



P = Prosumentenschaft

- Auflösung der Grenzen zwischen Konsument und Produzent
- Mitarbeiter werden verstärkt zum Schöpfer eigener Produkte und Informationen
- Konsum hochindividualisierter Informationen



F = Führungstransformation

- Dynamisch vernetzte Arbeitswelt verlangt neue Führung
- Neue Kooperationsanforderungen
- Veränderte Motivationspotenziale
- Umfassende Kreativitätsmomente



→ D.U.M.P.F.-Situation wirkt
auf neue Führungsrollen



Führung 4.0



Von Hierarchie



zur Vernetzung



Von Loyalität



zur Attraktivität

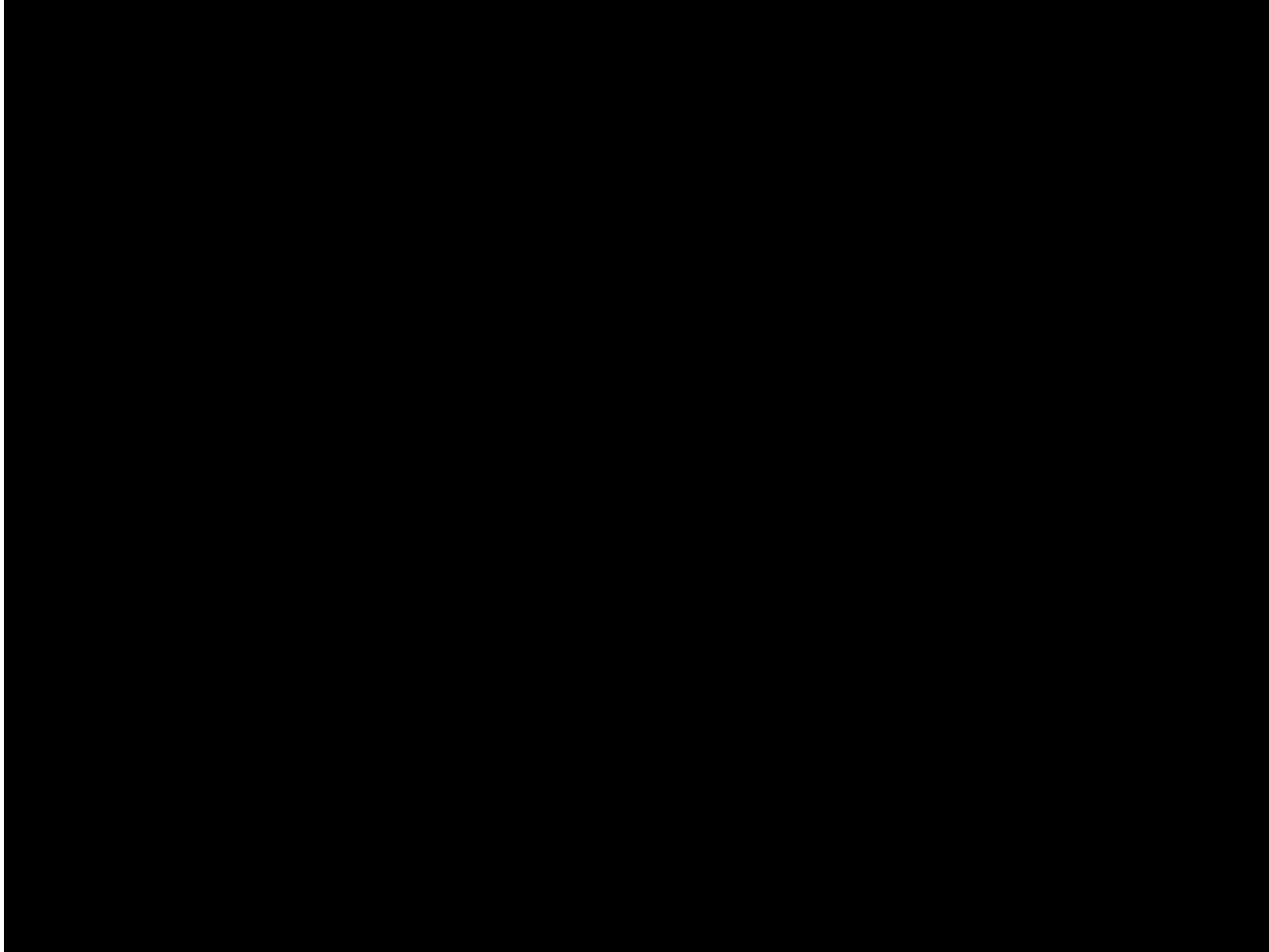


Von vertikaler



zur horizontaler Vernetzung







Rolle 1 – Führungskraft als Innovator:

