



# **DIGITALE MEDIEN IM ARBEITSALLTAG?**

## **EIN MEINUNGSBILD IN MITTELSTÄNDISCHEN UNTERNEHMEN**

## ZUSAMMENFASSUNG

In einer explorativen Studie des Instituts für Performance Management wurden 46 Führungskräfte und Mitarbeitende aus dem Mittelstand zu ihrem Interesse an der Nutzung neuer digitalen Informations- und Kommunikationsmedien im Arbeitsalltag befragt. Die Befragten schätzen sich als technisch versiert ein und sind zu großen Teilen offen für neue Technologien, unabhängig von Geschlecht oder Alter. Weiterhin wird deutlich, dass die Potentiale verschiedener Funktionen digitaler Medien durchaus unterschiedlich bewertet werden. Erfolgskritisch ist daher die sorgfältige Auswahl passender Medien und Funktionen anhand der individuellen Bedarfe des einzelnen Unternehmens.

## WORUM GEHT ES? – HINTERGRUND DER STUDIE

Um die Herausforderungen und Potentiale des Megatrends Digitalisierung für die Personalführung zu erörtern, wurde im Januar 2015 die Arbeitsgruppe „Führung mit digitalen Medien“ gegründet, bestehend aus acht mittelständischen Unternehmen und Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern der Leuphana. Von Februar bis April 2015 wurden im Rahmen von drei Arbeitsgruppentreffen digitale Medien und Tools zur Mitarbeiterführung und Arbeitsorganisation vorgestellt, erprobt und hinsichtlich ihrer praktischen Einsatzmöglichkeiten im mittelständischen Betrieb diskutiert. Aus der Gruppe heraus entstand die Frage nach den konkreten Wünschen und Vorstellungen von Mitarbeitenden und Führungskräften zum Einsatz digitaler Medien im Arbeitsalltag. Um in dieser Frage zu fundierten Erkenntnissen zu gelangen und eine zusätzliche Entscheidungsgrundlage für künftige Digitalisierungsprozesse zu gewinnen, wurde im Mai 2015 eine Befragung in den teilnehmenden Unternehmen und weiteren Unternehmen aus dem Konvergenzgebiet des Innovations-Inkubators durchgeführt.

