

Office to go

Ans Büro gefesselt war plötzlich niemand mehr im auslaufenden Jahrzehnt. Mit Smartphones und Hotspots konnte man das eigene Office überall hin auslagern – und erlebte trotzdem einige Überraschungen. Lesen Sie selbst:

Blackberry überall

Ultimatives Managerspielzeug der 2000er. Ein Mann mit Blackberry – da war sich die Businesswelt einig – besaß Einfluss, Macht und Lässigkeit. Ein Blackberry machte selbst den Vertriebsleiter Südpfalz zu James Bond. Denn die elektronische Brombeere hatte alles, was Männerherzen höherschlagen ließ: ein stylisches Design, eine elegante Silhouette, ein großes Display, eine für Männerfinger geeignete Tastatur und natürlich allerlei technische Funktionen wie Web, Mail, Telefon, Instant Messaging, Kamera, Media Player, Organizer.

Ein Alleskönner im Pocketformat: Klein genug, um in

der Sakkotasche zu verschwinden, groß genug, um beim Herausholen auf den ersten Blick erkannt zu werden. Und darum ging es schließlich. Hier, so signalisierte das Handheld, war einer, der gehörte zum Club der Wichtigen. Zum Club der Auserwählten, die ihr Leben in Business Lounges verbrachten und ihr Büro in der Jackentasche mit sich herumtrugen. Leider gehörte ein Blackberryaner auch zum Club der jederzeit Erreichbaren. Zum Club derer, die immer und überall vom Chef oder von Geschäftspartnern gestört werden konnten. Plopp. Schon erschien auf dem Display wieder eine Nachricht. Push-E-Mail hieß das Zauberwort! Plopp. Plopp. Plopp. Der Blackberry-Besitzer war der ideale Angestellte, der 24/7 für seine Firma erreichbar war: Im ICE, auf dem Tennisplatz, in der Badewanne. Feierabend war gestern. Schnell mal mit dem Click Wheel gescrollt, um zu sehen, wer da wieder etwas von einem wollte ...

Vom Dauer-Scrollen holte sich manch ein Manager eine Sehnenscheidenentzündung. Blackberry-Hand

statt Tennisarm. Die Zeiten änderten sich eben. Doch solch ein kleines Zipperlein nahm man in Kauf. Zumindest hatte man jetzt die peinliche Zeit des Palms überwunden, auf dem man noch mit Griffel und umständlichem Schriffterkennungsprogramm seine Notizen eingeben musste. Der Blackberry dagegen war leicht zu bedienen. Die Tastatur funktionierte problemlos. Nur ein einziger Knopf bereitete den meisten Nutzern ein echtes Problem – der zum Ausschalten.

Hotspots – eine heiße Sache

Office to go. Die kabellosen Zugangspunkte ins Internet sorgten für ein wirklich mobiles Arbeiten – mit Anschluss zu den Kollegen im Büro und zum World Wide Web. Ab sofort waren wir weder an unseren Schreibtisch in der Firma noch an den in unserem Homeoffice gefesselt. Stattdessen saßen wir ganz lässig mit dem Notebook im Coffeeshop-Office unserer Wahl. Und da erledigten wir beim Macchiato unsere Mails, buchten beim Espresso die nächste Geschäftsreise oder bestellten beim Cappuccino über Amazon den neuesten Management-Ratgeber.

Unser Büro war plötzlich fast überall. Bei Starbucks und McDonald's, auf Flughäfen und Bahnhöfen, in Krankenhäusern und Biergärten. Und sogar im ICE. Und dies war mal ein echter Fortschritt der Deutschen Bahn. Denn so ermöglichte sie ihren Geschäftsreisenden eine moderne Form der nonverbalen Kommunikation und bewahrte deren Mitreisende vor lautem Geplapper am Handy. Denn die waren ja nicht wirklich scharf darauf, mitzukriegen, wie Herr Senfter vor dem Rollout wegen der aktuellen Sales asap Frau Stabutzke kontakten soll, weil die dazu ein Excel-Sheet angelegt hat, in dem genau stand, wie alle Stores am PoS performt hatten.

