

WEBWELT &amp; TECHNIK E-MAIL-FLUT

## Wie sich der Informationsterror beherrschen lässt

Von Steffen Fründt | Veröffentlicht am 16.05.2009 | Lesedauer: 6 Minuten

Eine Flut von E-Mails und Powerpoint-Präsentationen gehören für viele Menschen zum Büroalltag. Doch die digitale Überdosis raubt Zeit, Geld und Ideen. Gefragt sind neue Techniken zum Umgang mit der Technik. WELT ONLINE zeigt Ihnen, wie Sie den Informationsterror in den Griff bekommen.

Über der alten Dampfbrotfabrik in Berlin-Mitte bricht die Nacht herein. In den Räumen der Werbeagentur Scholz & Friends brüten ein Texter und ein Artdirektor schon seit Stunden über einer Kampagne. Es geht um einen Millionenetat. Sie stehen kurz vor der Idee, als eine E-Mail auf dem Bildschirm erscheint: „Wer will was vom Sushimann?“ Wo gerade noch ein Werbespruch Gestalt annahm, ist in den Köpfen schlagartig nur noch das Bild von kaltem Fisch.

„Mails drohen zur Arterienverkalkung moderner Organisationen zu werden“, sagt Matthias Spaetgens, Kreativ-Geschäftsführer bei Scholz & Friends. „Wir leben von den Ideen unserer Leute. Doch die Mailflut unterbricht permanent kreative Prozesse und zerstört die Kommunikationskultur.“

News Alert. Betr. Meeting nun doch erst um halb drei. AW: Factsheet. Schaffen wir den Termin am 28.? Re:Re:Re: Geschenkidee für Gabi? Security Update II. Fwd: FYI. An alle: Wer hat meine Bärchentasse geklaut?

Das ist kein Informationsfluss. Es ist ein breiter und schnell fließender Strom, der über Berufstätige schwappt, die ihre Arbeit an einem internetfähigen Computer versehen. Ein Teil kommt von außen – es sind digitale Wurfsendungen, in denen für Potenzmittel, Reisen oder Glücksspiele geworben wird. Selbst wenn nur ein Prozent der Botschaften solche „Spammails“ sind, will der Softwarehersteller McAfee errechnet haben, entstehen einem Unternehmen mit 1000 Mitarbeitern dadurch jährlich rund 40.000 Euro Kosten.

Doch das größere Problem ist der tägliche kommunikative Overkill, für den es keine Filter gibt. Eilige Terminsachen, Sitzungsprotokolle, Rückfragen, zotige Powerpointwitze. Der Strom versiegt nie und fordert ständige Aufmerksamkeit. Wer ihn staut, steht nach dem Urlaub vor einem ganzen See, und es fließt ständig nach.

„Wenn ich auf einer Geschäftsreise in einem dieser Businessflieger sitze, komme ich mir vor wie in einer Entzugsambulanz“, sagt Spaetgens. Bereits im Landeanflug werden nervös die Smartphones gezückt, die Maschine rollt noch, da sind die ersten E-Mails überflogen. Er selbst, sagt Spaetgens, bekomme mindestens 100 Mails am Tag – und bringe es dennoch nicht übers Herz, an ihn persönlich gerichtete Nachrichten unbeantwortet zu lassen. Mailserver kennen keine Vorzimmer. Viele Manager sind zu Kommunikationsjunkies geworden, abhängig von den digitalen Werkzeugen, die eigentlich ihnen dienen sollten und nicht umgekehrt.

„Selbst Führungskräfte, die von ihren Sekretariaten sonst weitgehend abgeschirmt werden, werfen vor dem Computer plötzlich alle Hierarchien über Bord“, wundert sich der Stuttgarter Informationspsychologe Roland Mangold. Da saßen hoch bezahlte Spezialisten und bastelten stundenlang an den Schriftgrößen ihrer Powerpoint-Präsentation herum. Die Mailpostfächer seien sperrangelweit offen für Büromüll aller Art. Für Trivialitäten, die keinem Menschen eine Briefmarke wert wären, einen Mausklick aber offenbar schon.

## E-Mail-Knigge

„Manager löschen jede Woche Hunderte von Mails, die sie nie hätten bekommen dürfen“, sagt Mangold. Das sei nicht nur ineffizient genutzte Zeit; die permanente Informationsüberflutung führe auch zu Gefühlen von Überlastung und Fremdbestimmung. In immer mehr Jobs liege die zentrale Kompetenz in einem professionellen Medienmanagement, sagt Mangold.

Tatsächlich gehen Firmen zunehmend dazu über, Regeln und Techniken für den Umgang mit der Technik zu entwickeln. „Wir haben schon überlegt, den Server für drei Stunden einfach abzudrehen“, sagt Matthias Spaetgens. Das Vorhaben scheiterte schnell am Veto der Systemadministratoren. Stattdessen beschlossen die Kreativen, sich selbst strengere Regeln im Umgang mit elektronischer Kommunikation aufzuerlegen und entwarfen einen E-Mail-Knigge.

