

Welten verknüpfen

Arbeitseffizienz und neue Medien im Büro

| DANIEL MARKGRAF | Gestiegene Kommunikationsanforderungen, insbesondere durch die zunehmende Präsenz von E-Mail, Instant Messengern und anderen sozialen Netzwerken, beanspruchen im Büroalltag immer mehr Raum und können zu Zeitfressern werden. Aber auch ineffektive Strukturen in der Arbeitsorganisation können dazu führen, dass nur wenig Zeit für produktives Arbeiten bleibt.

Im Sommer 2013 wurde durch die AKAD Hochschule in Leipzig in Zusammenarbeit mit der tempus GmbH die größte Online-Befragung im deutschsprachigen Raum zu Arbeitseffizienz und neuen Medien im Büro durchgeführt.

Ausgangspunkt ist die Annahme, dass das Internet im Alltag der deutschen Unternehmen angekommen ist. Mit einer Verbreitung in mehr als 85 Prozent aller deutschen Unternehmen ist dessen Nutzung mittlerweile eher Regelfall als Ausnahme im Arbeitsverhältnis. Entsprechend zeichnen sich aktuell verschiedene Megatrends für die

Arbeitsumwelt ab, die auf Internettechnologien basieren. Einer davon ist die Nutzung und der Umgang mit den neuen Medien. Die neuen Medien beeinflussen nicht nur unser privates Leben, sondern bestimmen in immer mehr Bereichen auch Abläufe in unserem beruflichen Leben, die Grenzen zwischen privatem und beruflichem Leben verschwimmen. Die neuen Medien verändern unsere Art zu leben, zu kommunizieren und zu arbeiten. In einem ersten Ausblick auf die Ergebnisse kann nicht nur gesagt werden, dass die Arbeitnehmer mehr arbeiten als sie müssten, sondern dass sie

durch die neuen Medien auch immer öfter außerhalb ihrer Arbeitszeit erreichbar sind.

Die vorliegende Studie befasst sich mit den Herausforderungen, die sich aus den geänderten technischen und kommunikativen Anforderungen an aktuelle Arbeitsverhältnisse ergeben. Ziel der Studie ist es, die Arbeitsbelastung durch die allgemeine Arbeitsorganisation und den täglichen Umgang mit den neuen Medien zu erfassen und Optimierungsmöglichkeiten aufzuzeigen.

Neben dem Umgang mit dem Medium E-Mail wurden Informationen zu Instant Messengern und sozialen Netzwerken in der Untersuchung erfasst. Während davon auszugehen ist, dass E-Mails mittlerweile in nahezu allen Unternehmen genutzt werden, finden Instant Messaging und soziale Netzwerke ihren Weg in die Unternehmen erst noch.

Vorgehensweise

Die Zielstellungen wurden auf explorativem Weg bearbeitet. Gearbeitet wurde mit Annahmen über die Arbeitsorganisation und deren Beeinflussung. Die Zielgruppe für die Erhebung bildeten Arbeitnehmer und Angestellte in einem festen Beschäftigungsverhältnis sowie angestellte Führungskräfte und Selbstständige.

Zur Erhebung der Informationen wurde ein Fragebogen genutzt, welcher neben grundlegenden demographischen Informationen zur Person und dem Unternehmen Inhalte zu nachfolgenden drei Bereichen erfasste:

- Allgemeine Arbeitssituation
- Arbeitsfluss und Arbeitsorganisation
- Einsatz von E-Mails und sozialen Medien in der Arbeitsumgebung

Ergebnisse

Grundlage für die Aussagen zur Arbeitssituation und -organisation ist die vertragliche

Wochenarbeitszeit. Diese liegt im vorliegenden Datensatz bei durchschnittlich 38 Stunden. Mit einem Anteil von 45 Prozent haben die meisten Arbeitnehmer allerdings eine vertragliche Wochenarbeitszeit von 40 Stunden. Darüber hinaus arbeiten 85 Prozent der Befragten mehr als in ihrem Arbeitsvertrag vereinbart. Im Schnitt werden ca. sechs Überstunden pro Woche geleistet.