Doch leider hatte die schnelle Verbreitung der Hotspots auch Nachteile. Denn das wachsende Netz der Einwahlpunkte ließ die Ausrede nicht mehr gelten, dass man es leider nicht mehr ins Office geschafft hätte. Aber wozu auch? Das Büro brauchten wir doch sowieso nur noch, um in der Teeküche mit der netten Kollegin aus dem Marketing ein Expertengespräch über die neueste Folge von „Deutschland sucht den Superstar“ zu führen. Na ja, oder um sich in der Kantine vom Ciabatta-Panini-Muffin-Bagel-Mampf der Coffeeshops zu erholen.

Fest stand: Mit den Hotspots verschwammen Arbeit und Freizeit immer mehr. Aber wir Vertrauensarbeitszeitnehmer sahen das natürlich auch als Challenge. Um unsere Work-Life-Balance aufrechtzuerhalten, lernten wir effektives Multitasking vom Feinsten: In die Webkonferenz wählten wir uns einfach vom Waschsalon aus ein. Und so konnten wir nach 90 Minuten einen Doppelerfolg verbuchen. Nicht nur das Projekt war fertig, sondern auch noch die Wäsche. Sauber, oder?

Handy-Headset: Trendsetter

Knopf im Ohr für Autofahrer und Angeber. Zugegeben: Anfangs war der Anblick von telefonierenden Zeitgenossen ohne Handy etwas gewöhnungsbedürftig. Und nicht selten zweifelten wir die Zurechnungsfähigkeit von Menschen an, die tief in sich versunken laute Selbstgespräche zu führen schienen. Meist bemerkte man ja erst später die baumelnde Schnur, die Ohr und Sakkotasche verband.

Ganz sicher aber war von Anfang an eins: Headsets wirkten auf die Besitzer wie enorme „Ego-Booster“. Die ersten Nutzer kamen sich alle mindestens so wichtig vor wie die Bodyguards von Madonna. Ersatzweise auch wie die von Gerhard Schröder. Wer einen kleinen Lautsprecher im Ohr versteckte und wichtige Botschaften in ein Mobilmikrofon sprach, war sich seiner eigenen Wichtigkeit eben bewusst. Das dürfte so manches Selbstbehauptungs-Coaching erspart haben – und vielleicht auch die ein oder andere Viagra-Pille. Doch der anfängliche Exklusivitätscharakter ging schnell verloren. Als nicht mehr nur McKinsey-Berater und Manager verkabelt durch die Flughafengänge eilten, sondern jeder Zehntklässler mindestens ebenso lässig durch die Fußgängerzonen schlenderte, war klar: Der Trend ist angekommen.

Eine Enttäuschung ganz anderer Art erlebten die Headsetter, als sie bemerkten, dass sie die Hände beim Freitelefonieren nicht wirklich frei hatten. Denn um eine optimale Verständigung mit dem Gesprächspartner zu sichern, mussten sie das vor dem Hemdkragen baumelnde Mikrofon meist noch mit einer Hand feinjustieren. Und auch ein anderer Nachteil wurde schnell offensichtlich. Wer sein teures Handy in der Tasche versteckte, konnte damit gar keinen Eindruck schinden. Also kramte man das Teil freiwillig wieder

heraus – und hatte flugs beide Hände voll. Wer „in“ sein wollte, musste eben leiden. Oder aber er griff zu einer anderen Strategie – zu der des „Fakens“. Dazu musste er sich einfach ein weißes Freisprechset zulegen und fortan den Knopf nicht mehr aus dem Ohr nehmen. So dachte jeder Passant, dass er gerade iPod hörte. Und damit war man in den Nullerjahren definitiv sakrosankt.