Der Schlüssel im Management der digitalen Kommunikationskanäle liegt in der Selbstbeschränkung. Das beginnt mit dem obligatorischen Morgenritual des E-Mail-Lesens, mit dem viele Bürotage beginnen. Spaetgens hingegen lässt mittlerweile sein elektronisches Postfach morgens grundsätzlich erst mal unberührt. „Sonst komme ich gleich in die Haltung des Reagierens“, sagt er und versucht stattdessen, E-Mails blockweise und nach Prioritäten zu bearbeiten. Sein Handy hat er so eingestellt, dass Mails ihn nur dann erreichen, wenn er sie selbst abruft. „Es ist mir wichtig, für alle erreichbar zu sein – aber nicht in jeder Sekunde.“

## Spielereien werden zum Fluch

Digitale Spielereien werden schnell zum Fluch, wenn sie im Übermaß eingesetzt werden. Kein Programm hat die Welt der Konferenzen so sehr geprägt wie Powerpoint. Die Präsentationssoftware wurde von Microsoft weltweit eine halbe Milliarde Mal verkauft; Schätzungen zufolge werden weltweit 30 Millionen neue Folien pro Tag erstellt. Die Quartalszahlen für die Analystenrunde, das Handlungspapier für den Vorstand. Eigentlich sollen die Darstellungen Glaubwürdigkeit untermauern. Doch tatsächlich, so formulierte es ein Präsentationsprofi, brauche man bei einer Veranstaltung heute nur ein solches Programm zu starten, und schon blicke man in geistesabwesende Gesichter.

„Clipcharts, Animationen – da gibt es nur eins: weg damit!“, sagt Peter H. Ditko, Leiter der Deutschen Rednerschule in Bonn. Bei seinen Schulungen stelle er insbesondere bei unsicheren Rednern und eher technisch ausgebildeten Menschen die Tendenz fest, sich bei Vorträgen hinter einem Sperrfeuer aus Charts und Thesenblättern zu verstecken. „Eine kurze Begrüßung, ein paar salbungsvolle Schlussworte und dazwischen jede Menge Folien – das ist das Konzept, mit dem viele Mitarbeiter insbesondere großer Unternehmen über die Lande ziehen“, beobachtet Ditko. Doch ohne einen roten Faden und Bezüge auf die Gegebenheiten vor Ort funktioniere die schönste Präsentation nicht.

Besonders schlimm ist aus Sicht von Rhetoriktrainern die Unsitte, nicht nur ausgewählte Charts an die Wand zu werfen, sondern reichlich Text, aufgegliedert in unzählige Unterpunkte. Das liest der Redner dann alles vor. „Was nicht nur unterstellt, dass die Zuhörer nicht lesen können. Es führt in der Regel dazu, dass die Tonspur hinter dem herhinkt, was die Leute gerade lesen“, sagt Ditko. Er rät deshalb zur Selbstdisziplinierung: nur alle zwei bis drei Minuten eine Folie.

Besonders in Berufen, die von kreativen Prozessen abhängen, stehen Computer zunehmend im Ruf des Ideenkillers. „Wenn Sie ein neues Projekt umsetzen, setzen sich viele Studenten zu schnell vor den Rechner“, sagt Michael Fritz, der an der Hamburger Privathochschule Alsterdamm Werbekonzeption lehrt. Viele Nachwuchsdesigner müssen bei ihm erst wieder lernen, was ein Skizzenbuch ist.

Bleistift und Papier sind laut Fritz die besten Anfangsvoraussetzungen für eine gute Webekampagne: „In dem Moment, wo Sie den Computer starten, ist Ihr Gehirn in erster Linie damit beschäftigt, eine Maschine zu bedienen. Der Kopf ist nicht mehr frei, um Ideen zu entwickeln.“ Der Umgang mit einschlägigen Grafikprogrammen sei in der Werbebranche zwar unverzichtbar. Doch gerade die besten Leute erkenne man daran, dass sie zunächst nur eines tun: nachdenken.“

Inzwischen ist selbst Microsoft dazu übergegangen, seinen Mitarbeitern die unüberlegte Anwendung der eigenen Programme abzugewöhnen. „Computer können uns die Arbeit sehr erleichtern, Programme wie Powerpoint können großartige Werkzeuge sein“, sagt Sprecher Markus Weisbrod. Doch der Computer besitze keine Kreativität. „Der erste Schritt sollte immer sein, sich mit einem Stift und einem Blatt Papier hinzusetzen und zu überlegen, was man eigentlich sagen möchte. Ganz analog.“

Lesen Sie alles Wichtige rund um Digital - im täglichen Newsletter der WELT.

Nur noch ein Schritt:

Bitte klicken Sie den Bestätigungs-Link in der E-Mail, die wir Ihnen soeben zugeschickt haben.

© WeltN24 GmbH. Alle Rechte vorbehalten.

Ein Angebot von WELT und N24.

© WeltN24 GmbH

Die WELT als ePaper: Die vollständige Ausgabe steht Ihnen bereits am Vorabend zur Verfügung – so sind Sie immer hochaktuell informiert. Weitere Informationen:  
<http://epaper.welt.de>

Der Kurz-Link dieses Artikels lautet: <https://www.welt.de/104346447>