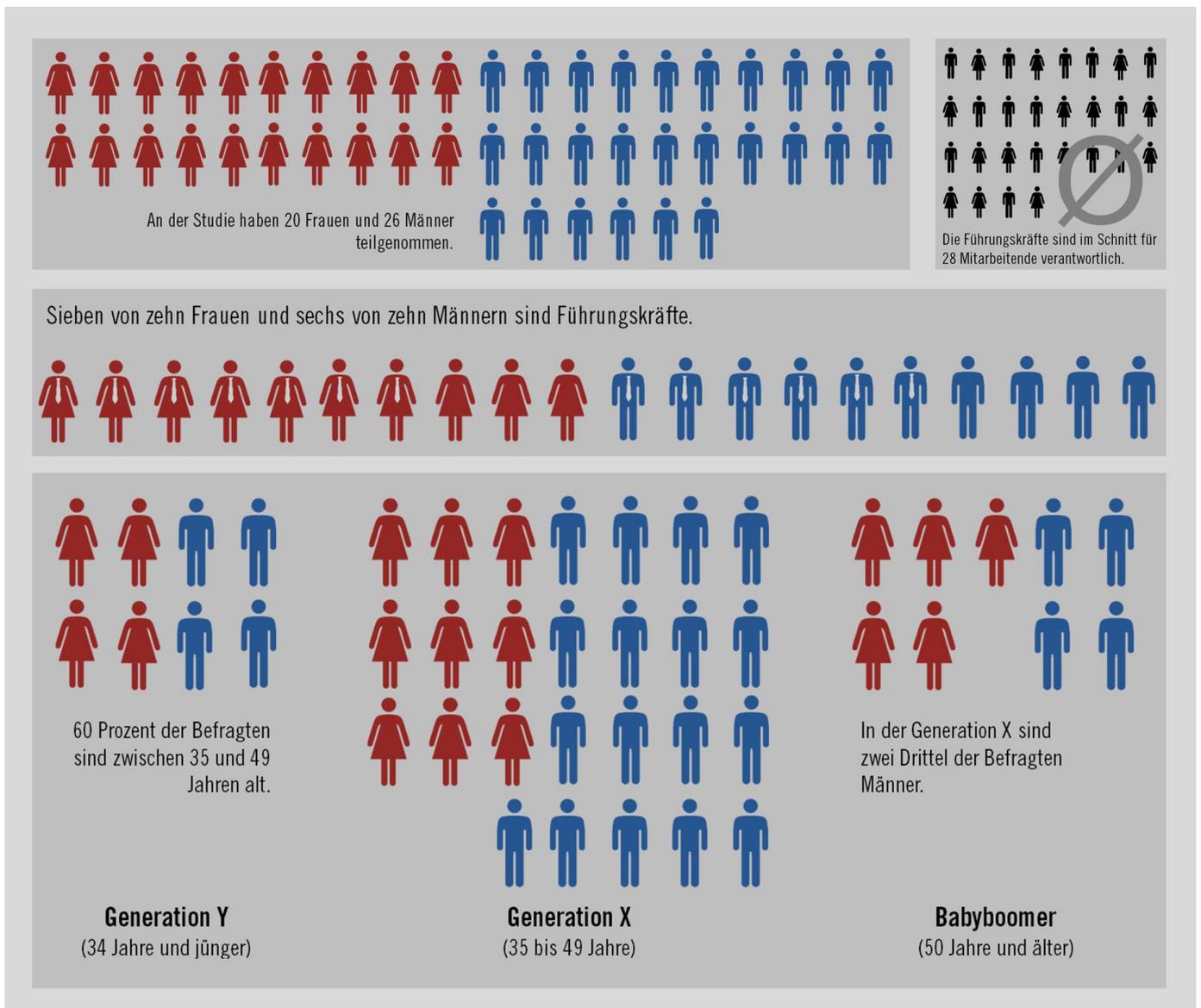


Abbildung 1: Stichprobe der Studie (n=46)

## WER WURDE BEFRAGT? – DIE STICHPROBE

Insgesamt haben sich 46 Personen an der Befragung beteiligt (vgl. Abb. 1). Eine größere Anzahl von Führungskräften und Mitarbeitern wurde jeweils bei der Deerberg GmbH, der Industriebedarf Niemann-Laes GmbH und der v. Stern'schen Druckerei GmbH & Co. befragt. Von den Befragten sind 43 Prozent Frauen, 64 Prozent haben eine Führungsverantwortung für durchschnittlich 28 Mitarbeitende. Sechs von zehn Befragten sind zwischen 35 und 49 Jahren alt und gehören damit der Generation X an. Jeweils Zwei von zehn sind älter (Babyboomer) bzw. jünger (Generation Y). Die Befragten sind in unterschiedlichen Arbeitsbereichen tätig. Besonders häufig sind dabei die Bereiche Organisation / Disposition, Service / Kundendienst, Vertriebs / Marketing und Einkauf vertreten. Was die berufliche Position betrifft, sind die Befragten zu jeweils etwa einem Drittel Fachangestellte, herausgehobene Fachkräfte und Arbeitnehmer in leitender Stellung.

## **FÄHIGKEITEN, EINSTELLUNGEN UND ERFAHRUNGEN IM UMGANG MIT DIGITALEN MEDIEN – ERGEBNISSE**

Insgesamt schätzen die Befragten ihre computerbezogenen Fähigkeiten als hoch ein. Fast 90 Prozent geben an, gut oder sehr gut mit Computern umgehen zu können, beim Umgang mit dem Internet sind es immerhin noch drei von vier Befragten. Das Alter und das Geschlecht spielen dabei keine Rolle.

Was die Haltung gegenüber digitalen Technologien bei der Arbeit betrifft, liegen die Meinungen weiter auseinander. Der Aussage „Computer machen unser Leben besser“ stimmen noch 60 Prozent der Befragten zu. „Computer verbessern die Kommunikation zwischen Menschen“ wird dagegen nur von jedem Dritten bejaht. Dennoch sind für mehr als 90 Prozent Computer „notwendige Werkzeuge für die Arbeit und das Lernen“.