Businessstrolleys machen mobil

Arbeit auf Rädern. Plötzlich sah man sie überall, die schwarzen Pilotenkoffer mit ausziehbaren Griffen: Unten waren je zwei Rollen dran, oben je ein Anzugträger. Und so rollten sie dann gemeinsam durch Bahnhofshallen, Flughafenlounges und Fußgängerzonen. Die Erfindung machte Sinn, schließlich hatte sich das papierlose Büro entgegen aller Prophezeiungen auch zu Beginn des neuen Jahrtausends noch nicht durchgesetzt. Da freute sich so mancher Geschäftsmann über ein wenig Entlastung. Denn nicht nur auf dem Münchner Flughafen konnte sich der Weg von der Bahnstation bis zum Gate ziemlich in die Länge ziehen. Und wer sein Handgepäck locker hinter sich herziehen konnte, hatte zudem auch noch die andere Hand frei fürs problemlose Balancieren eines Latte to go. Noch schwieriger als vorher gestaltete sich höchstens das Verstauen der Pilotentrolleys in den Ablagefächern der Flugzeuge. Mit den Griffen waren die Aktenumgehäuse noch sperriger als ohnehin schon. Zusätzlich verfrachtete sich so mancher Fußbodendreck auf den Rollen sicherlich nicht wirklich mit dem danebenliegenden beigefarbenen Cashmeremantel. Aber es gab schließlich immer Gewinner und Verlierer. Nur eine Frage blieb offen: Warum stählten Manager ihre Muskeln im Fitness-Studio, wenn sie das Ergebnis ihrer Arbeit nicht unter Beweis stellen konnten? Nun ja: Vermutlich stellten sie es ja unter Beweis – bloß nicht auf den Gängen des Münchner Flughafens, sondern an den Stränden von Ibiza.

Self Check-in

Männer und Technik. Die Bordkarten per Tastatur oder Touchscreen brachten auch Vielflieger anfangs ein bisschen ins Schwimmen. Selbstverständlich waren sie per se für alle technischen Neuerungen offen, ganz

klar. Schließlich galt es, den Innovationsstandort D mit vollen Kräften zu unterstützen! Doch andererseits selber ausdrucken – und das noch vor der ersten Tasse Kaffee? Das schien doch eine etwas unterschätzte Task zu sein. Was war, wenn man sich vertippte und statt auf seinem Stammplatz 2A auf 23E endete? Und wie funktionierte das, wenn man neben seinem Kunden sitzen wollte? Oder – noch wichtiger – möglichst weit weg von ihm? So ganz ohne weibliche Hilfe einzuchecken, war nicht gerade die Traumvorstellung vom Start in den Tag. Da konnte man die freundlichen Ladys am Schalter echt vermissen – zumal sich mit ihnen der Morgen auch immer schon mit einem kleinen Flirt beginnen ließ. Wie gut, dass man die Self-Check-in-Automaten aber schon Ende der Nuller umgehen konnte. Da durfte dann die Sekretärin online einchecken, oder man machte es selber mit dem Handy. Mit dem konnte man sich wenigstens aus.

Frequent Traveller

Aber so ganz allein vor einer Bordkartenmaschine – mit vollen Händen und ohne Zeit? Glücklicherweise kannten die Fluggesellschaften die Bedenken ihrer Frequent Traveller und HONs. Daher stellten sie kurzerhand neben die Self-Check-in-Geräte nett anzusehende Damen, die gern behilflich waren. Mit dieser Zusatzausstattung fing der Tag dann doch gut an! Zumindest, wenn man nur mit Handgepäck unterwegs war. Denn die Schlange am Baggage-Drop-off war zuweilen länger als die beim klassischen Check-in. Aber egal. Zumindest hatte man die erste Herausforderung des Tages schon mit Bravour bestanden. Da blieb dann sogar noch Zeit für einen schnellen Espresso vor der Sicherheitskontrolle. Oder auch nicht. Denn die Schlange bei Käfer oder Leysieffer ließ nichts Gutes ahnen. Und Espresso-Automaten zum Selbstaufbrühen waren weit und breit nicht in Sicht.

J.M.G.

Literatur-Tipp

Judith-Maria Gillies: Unsere Nullerjahre. Das Jahrzehnt der Bagels, Blogs und Billigflieger. Eichborn 2009, 200 Texthäppchen über die Moden und Macken des Jahrzehnts, 224 Seiten.