

MedienMittwoch in Frankfurt

Mobile Working: Segen oder Fluch

HANS-GERHARD KÜHN Veröffentlicht am 05.03.2012 - 16:49 Uhr

Eine der anregendsten Diskussionen zum Mobile Working habe ich zuletzt auf dem [MedienMittwoch in Frankfurt](#) unter anderem zwischen Axel Hoehneke von Smaato, Lars Brücher betahuses Hamburg und dem Diplom-Psychologen Louis Lewitan erlebt. Organisiert hatte den MedienMittwoch einer der Macher dieser renommierten Veranstaltungsreihe, Tobias Kirchhofer, Inhaber der Digitalagentur [BlueMars](#) in Frankfurt und Partner bei der Kreativagentur [shift in Hamburg](#).

Herr Kirchhofer, was waren für Sie die wichtigsten Erkenntnisse dieser Podiumsdiskussion?



Tobias Kirchhofer: Das Netz ermöglicht immer schon neue Formen der Zusammenarbeit. Das mobile Netz erweitert jetzt den Handlungsraum. Die neuen Tools in der Cloud intensivieren die Erfahrungen für jeden der mitmacht. Die neuen Möglichkeiten werden jetzt nach und nach erobert.

Die Diskussionsrunde hat gezeigt: für viele Menschen entsteht durch die neue Flexibilität in der Arbeitswelt ein Problem. Bewusst mit der eigenen Zeit umzugehen erfordert ein hohes Maß an Freiheit, die mit viel persönlicher Verantwortung

verbunden ist. Wie Louis Lewitan gesagt hat - es geht heute darum die Kompetenz zu entwickeln, mit der neu gewonnenen Autonomität in der Arbeitswelt erfolgreich umzugehen. Das sollte auch vom Arbeitgeber durch Trainings aktiv mitgestaltet werden. Ich habe den Eindruck, für die meisten Menschen heißt Mobile Working in erster Linie ständig erreichbar zu sein und schnell auf Anforderungen reagieren zu können.

Mobile Working bedeutet für uns eigenverantwortlich zu entscheiden, an welchem Ort wir welche Arbeit mache. Das ist häufig die Entscheidung zwischen zu Hause und Firma. Kreativ arbeitende Teams suchen sich gerne auch andere inspirierende Umfelder in der Öffentlichkeit oder abseits davon. Das Netz ermöglicht es uns dann permanent erreichbar zu sein. Das ist aber nicht der einzige Zweck des mobilen Arbeitens. Das Netz ist einfach immer mit dabei. Es liegt in der Verantwortung des Einzelnen damit aufgeklärt umzugehen. Die Herausforderung für die Firmen liegt darin, dies für produktive Teamarbeit hinzukriegen. Das ist im Kern zunächst ein Kultur- und Wertethema, aber auch ein Workflow- und Planungsthema. Die Teams brauchen klare Regeln und Vereinbarungen für einfache, nachvollziehbare Abläufe und gute, flexible und immer verfügbare Tools.

Was bedeutet Mobile Working für Sie persönlich im Alltag?

Kirchhofer: Eine Befreiung. Eine Befreiung davon, nicht immer am gleichen Tisch sitzen zu müssen, wenn ich an meinen Themen arbeite. Ich kann so meine Zeit besser einteilen und gleichzeitig mit den Teams in Kontakt bleiben. Das hat bei mir eine hohe Normalität erreicht. Die Frequenz des Austauschs ist vernetzt eher moderat bis punktuell. Die Qualität der Kommunikation steigt dadurch, da die telematische Situation eine hohe

Konzentration und Fokus erfordert und alle Beteiligten zügig ein Ergebnis wollen. Außerdem verbringe ich dadurch viel mehr Zeit mit meiner Familie. Das war früher nicht so. Heute hole ich ab und an meine Tochter von der Schule ab, wir essen zusammen und dann arbeite ich zuhause weiter, während sie ihre Hausaufgaben macht. Wir bekommen so voneinander viel mehr mit.

Der "SoLoMo"-Dreiklang Social, Local, Mobile bedeutet im Kontext Mobile Working, dass 1. gemeinsames Arbeiten im Team konzentrierter und fordernder stattfindet, dass 2. der Ort an dem ich arbeite viel mehr Bedeutung hat und 3. ich auch unterwegs in Prozesse eingebunden sein kann. Insgesamt fördert Mobile Working professionelles Arbeiten.

Wohin geht die Entwicklung und welchen Nutzen wird sich für Ihre Agentur ergeben?

Kirchhofer: Als Mitarbeiter für jede Aufgabe das richtige Umfeld wählen zu können und dabei coole digital-vernetzte Werkzeuge zu nutzen, erhöht die Zufriedenheit, die Bindungsqualität und die individuelle Produktivität in der Agentur. Das zahlt auf kreative Unabhängigkeit ein, fördert neuartige Denkweisen und ermöglicht dadurch bessere Lösungen.

Gerade in den Kommunikationsbranchen werden die hochwertigen und anspruchsvollen Arbeitsumfelder immer mehr durch die Spannungsfeldern menschliche Nähe und virtuelle Präsenz geprägt. Die intensive Zusammenarbeit mit heterogenen und temporären Teams die aus mehreren Unternehmen kommen, ist heute bereits normal und wird immer mehr die Arbeitsmethoden und -konzepte beeinflussen. Wir, die Kreativen, die Technologen und die Agenturmanager leben heute vor, was viele andere Branchen bald erleben werden.