Der häufige Einsatz von digitalen Kommunikationsmitteln ist im Rahmen der Arbeit etwas stärker verbreitet (70 Prozent) als in der Freizeit (60 Prozent). Bei der Arbeit werden dafür jedoch fast ausschließlich E-Mails genutzt. Nur 18 Prozent der Befragten geben an, öfter auch andere digitale Kommunikationsformen zu nutzen. Dabei ist mit 47 Prozent etwa die Hälfte der Befragten durchaus offen für den Einsatz anderer Medien.

## **DIE POTENTIALE DIGITALER FUNKTIONEN FÜR DIE EIGENE ARBEIT – ERGEBNISSE**

Um zu erfahren, welche Funktionen digitaler Kommunikationsmedien für den Arbeitsalltag als sinnvoll beurteilt werden, wurde den Befragten im Rahmen der Studie eine Liste von Funktionen vorgeschlagen, die dem Bereich „collaboration and social features“ der Software LIFERAY (<http://www.liferay.com>), einem der Marktführer im Bereich digitaler Mitarbeiterportale, entsprechen.

Insgesamt werden viele digitale Funktionen von den Befragten als sinnvoll eingeschätzt (vgl. Abb. 2). Besonders gut schneiden dabei Kalenderfunktionen, spezifische Newsletter bzw. Ankündigungen oder Warnungen für unterschiedliche Bereiche und eine interne Wissensdatenbank oder Wikipedia ab. Ein etwas geringeres aber immer noch erkennbares Potential wird der digitalen Verwaltung von Arbeitsaufgaben und gemeinsamen Message Boards / Diskussionsforen auf verschiedenen Ebenen eingeräumt. Wenig Sinn sehen die Befragten dagegen in digitalen Blogs. Auch ein Punktesystem zur Bewertung von fremden Beiträgen schneidet schlecht ab.

Bei der Unterscheidung der Befragten nach unterschiedlichen Merkmalen wie Unternehmenszugehörigkeit, Alter und Geschlecht, zeigen sich einige Besonderheiten (vgl. Abb. 3). Unter den befragten Unternehmen sticht UN3 durch ein durchgehend geringeres Interesse an beinahe allen digitalen Funktionen hervor. Große Unterschiede zwischen Männern und Frauen zeigen sich nicht, nur die Möglichkeit einer Bewertung und Kommentierung von Artikeln/Einträgen in der Wissensdatenbank ist Frauen eindeutig wichtiger als Männern. Die Altersgruppe der Befragten spielt ebenfalls eine Rolle. Hier fällt besonders auf, dass die jüngere Generation Y (bis 35 Jahre) zahlreiche Funktionen viel kritischer bewertet als die Älteren. So werden etwa Blogs für einzelne Mitarbeiter, Teams oder Abteilungen insgesamt nicht für sehr sinnvoll gehalten, genießen bei den jüngeren Befragten unter 35 Jahren aber ein sehr viel schlechteres Image als bei den Älteren. Weiterhin fällt auf, dass die Mitarbeiter der Generation Babyboomer (50 Jahre und älter) für viele Funktionen ein geringeres Interesse aufbringen als die beiden jüngeren Gruppen. Führungskräfte sehen insgesamt in vielen Funktionen mehr Sinn als die Befragten ohne Führungsverantwortung. So haben sie etwa ein deutlich größeres Interesse an Message Boards / Diskussionsforen auf Team- oder Abteilungsebene. Insgesamt fällt der Bewertungstrend zwischen den Funktionen bei allen Gruppen allerdings sehr ähnlich aus.