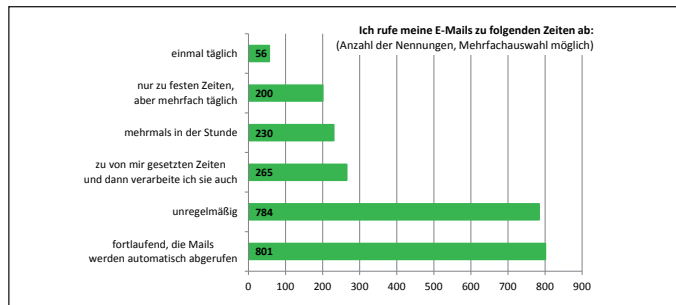
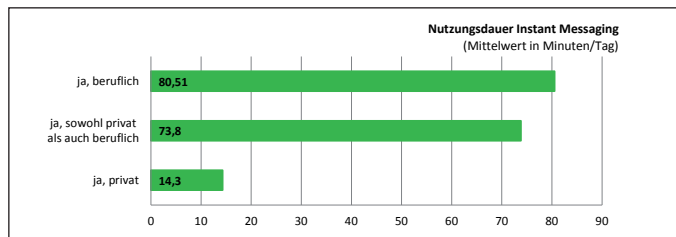
Erstes Kommunikationsinstrument mit Einfluss auf die Arbeitsorganisation sind Besprechungen. Erfasst wurde der Anteil der Arbeitszeit, den die Teilnehmer in Besprechungen verbringen. In den wenigsten Fällen werden Besprechungen Teil der Stellenbeschreibung der Mitarbeiter sein, sodass sie zum einen als Unterbrechung der eigentlichen Tätigkeit gesehen werden können, zum anderen aber auch als Mittel zum Zweck, um die eigentliche Tätigkeit effektiver zu gestalten. Anhand der Daten zeigt sich, dass der Bedarf an Abstimmung und die Dauer der Entscheidungsfindung mit zunehmender Unternehmensgröße steigt. Beträgt der Anteil von Besprechungen an der Arbeitszeit bei Kleinstunternehmen noch 15 Prozent, so sind es in Großunternehmen 23,5 Prozent. Als Mittel zur Abstimmung kommt den Besprechungen somit eine hohe Bedeutung zu. Eine zusätzliche Belastung ergibt sich durch Besprechungen laut den Teilnehmern der Studie nicht, sodass sie nach wie vor als gutes Mittel zur Kommunikation, Abstimmung und Entscheidungsfindung gesehen werden können.

Ebenso gehören mittlerweile permanente Anpassungen, neue Aufgabenfelder und Dinge, die vormals als Ablenkung wahrgenommen wurden, immer stärker zum Arbeitsalltag. Entsprechend ordnen die Teilnehmer weniger als 15 Prozent ihrer Ar-



AUTOR

Daniel Markgraf ist Professor für Marketing, Innovations- und Gründungsmanagement an der AKAD University.



beitszeit als Verschwendung durch Ablenkung ein. Bei mehr als der Hälfte der Teilnehmer liegt dieser Wert sogar unter zehn Prozent.

E-Mails

Den Übergang von klassischen zu sozialen (neuen) Medien bildet die E-Mail. Zum einen ist sie eindeutig den elektronischen Medien zuzuordnen. Andererseits ist sie so verbreitet in den Unternehmen, dass es sich mittlerweile um ein klassisches Kommunikationsmedium handelt. Im Schnitt erhalten die Befragten 36 Mails am Tag, was sich mit den Ergebnissen vorangegangener Untersuchungen deckt. Mit der Bearbeitung dieser E-Mails verbringen zwei Drittel der Befragten bis zu zwei Stunden am Tag. Der überwiegende Teil der Befragten würde allerdings gern weniger Zeit mit der Bearbeitung von E-Mails verbringen. Vor dem Hintergrund der Anzahl und dem damit verbundenen Arbeitsaufwand kommt dem E-Mail-Management eine vergleichsweise hohe Bedeutung zu, das von den Probanden unterschiedlich gehandhabt wird.

Es zeigen sich Unterschiede in der Informationsweise über neu eingegangene Mails (bspw. Pop-Up, Sound oder keine Information) sowie im Umgang mit Ordner-

strukturen. Ein gezielter und strukturierter Umgang mit der Information über neue E-Mails ist vor allem vor dem Hintergrund einer konzentrierten Arbeit wichtig. Nach jeder Ablenkung benötigt man ca. 15 Minuten, um sich wieder konzentriert seiner vorherigen Aufgabe zu widmen.

