

# Studie

## Machen die Medien uns zu Kommunikationsautisten?

In Kooperation mit



Leuphana Universität Lüneburg

## Einleitung

### Das Wort „Autismus“

Wir benutzen das Wort in unserer Studie mit dem allergrößten Respekt vor den Menschen, die an dieser Entwicklungsstörung (so betitelt von den Weltgesundheitsorganisation) leiden.

Sie wird als „...angeborener abweichender Informationsverarbeitungsmodus, der sich durch Schwächen in sozialer Interaktion und Kommunikation sowie durch stereotype Verhaltensweisen und Stärken bei Wahrnehmung, Aufmerksamkeit, Gedächtnis und Intelligenz zeigt“ beschrieben.

Um Informationsverarbeitung und die Auswirkung auf unser Verhalten geht es auch in dieser Studie. Auf diese Weise haben wir die Analogie hergeleitet.

### Zu diesem Dokument

Dies ist die Management Summary der durchgeführten Studie. Das vollständige Dokument finden Sie online unter [www.it-und-mensch.de](http://www.it-und-mensch.de).

## Was ist „Kommunikationsautismus“?

Durch die aktuelle Vielfalt an Kommunikationsmedien besteht die Gefahr der einseitigen und sehr unterschiedlichen Nutzung von Kommunikationskanälen, was im sogenannten „Kommunikationsautismus“ resultieren kann. Kommunikationskanäle sind zum Beispiel ein Telefongespräch, eine E-Mail, eine Nachricht via Messenger, eine Chat-Konversation und ähnliches. „Kommunikationsautismus“ in diesem Sinne bezeichnet einerseits die Unfähigkeit einer Person, sich auf mehrere Kanäle gleichzeitig zu konzentrieren und andererseits auch die Einschränkung, nur bestimmte Funktionen benutzen zu können, während andere verlernt werden.

Direkt auf die Kommunikation bezogen verdeutlicht sich dieses in einer Reduktion der Ausdrucksfähigkeit, in einem nur noch oberflächlich zwischenmenschlichem Kontakt und einem Defizit an sozialen Kompetenzen, die, beispielsweise in einem persönlichen Gespräch, zu einem besserem Verständnis beitragen können<sup>1</sup>. „Kommunikationsautismus“ beruht auf einem gedanklichen Konstrukt.

Die Frage, die sich zu Beginn dieser Untersuchung stellt, lautet: Können Kommunikationsmedien diese Art von Autismus bewirken?

Nach einer ausgiebigen Literaturrecherche zu Themen des Autismus<sup>2</sup>, der Vielfalt an Kommunikationskanälen und der Entwicklung der digitalen Medien allgemein wurde deutlich, dass die eingangs gestellte Frage ein so breites Themenfeld absteckt, dass sie nicht durch eine einzige Untersuchung erfasst werden kann.

Daher wurde das weitergehende Forschungsfeld auf den Bereich der wirtschaftlichen Organisation eingegrenzt und zusätzliche spezifischere Literatur betrachtet.

---

<sup>1</sup> vgl. Kielholz, 2008

<sup>2</sup> vgl. Sauty de Chalon & Schmitz, 2013

## Relevanz des Themas

Medien sind in der heutigen Zeit ein wichtiger Bestandteil der Kommunikation, sowohl im Alltag als auch im Arbeitsleben. Deshalb wird es immer wichtiger zu untersuchen, wie sich die Nutzung der Medien auf unser Kommunikationsverhalten auswirkt.

Moderne Faktoren wie neue Technologien, asynchrones Arbeiten, eine hohe Mobilität, Internationalisierung, Dezentralisierung und steigende Leistungsanforderungen beeinflussen die Kommunikationsweise in Unternehmen. Zusätzlich besteht die Möglichkeit eines Einflusses durch die verschiedenen Kommunikationskanäle und insbesondere die Art und Weise, wie sie zum Einsatz kommen. Unter anderem können das soziale Miteinander, die Unternehmenskultur, die Motivation, die Arbeitseffizienz und auch die psychische Gesundheit des Menschen beeinträchtigt werden.

Werden Menschen durch die Vielfalt an und Überflutung mit Informationen in der Fähigkeit gehemmt, sich auf Dinge zu konzentrieren, diese zu lernen oder richtig zu benutzen? Wie weitreichend sind die Folgen in Bezug auf Kompetenzen wie zum Beispiel die soziale Interaktion? Diese Fragen sind zu umfangreich, selbst, um sie ausschließlich bezogen auf den Unternehmenskontext zu beziehen. Aus diesem Grund soll mit der folgenden Untersuchung nur ein erster Schritt in diese Richtung absolviert werden.

## Management Summary

All diese Ergebnisse zeigen, dass Kommunikation, obwohl sie Bestandteil der menschlichen Grundbedürfnisse und auch im wirtschaftlichen Bereich ein ausschlaggebender Faktor ist, vor allem in Unternehmen einen Problembereich darstellt, der im Zeitalter moderner Medien bislang nicht hinreichend bewältigt werden kann.

Die Studie zeigt, dass es in 43% der Unternehmen bereits Kommunikationstrainings und in 30% der Unternehmen Leitfäden zur Kommunikation gibt. Dennoch beklagen 73% der Befragten Probleme in ihrer Kommunikation, woraus ersichtlich wird, wie defizitär dieses Thema behandelt wird.

