

MAREMBA bei SaTüR an der Universität Tübingen

Unter dem Titel "Strategische Kommunikation in elektronischen Geschäftswelten" stellten Welf Schröter (Forum Soziale Technikgestaltung, Projekt MAREMBA) und die Rhetorikerin Dr. Francesca Vidal (Universität Landau) die Idee eines neuen Forschungsvorhabens bei den "Salzburg-Tübinger Rhetorik-Gesprächen SaTüR 2010" (7./8. Mai 2010) an der Universität Tübingen vor, das sich aus den Diskussionen über das Projekt MAREMBA ergeben hat.



Die moderne Informationstechnik macht es verstärkt möglich, Geschäfts- und Arbeitsvorgänge im WWW zu erledigen. Dadurch entsteht eine neue Geschäftskultur, in der wirtschaftliche Abläufe geplant, vorbereitet, diskutiert und nachbereitet werden. Dass sich das kommunikative Handeln auf die Netzwelten ausbreitet, betrifft auch die Formen der strategischen Kommunikation, denn es entstehen immer neue virtuelle Geschäftswelten und Arbeitsumgebungen, in denen Aufträge losgelöst vom Menschen virtuell ablaufen. Aufgabe des Menschen aber bleibt es, die Richtung vorzugeben und kontrollierend die Verantwortung zu übernehmen, weshalb die Anforderungen an seine strategischen Kompetenzen steigen. Am Beispiel elektronischer Beschaffungs- und Ausschreibungsplattformen zeigen sich veränderte Kompetenzmuster im Bereich der strategischen Kommunikation. Wird die Arbeit an Softwareagenten delegiert, können diese im virtuellen Raum rechtsverbindlich handeln und übernehmen dabei auch Aufgaben aus dem Bereich der strategischen Kommunikation. Persuasionsziele werden über Agenten vermittelt kommuniziert. Dies führt etwa in elektronischen Beschaffungs- und Ausschreibungsplattformen zu einer Automatisierung medienbruchfreier Kommunikation. Die Kommunikation wird quasi entstofflicht, sie besteht aus dem gleichen Material wie die Software, die sie transportiert.

Für den Akteur wird dies zu einer neuen Herausforderung. Er muss die Formen der strategischen Kommunikation auf virtuelle Organisationsformen übertragen, muss situativ und selbstgesteuert handeln und dabei seine strategischen Ziele durch Delegation an einen Softwareagenten erreichen. Er muss also neue kommunikative Widerstände überwinden, weshalb sich die Kompetenzmuster eines in virtuellen Welten strategisch Kommunizierenden ständig wandeln. Wie plant, realisiert und evaluiert man Formen strategischer Kommunikation in elektronischen Geschäftswelten?

Näheres siehe: http://www.uni-tuebingen.de/uni/nas/Programm_SaTüR.pdf