



© Pantharmedia.net/Andriy Popov

Standards

Für Online-Meetings empfiehlt es sich, klare Richtlinien zu entwerfen und einzuhalten: Das beginnt bei der Agenda und endet beim Ziel des Treffens.

Die digitale Transformation

Wie wirkt sich Corona auf Bildung und Arbeit aus?
Die Ergebnisse einer Studie der FH Wien der WKW.

Gastkommentar

••• Von Georg Feldmann

WIEN. Das City of Vienna Competence Team for the Digitalization of Communication an der FHWien der WKW hat sich den möglichen Auswirkungen von Covid-19 auf Bildung und Arbeit gewidmet.

Dazu wurden 510 Studentinnen und Studenten befragt. Hier habe ich einige Learnings zusammengefasst.

Dialog

Über 60% der Befragten hatten mit der Krise zu kämpfen. Unser Learning in diesem Zusammenhang: In solchen Phasen sollte zeitnah die Befindlichkeit der Betroffenen abgefragt werden. Potenzielle Überlastungen müssen rasch erkannt werden, dafür ist ein regelmäßiger Dialog notwendig.

Timing

Welche Dauer ist bei Video-Conferencing und -Lehre optimal? Der „Sieger“: 90-Minuten-Dauer (31,9% Zustimmung), vor 60 Minuten (22%). Online-Meetings über zwei Stunden oder mehr sind kontraproduktiv.

Struktur

Bei Online-Meetings empfehlen sich klare Standards: Wer verschickt eine Agenda? Was ist das Ziel des Treffens? Wer moderiert was? Wann gibt es Raum für Austausch? Gibt es eine Etikette (zum Beispiel Kamerapflicht)?

Alles geht?

Alles, plötzlich, digital: Die Krise hat gezeigt – es geht! Nur: In Zukunft muss besser abgeschätzt werden, welche Prozesse jeweils welchen Aufwand mit sich bringen. „Digitale Burnouts“ müssen vermieden werden. Diese

kommen oft erst zwei bis drei Monate nach der Kernbelastung auf.

„Digital betrachtet ...“

Worauf müssen wir uns noch einstellen? Homeoffice wird auch nach der Krise zum Normalfall; ohnehin einsame Menschen werden dadurch verstärkt isoliert.

Hybride Arbeitsmodelle fordern mehr Selbstmanagement und Flexibilität, und der Kampf junger Menschen nach Job und Status wird immer schwerer. Die „Lust“ von Staaten, die eigenen Bürger zu tracken, wird steigen. Bildung wird zwangsläufig verstärkt hybrid und digital abgewickelt. Alle Geschäftsabläufe, die digitalisiert werden können, werden es auch.

Dazu kommt: Online-Shopping wird der stationären Wirtschaft noch mehr zusetzen. Aber: Eine

neue Art von Verzicht auf Unnötiges könnte bleiben.

Marken müssen echten „Purpose“ schaffen, nicht „more of the same“. Der (Online-) Kampf gegen unfaire Player wird intensiver, Bargeld wird unter Druck kommen, Überwachung dadurch einfacher werden. Die Event- und Unterhaltungsindustrie (Kinos!) bleibt unter starkem Druck – und Streaming-Services, Messenger-Apps und Social Media werden weiter wachsen.

Georg Feldmann ist Leiter des „Kompetenzteams für Digitalisierung der Kommunikationsprofessionen“ an der FHWien der WKW. Das dreiköpfige Team widmet sich seit 2019 der digitalen Transformation von Kommunikation.



© Hayas