Kommunikation ist ein wichtiger Bestandteil jeder Unternehmenskultur und sollte daher reibungslos und effektiv funktionieren. Sie ist dabei in jeder Abteilung einer Organisation einer der Kernfaktoren, der Motivation und Effizienz beeinflusst und somit eine indirekte, aber sehr elementare Rolle in Bezug auf den wirtschaftlichen Erfolg spielt.

Für Unternehmen ist es wichtig, das Thema Kommunikation aktiv aufzugreifen und als größte interne Herausforderung anzusehen. Eine richtige und menschliche Kommunikationskultur muss gelebt werden, da sie nur so von Mitarbeitern adaptiert werden kann.

Aufbauend auf der Annahme, dass der anfangs genannte „Kommunikationsautismus“ dazu führt, soziale Fähigkeiten zu verlernen, müssen gezielte Kommunikationstrainings und Teambuildings stattfinden, die einerseits den zwischenmenschlichen Kontakt und Teamzusammenhalt fördern und auf natürliche Weise in eine gesunde Bahn lenken. Andererseits soll in diesen Trainings sowohl vermittelt werden, wann welcher Kommunikationskanal passend und vor allem auf welche Art und Weise er zu gebrauchen ist. Im Hinblick auf die Medienreichhaltigkeitstheorie entscheidet darüber der Inhalt in Verbindung mit der Komplexität einer Mitteilung bzw. Aufgabe.

Wichtige Themen, die des Weiteren aufgegriffen und mit Kommunikation in Verbindung gebracht werden sollten, sind Stress, Motivation und (psychische) Gesundheit. Es muss ein Bewusstsein dafür geschaffen werden, dass das Thema Kommunikation von höchster Priorität und Relevanz für Unternehmen ist und so in den Alltag verankert wird, dass es selbstverständlich ist, in persönlichem Kontakt kommunizieren zu können.

## Fazit

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass der Einfluss von Kommunikationsmedien auf menschliches Verhalten in Unternehmen und damit den organisationalen Output noch nicht sehr umfangreich erforscht ist. Bestehende Studien konzentrieren sich vor allem auf Inhalte, jedoch nur geringfügig auf Medien und viel weniger hinterfragen sie den Zusammenhang von Technologie und menschlichem Handeln, Denken oder Fühlen. Mit der vorliegenden Studie wurde ein Versuch gestartet, das Thema greifbarer zu machen und die angesprochenen Auswirkungen operationalisiert zu messen.

Der Versuch hat gezeigt, dass das Thema von zunehmender Relevanz ist und seitens der Unternehmen gleichermaßen Probleme beschrieben und Interessen bekundet werden. Wenn auch statistisch nicht signifikant, bestehen Unterschiede in der Wirkung des Kommunikationskanals auf die Leistung eines Unternehmens und somit auf dessen Erfolg. Eine erneute Hypothesenprüfung mit größerer Stichprobe und ggf. Modellierung des Experiments abgestimmt auf spezifischere Zielgruppen kann detailliertere Ergebnisse liefern.

## Die Initiative IT und MENSCH

Noch nie hat sich Technologie so schnell entwickelt wie heute. Noch nie mussten Unternehmen so viel Aufwand betreiben, um wettbewerbsfähig zu bleiben. Die Menschen im Unternehmen werden von Veränderungen und neuen Technologien überrollt.

Steigt zwangsläufig mit dem Einsatz moderner IT die Effizienz und Leistungsfähigkeit eines Unternehmens? Nein.

Wir verstehen uns als Botschafter des Menschen! Wir „machen das Licht an“ und hinterfragen ganz direkt die Auswirkung von IT an vielen Stellen. Technologie muss für den Menschen gemacht sein, nicht umgekehrt. Wir schaffen Bewusstsein dafür, dass wir heute handeln müssen. Das Resultat sind erfolgreiche Unternehmen mit einer gesunden, sicheren und zukunftsfähigen Arbeitswelt.

Wir arbeiten mit Universitäten zusammen, zeigen Grenzen und Konfliktpotentiale auf, erstellen Studien und stellen unser Wissen den Menschen in Unternehmen zur Verfügung. Wir beobachten deshalb die technologischen Veränderungen und deren Folgen, die Unternehmen und vor allem die Menschen darin. Die Botschafter schaffen Bewusstsein durch Vorträge, moderierte Diskussionsrunden und erlebnisorientiertes Lernen.

Und warum tun wir das? Wir wollen Spannungsfelder, die die Menschen im Umgang mit der IT haben, lösen. Bei allem was wir tun, stehen dabei für uns stets Begriffe wie Effizienz, Veränderung, Gesundheitsprävention und nicht zuletzt Motivation und Freude im Fokus.

[www.it-und-mensch.de](http://www.it-und-mensch.de)

**Initiative IT und Mensch**

Tempowerkring 1  
21079 Hamburg  
E-Mail: [info@it-und-mensch.de](mailto:info@it-und-mensch.de)  
Internet: [www.it-und-mensch.de](http://www.it-und-mensch.de)  
Tel.: +49 40 790 12 - 777  
Fax: +49 40 790 12 - 401

**Contact & Cooperation Lüneburg e.V.**

Leuphana Universität Lüneburg  
FB Wirtschaftspsychologie  
Wilschenbrucher Weg 84  
21335 Lüneburg  
[Info.lueneburg@cundc.org](mailto:Info.lueneburg@cundc.org)