



12 Thesen für das Führen in Zeiten der Digitalisierung
CC0 Public Domain - pixabay.com
30.06.2017

Gastartikel - Barbara Liebermeister, IFIDZ

Führen im digitalen Zeitalter – 12 Thesen

Digitalisierung hin oder her: Auch künftig werden Führungskräfte Menschen – und keine Maschinen und Algorithmen – führen. Das sollten sich Führungskräfte immer wieder ins Bewusstsein rufen. Dann gelingt ihnen auch das Führen im digitalen Zeitalter.

These 1: Persönlichkeit lässt sich nicht digitalisieren!

Menschen bleiben Menschen, daran ändern die innovativsten Informations- und Kommunikationstechnologien nichts. Deshalb erfordert die zunehmende Digitalisierung sogar ein Mehr an Sozialkompetenz und Empathie in den Unternehmen – denn den Mitarbeitern fehlen in der von permanenter Veränderung und geringer Planbarkeit geprägten VUCA-Welt zunehmend der gewünschte

Halt und die benötigte Orientierung. (Anm.: VUCA steht für "volatility, uncertainty, complexity and ambiguity" und beschreibt die volatile, ungewisse, komplexe und mehrdeutige Welt; [siehe Wikipedia.](#))

These 2: Menschen können nur durch Menschen geführt werden!

Skype, iPhone & Co. vereinfachen zwar häufig unser Leben – kein Computerprogramm der Welt ersetzt jedoch agile Führungspersönlichkeiten, die für die Menschen in ihrem Umfeld Impuls- und Ideengeber sowie Motivatoren sind.

These 3: Führungskraft – lieber Menschenkenner als Fachexperte!

Führungskräfte haben immer seltener einen Wissensvorsprung vor ihren Mitarbeitern. Sie müssen auf deren Expertise (und Loyalität) vertrauen. Stattdessen wird es zu einer Kernaufgabe von Führung, Spezialisten beziehungsweise Mitarbeiter mit Spezialwissen in Teams einzubinden und deren individuelle Stärken zu fördern.

These 4: Kreativität ist nicht programmierbar!

Kreativität ist eine Voraussetzung für Innovation und eine der zentralen Fähigkeiten, die uns Menschen von Maschinen unterscheidet. "Teamspirit entwickeln", "Konflikte lösen" und "Identifikation mit dem Job schaffen" – bei diesen Aufgaben helfen nur agile Führungspersönlichkeiten und keine Nullen und Einsen.

These 5: Das Prinzip von Befehl und Gehorsam hat ausgedient!

Moderne Führungskräfte sind keine Alles-besser-Wisser – und Anweisungen wie "Tue dies oder das, dann haben wir Erfolg" sind heutzutage nicht mehr zielführend. Führungskräfte und ihre Mitarbeiter müssen sich vielmehr auf Augenhöhe begegnen und gemeinsam im Prozess ermitteln, welche Lösungen zielführend sind.

These 6: Die Antwort auf die Technisierung lautet mehr emotionale Intelligenz!

Je mehr emotions- und seelenlose Technik in den Unternehmen und ihrem Umfeld zum Einsatz kommt, umso bewusster müssen wir den persönlichen, emotionalen Umgang miteinander suchen und gestalten. Deshalb steigt die Bedeutung von emotionaler Intelligenz für den Führungserfolg.

These 7: Führung muss Orientierung, Halt und Sicherheit geben!

Je diffuser, instabiler und von Veränderung geprägter das Unternehmensumfeld ist, desto stärker sehnen sich die Mitarbeiter nach Orientierung und Halt sowie Sicherheit. Dieses Bedürfnis können letztlich nur ihre Führungskräfte befriedigen, wenn sonst alles im Umfeld "schwankt". Das setzt einen vertrauensvollen und wertschätzenden Umgang miteinander voraus.

These 8: Führung ist Beziehung – Leader aus Fleisch und Blut sind gefordert!

Sich als Chef kurz Zeit nehmen, sich zusammensetzen und Probleme und Verbesserungsvorschläge gemeinsam erörtern, ist allemal besser als eine emotionslose E-Mail zu senden – denn hierbei ist die Führungskraft (und der Mitarbeiter) nicht als Mensch erfahrbar. Körpersprache und Tonalität, Mimik und Gestik gehen verloren. Missverständnisse sind somit vorprogrammiert, die sich negativ auf die Beziehungsqualität auswirken.

These 9: Führung heißt, Menschen erreichen und Sinn stiften!

Die "digital natives" der Generation Y lassen sich durch die Aussicht auf Prestige und Status im Job kaum beeindruckend und emotional binden. Vielmehr stehen für die Leistungsträger von morgen Sinnsuche und Selbstverwirklichung im Vordergrund. Ähnlich ist dies bei den Leistungsträger von heute, die oft "digital immigrants" sind. Auch sie wollen bei Vorhaben wissen "Warum?" und fragen sich "Was bedeutet das für mich – beruflich und privat?". Gefragt sind deshalb kreative Führungsmethoden, die die individuellen, persönlichen Bedürfnisse berücksichtigen.

These 10: Empathie schafft die Erfolgsvoraussetzungen!

Sich in die Gefühlswelt des Gegenübers hineinzusetzen, ist ein enorm wichtiges Führungsinstrument. Denn wenn die Mitarbeiter positiv gestimmt sind, weil sie sich wohl und gewertschätzt fühlen, sind sie auch bereit, sich zu engagieren – und somit ist die wichtigste Voraussetzung auch für Innovation erfüllt.

These 11: Führungskräfte müssen zu einer "Marke" werden!

Führungskräfte sollten sich ihrer Werte, Überzeugungen und Stärken bewusst sein und diese kommunizieren, damit sie für ihre Mitarbeiter zu einer unverwechselbaren "Marke" werden. Denn nur wer authentisch ist und erkennbar zu seinen Werten und Überzeugungen steht, gewinnt das Vertrauen von Menschen – also auch das der Mitarbeiter.

These 12: Ohne Vernetzung läuft nichts!

1.000 Facebook-Freunde kann jeder haben (... und notfalls kaufen). Sich offline zu vernetzen ist aufwendiger, jedoch erfolgsentscheidend. Kontakte und Beziehungen können zwar online angebahnt werden, doch Vertrauen setzt persönliche Begegnung voraus. Professionelles Netzwerken erfordert das Beste aus beiden Welten.

Barbara Liebermeister leitet das Institut für Führungskultur im digitalen Zeitalter (IFIDZ), Frankfurt, das Unternehmen dabei unterstützt, ihren Mitarbeitern die Kompetenzen zu vermitteln, die sie im digitalen Zeitalter brauchen. Im April erschien im Gabal-Verlag ihr neues Buch "Digital ist egal: Mensch bleibt Mensch – Führung entscheidet".

[Zurück](#)