- Neue Technologien
- Abnahme routinierten Handelns
- Aufweichung von Unternehmensgrenzen

→ Innovationsnotwendigkeit steigt

→ Segeln auf Sicht



Rolle 2 – Führungskraft als Vernetzer

- Aufgabe ist es, die Intelligenzen so zu vernetzen, dass ...
 - im Kollektiv optimale Synergieeffekte entstehen
 - Veränderungen verstanden werden
 - Innovationen ermöglicht werden
 - Partizipation erfahrbar wird

→ ME



Rolle 3 – Führungskraft als Sinnstifter & Motivator

- Zunehmende Mehrdeutigkeit
- Reine Vorgabe von Fakten sinkt

→ Bedürfnis nach Eigenwirkkraft und Sinnhaftigkeit

→ Handlungsorientierung im Entscheidungskontext



Rolle 4 – Führungskraft als Entwickler & Begleiter

- Mitnahme der Mitarbeiter im Wandel
- Individualisierte Maßnahmen

→ Fallspezifischer Blick

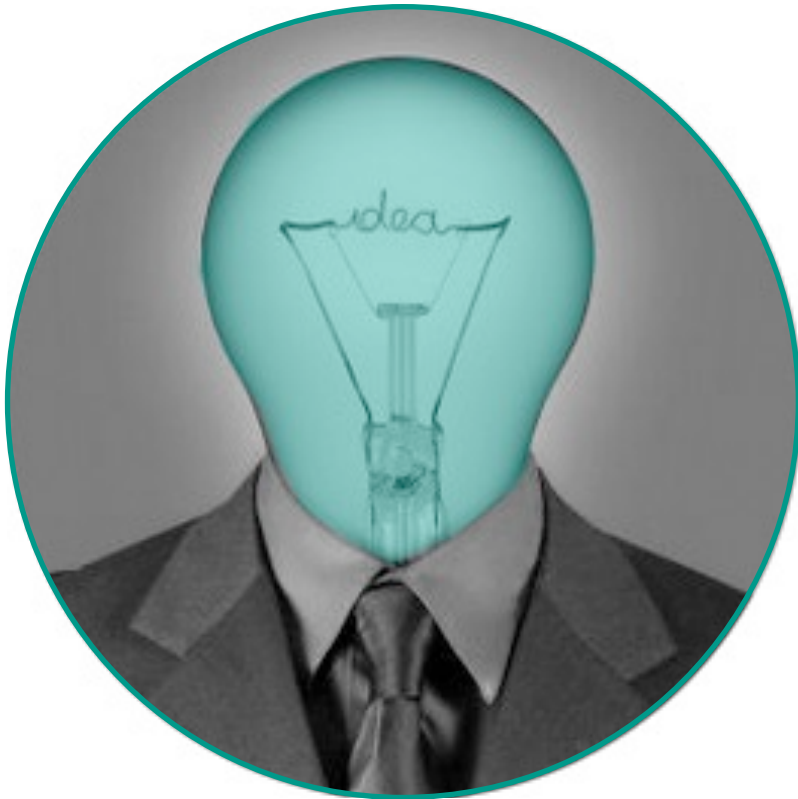
→ Eigene Entwicklungspfade



Potenzial digitaler Kommunikation



Worin liegt das Potenzial digitaler Kommunikation für Führung 4.0?



Rolle 1 – Führungskraft als Innovator:

- Nutzung von E-Collaboration-Werkzeugen (z.B. Social Software und Web 2.0)
- Initiierung von Innovationsplattformen (z.B. Crowdvoting, Crowdfunding)
- Digitale Innovationsinstrumente (z.B. webbasiertes Mindmapping)



Rolle 2 – Führungskraft als Vernetzer

- Digitale Kommunikationsplattformen (z.B. Xing, Facebook)
- Erfassung nichtlinearer Customer Journey durch digitale Rückkopplungsschleifen
- Digitales Projektmanagement (z.B. SharePoint)



Rolle 3 – Führungskraft als Sinnstifter & Motivator

- Potenziale der digitalen Arbeitgeberbewertungsplattformen (z.B. kununu)
- Social-Responsibility-Plattformen (z.B. Utopia.de, betterplace.org)
- Digitales Storytelling



Rolle 4 – Führungskraft als Entwickler & Begleiter

- Virtuelles Coaching
- Gamification in Lernprozessen
- Digitales Wissen um Kompetenzen und Haltungen (z.B. Cultural Fit Messung)



Das Potenzial digitaler
Kommunikation für Führung 4.0
ist groß





Schönfelder, Christoph (2018): Muße – Garant für unternehmerischen Erfolg: Ihr Potenzial für Führung und die Arbeitswelt 4.0. Springer: Wiesbaden