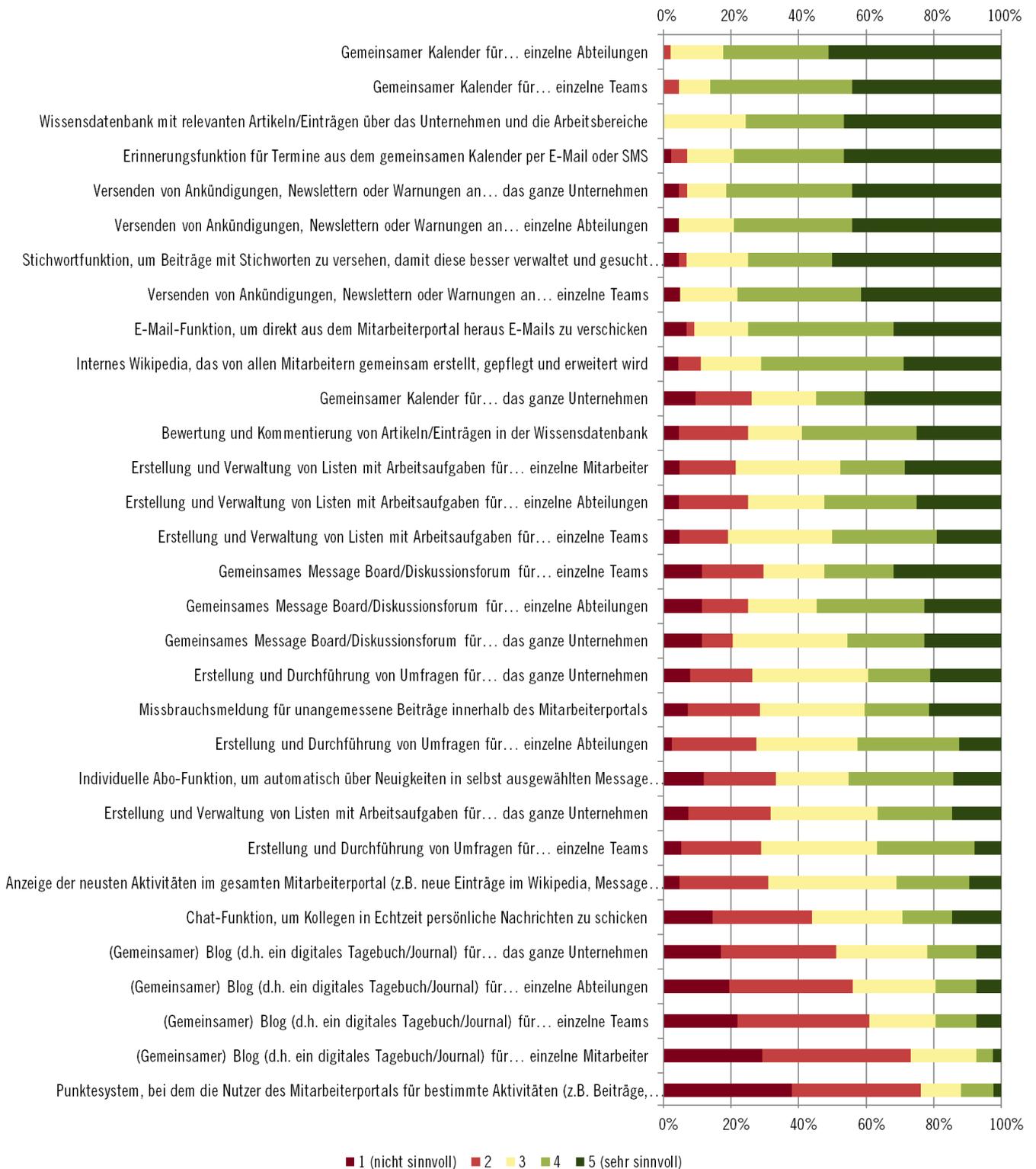


Abbildung 2: Eingeschätztes Potential digitaler Funktionen für die eigene Arbeit (n=45)