Bei den erfassten Arbeitsbelastungen wurde die E-Mail aber auch nicht übermäßig stark als Einflussfaktor genannt, so dass davon auszugehen ist, dass die fortlaufende Bearbeitung von E-Mails mittlerweile Bestandteil des normalen Arbeitsablaufes vieler Teilnehmer ist oder die von den Teilnehmern genannten Maßnahmen Wirkung zeigen. 43,7 Prozent der Befragten nutzen Instant Messenger und über 60 Prozent nutzen soziale Netzwerke. Unterschieden wird bei der Nutzung dieser Medien zwischen beruflicher, privater und sowohl beruflicher als auch privater Nutzung, wobei die kombinierte Nutzung überwiegt. Im Rahmen der vorliegenden Untersuchung zeigt sich eine wesentlich ausgeprägtere Nutzung der Dienste im beruflichen Umfeld als in vorangegangenen Studien. Andererseits zeigt sich, dass eine gezielte Nutzung in der Unternehmenskommunikation noch nicht

erfolgt. Vielmehr scheint der Einsatz nutzergetrieben zu sein, wie der hohe Anteil an privater und gemischter Nutzung zeigt.

Herausforderung

Während die Verwendung von E-Mails in Unternehmen bereits seit Jahren etabliert ist, halten neue Kommunikationsmöglichkeiten wie soziale Netzwerke und Instant-Messenger gerade erst Einzug in die Unternehmen. Das zeigt sich zum einen in der geringeren Nutzung und zum anderen daran, dass die Teilnehmer die neuen Medien noch nicht endgültig in ihren Arbeitsalltag einordnen können. Allerdings zeigt die vorliegende Untersuchung bereits eine intensivere Nutzung der sozialen Medien als in vorangegangenen Studien. Während Ipsos für Microsoft noch eine Nutzung von 12 Prozent bei Instant Messengern und 6 Prozent bei sozialen Netzwerken stellt, liegt die Nutzung in der vorliegenden Studie bei 44 Prozent respektive 60 Prozent. Allerdings wird hierbei die Nutzung im beruflichen Umfeld erfasst und nicht die unternehmerische Nutzung. So fallen hierunter auch private Nutzungen im beruflichen Umfeld. So wird auch deutlich, welches Potenzial in

den Unternehmen aktuell ungenutzt bleibt. Folgt man den Ergebnissen der Microsoft Studie, gehen 37 Prozent der Befragten davon aus, dass sich ihre Produktivität durch Social Tools verbessern würde. 27 Prozent geben an, dass sie ihre Arbeit besser erledigen könnten.

In der vorliegenden Untersuchung zeigt sich allerdings ein weniger eindeutiges Bild. Befragte die bereits mit diesen Instrumenten arbeiten, sammeln an vielen Stellen noch Erfahrungen. Sie sind weder effizienzsteigernd noch belastend. Die Studie zeigt aber auch, dass sie bewährte Werkzeuge wie E-Mail oder Telefon nicht von heute auf morgen ablösen. Vielmehr werden sie sich gegenseitig ergänzen. Zukünftig gilt es daher, die verschiedenen Welten kreativ zu verknüpfen und damit die Arbeitsbelastung für die Mitarbeiter zu senken und die Effektivität des Gesamtsystems zu erhöhen. Ebenfalls gilt es, eine weitere Herausforderung zu meistern: die neuen Medien erhöhen die Erwartung der permanenten Erreichbarkeit schürt. Bereits jetzt antworten 84 Prozent der Befragten, dass sie manchmal das Gefühl haben, bereits viel gearbeitet zu haben, aber es immer noch nicht ausreicht.

LITERATURTIPPS

Markgraf, D. (2013). **Arbeitswelten im Wandel. Auswirkungen von etablierten Kommunikationsmitteln und sozialen Medien auf die Effizienz modernen Arbeitens.** <http://blog.akad.de/index.php/allgemein/neue-studie-belegt-nur-drei-von-fuenf-arbeitstagen-sind-effizient/>

Ipsos/Microsoft. (19. Mai 2013). **Mitarbeiter fordern stärkeren Einsatz von Social Tools im Unternehmen.** Abgerufen am 12. September 2013 von <http://www.microsoft.com/de-de/news/pressemitteilung.aspx?id=533768>

Kempf, D. (16. April 2013). **BITKOM-Studie 2013: Arbeiten in der Digitalen Welt.** Abgerufen am 15. September 2013 von http://www.bitkom.org/files/documents/BITKOM_Praesentation_PK_Arbeiten_im_digitalen_Zeitalter_16_04_2013.pdf