	Gesamt n=45	UN1 k.A.	UN2 k.A.	UN3 k.A.	UN Sonstige n=13	Frauen n=18	Männer n=25	34 Jahre + jünger n=9	35 bis 49 Jahre n=27	50 Jahre + älter n=9	Führungs- Verantw. n=29	Ohne Führungs- Verantw. n=16
Gemeinsamer Kalender für... einzelne Abteilungen	83	85	92	63	87	84	82	81	87	72	85	78
Gemeinsamer Kalender für... einzelne Teams	81	79	89	66	90	81	83	75	89	75	86	78
Wissensdatenbank mit relevanten Artikeln/Einträgen über das Unternehmen und die Arbeitsbereiche	81	83	83	72	81	79	81	75	81	81	83	75
Erinnerungsfunktion für Termine aus dem gemeinsamen Kalender per E-Mail oder SMS	79	89	89	69	67	76	82	83	80	69	79	78
Versenden von Ankündigungen, Newslettern oder Warnungen an... das ganze Unternehmen	78	85	84	69	73	78	78	84	78	78	81	75
Versenden von Ankündigungen, Newslettern oder Warnungen an... einzelne Abteilungen	78	87	84	69	70	79	77	84	81	69	83	71
Stichwortfunktion, um Beiträge mit Stichworten zu versehen, damit diese besser verwaltet und gesucht werden können	78	80	75	59	90	74	83	78	78	78	76	82
Versenden von Ankündigungen, Newslettern oder Warnungen an... einzelne Teams	77	84	84	67	73	76	77	81	82	67	83	70
E-Mail-Funktion, um direkt aus dem Mitarbeiterportal heraus E-Mails zu verschicken	73	80	67	66	73	79	66	69	78	64	76	70
Internes Wikipedia, das von allen Mitarbeitern gemeinsam erstellt, gepflegt und erweitert wird	71	72	75	59	75	68	72	69	77	63	75	68
Gemeinsamer Kalender für... das ganze Unternehmen	65	59	86	41	75	60	65	84	66	53	67	65
Bewertung und Kommentierung von Artikeln/Einträgen in der Wissensdatenbank	64	73	72	50	56	75	55	50	68	64	67	55
Erstellung und Verwaltung von Listen mit Arbeitsaufgaben für... einzelne Mitarbeiter	63	63	81	41	63	55	66	53	69	53	65	57
Erstellung und Verwaltung von Listen mit Arbeitsaufgaben für... einzelne Abteilungen	62	66	86	36	58	59	63	67	64	44	62	60
Erstellung und Verwaltung von Listen mit Arbeitsaufgaben für... einzelne Teams	61	60	83	39	64	52	67	61	67	47	63	58
Gemeinsames Message Board/Diskussionsforum für... einzelne Teams	61	68	56	50	62	67	57	22	78	50	73	42
Gemeinsames Message Board/Diskussionsforum für... einzelne Abteilungen	60	67	59	56	56	67	56	25	75	53	69	48
Gemeinsames Message Board/Diskussionsforum für... das ganze Unternehmen	59	67	53	59	54	65	55	41	63	72	61	60
Erstellung und Durchführung von Umfragen für... das ganze Unternehmen	57	64	75	41	48	54	61	54	65	34	60	50
Missbrauchsmeldung für unangemessene Beiträge innerhalb des Mitarbeiterportals	57	61	58	53	52	48	63	39	63	56	57	55
Erstellung und Durchführung von Umfragen für... einzelne Abteilungen	56	64	68	38	52	63	52	54	59	47	58	52
Indiv. Abo-Funktion, um autom. über Neuigk. in selbst ausgew. Message Boards/Diskussionsforen oder Blogs informiert zu werden	54	53	50	47	61	53	53	28	62	59	57	50
Erstellung und Verwaltung von Listen mit Arbeitsaufgaben für... das ganze Unternehmen	53	58	72	38	43	47	55	53	58	38	52	55
Erstellung und Durchführung von Umfragen für... einzelne Teams	53	54	64	34	57	58	50	46	57	47	54	50
Anzeige der neusten Aktivitäten im gesamten Mitarbeiterportal (z.B. neue Einträge im Wikipedia, Message Boards/Diskussionsforen oder Blogs)	51	55	56	47	45	47	53	39	58	50	54	50
Chat-Funktion, um Kollegen in Echtzeit persönliche Nachrichten zu schicken	46	50	53	39	42	45	47	31	54	47	51	42
(Gemeinsamer) Blog (d.h. ein digitales Tagebuch/Journal) für... das ganze Unternehmen	40	54	41	38	25	47	36	25	47	41	45	34
(Gemeinsamer) Blog (d.h. ein digitales Tagebuch/Journal) für... einzelne Abteilungen	38	52	34	38	23	44	34	13	46	44	43	30
(Gemeinsamer) Blog (d.h. ein digitales Tagebuch/Journal) für... einzelne Teams	36	45	31	41	25	42	32	9	44	44	40	30
(Gemeinsamer) Blog (d.h. ein digitales Tagebuch/Journal) für... einzelne Mitarbeiter	27	28	22	39	20	32	22	6	30	43	29	25
Punktesystem, bei dem die Nutzer des Mitarbeiterportals für best. Aktivitäten Punkte erhalten	25	27	44	16	16	16	33	9	35	13	29	20

Abbildung 3: Eingeschätztes Potential digitaler Funktionen für die eigene Arbeit nach Untergruppen<sup>1</sup> (n=45)

<sup>1</sup> Die Zellen zeigen den prozentuierten Mittelwert aus den Angaben der Befragten auf einer 5-Punkt-Likert-Skala von 1 (nicht sinnvoll) bis 5 (sehr sinnvoll).

## **INTERESSE AN DER EINFÜHRUNG EINES MITARBEITERPORTALS – ERGEBNISSE**

Nach der Einführung eines Mitarbeiterportals gefragt, das auf den genannten Funktionen basiert, zeigt sich keine eindeutige Antworttendenz. Etwa die Hälfte der Befragten beurteilt ein Portal positiv. So sind insgesamt 55 Prozent der Meinung, ein Mitarbeiterportal könnte die Zusammenarbeit mit den Kollegen verbessern und 50 Prozent der Führungskräfte meinen, dass sie ihre Mitarbeiter auf diese Weise besser führen könnten. Jeweils 38 Prozent sehen darüber hinaus Vorteile bei der Planung und Organisation der eigenen Arbeit und für das soziale Miteinander im Unternehmen. Letztendlich würden es 49 Prozent der Befragten begrüßen, wenn ihr Unternehmen in Zukunft ein Mitarbeiterportal einführen würde. Bei einer genaueren Betrachtung zeigen sich hier jedoch Unterschiede zwischen den befragten Unternehmen. So stehen die Befragten aus UN1 und UN2 einem Mitarbeiterportal eher positiv gegenüber, während es in UN3 mehrheitlich abgelehnt wird. Geschlecht und Alter der Befragten spielen dagegen keine Rolle.

## **WIE SIND DIE ERGEBNISSE ZU BEWERTEN? – EINSCHRÄNKUNGEN DER STUDIE**

Mit 46 Teilnehmenden ist die Stichprobe der Studie zu gering, um eine uneingeschränkte Repräsentativität anzunehmen. Durch den Einbezug von mehr als acht Unternehmen aus verschiedenen Branchen, einem hohen Frauenanteil und einer guten Abbildung der Mitarbeiter-Generationen lassen die Ergebnisse dennoch wichtige Trends erkennen. Die Studienergebnisse lassen sich somit als ein Meinungsbild betrachten.

## **WAS IST JETZT ZU TUN? – HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN**

Die Studie gibt erste Hinweise darauf, dass viele Führungskräfte und Mitarbeitende in mittelständischen Unternehmen offen für den Einsatz neuer digitaler Kommunikationsmedien jenseits der E-Mail sind und sich darin Chancen für ihre Arbeit sehen. Es wird jedoch ebenfalls deutlich, dass längst nicht alle verfügbaren Funktionen zur digitalen Kommunikation auch als sinnvoll eingestuft werden. Bei der Einführung neuer Technologien muss also eine gezielte Auswahl der passenden Funktionen für den spezifischen Arbeitskontext und die Bedürfnisse der Mitarbeitenden getroffen werden. Auch zeigt sich, dass nicht in jedem Unternehmen ein Bedarf für weitere digitale Kommunikationsmedien besteht. Festzuhalten bleibt dennoch, dass sich Führungskräfte wie Mitarbeitende unabhängig von ihrem Alter als sicher im Umgang mit digitalen Medien erleben und viele von ihnen offen für neue Technologien und eine weitere Digitalisierung der Zusammenarbeit sind. Hier gilt es in Zukunft konkrete unternehmensspezifische Potentiale zu identifizieren und zu nutzen.

Die Arbeitsgruppe „Führung mit digitalen Medien“ ist ein Projekt im Rahmen des Innovations- und Transferverbundes „Performance Management im Mittelstand“ (TM 1.3 B des Innovations-Inkubators).



## Copyright

Der vorliegende Ergebnisbericht unterliegt dem Urheberrecht. Eine weitergehende Nutzung ist nur nach ausdrücklicher Genehmigung durch das Institut für Performance Management möglich.

Datum der Veröffentlichung: 07.07.2015

## Impressum

Autor: Christian Otto

Wissenschaftliche Leitung: Prof. Dr. Sabine Remdisch

Leuphana Universität Lüneburg

Institut für Performance Management  
Wilschenbrucher Weg 84  
21335 Lüneburg

» [www.leuphana.de/institute/ipm](http://www.leuphana.de/institute/ipm)