

SONDERDRUCK



Thema: „Mediale Kommunikation“

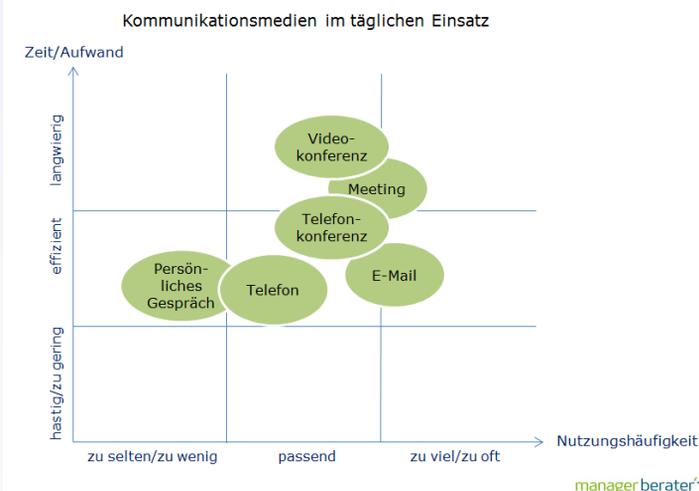
Medieneinsatz in Unternehmen – die E-Mail auf dem Rückzug?

Medieneinsatz in Unternehmen – die E-Mail auf dem Rückzug?

Im Rahmen einer aktuellen Studie haben wir die Mediennutzung von Mitarbeitern* beim internen IT-Dienstleister eines großen deutschen Konzernunternehmens untersucht und die insgesamt 74 Mitarbeiter – allesamt Teilnehmer an mehreren eintägigen Workshop-Veranstaltungen – um ihre Einschätzung des „Wirkungsgrades“ von Online- vs. Offline-Kommunikation gebeten.

Wie werden Medien heute genutzt?

Bei der Auswertung der erhaltenen Antworten der Zielgruppe haben wir eine Positionierung der verschiedenen Kanäle entlang der beiden Dimensionen „Zeit/Aufwand“ sowie „Nutzungshäufigkeit“ vorgenommen. Die Ergebnisse sind, wenn auch nicht sonderlich überraschend, dennoch eindrucksvoll in ihrer Klarheit und Eindeutigkeit:



Bezieht man nun – neben der Wahrnehmung der aktuellen Ist-Situation im Unternehmen – auch den Lösungsbeitrag in die Betrachtungen mit ein, der den verschiedenen Medien im persönlichen Erleben der Mitarbeiter zugeschrieben wird, so ergibt sich für diesen Aspekt des Kommunikationsverhaltens das folgende Bild:



Eine eindeutige Nutzenbewertung!

Zusammengeführt und unter Berücksichtigung ergänzender, qualitativ geprägter Hinweise aus der Gruppe der Befragten ergibt sich eine eindeutige Bewertung des Nutzens der einzelnen Kommunikationsmedien:

- > Persönliches Gespräch: Das direkte Gespräch „face to face“ ist der „Kanal“ mit dem durchschnittlich höchsten Lösungsbeitrag. Die Nutzungshäufigkeit wird allerdings von der Mehrheit der Befragten kritisch eingeschätzt, da die Vorteile des persönlichen Kanals in der täglichen Arbeitspraxis nicht häufig genug genutzt werden.
- > Telefongespräch: Ein ähnliches, wenn auch weniger stark ausgeprägtes Bild ergibt sich bei der Beurteilung des Telefons als wichtiges Kommunikationsmedium im Arbeitsalltag.
- > Meeting: Bei der Beurteilung des Nutzens und des Einsatzes von Meetings gehen die Meinungen der Befragten auseinander. Der (potenzielle) Lösungsbeitrag ist mittel bis hoch. Bezüglich des Einsatzes lässt sich allerdings eine leicht negative Tendenz erkennen, die auf die wahrgenommene Langwierigkeit von Meetings zurückgeführt werden kann.
- > E-Mail: Der Lösungsbeitrag liegt grundsätzlich in einem mittleren Bereich. Die Mehrheit der Befragten ist allerdings der Auffassung, dass E-Mails – insbesondere in Verbindung mit der CC-Funktion – zu häufig genutzt werden.
- > Telefonkonferenz: Für die Telefonkonferenz als „mediales Meeting“ gelten in leicht modifizierter Form die oben getroffenen Aussagen zum Kommunikationskanal Meeting: Vergleichbarer Lösungsbeitrag, überwiegend effizienter Einsatz, noch passende Häufigkeit.

**Genereller Hinweis: Aus Gründen der Lesbarkeit haben wir immer die männliche Form gewählt. Die weibliche Form ist immer mit eingeschlossen.*

Medieneinsatz in Unternehmen – die E-Mail auf dem Rückzug?

> Videokonferenz: Die Videokonferenz wird als das Medium mit dem niedrigsten Lösungsbeitrag wahrgenommen. Ein Großteil der Befragten stufen Videokonferenzen als zu langwierig ein, was ursächlich auf kritische technische Randbedingungen zurückzuführen ist.

Greift man zwei der wichtigsten Kanäle heraus und stellt so den Dialog im unmittelbaren Kontakt (persönliches Gespräch) der medial gestützten Kommunikation (via E-Mail) gegenüber, dann wird deutlich, dass zwar beiden Kommunikationsformen „Effizienz“ zugeschrieben wird. Allerdings wird im täglichen Erleben die E-Mail als zu häufig und das persönliche Gespräch als zu selten eingesetzt wahrgenommen. Und: Interessanter Weise wird im Vergleich der beiden Kanäle dem persönlichen Gespräch der größere Lösungsbeitrag zugemessen. Ein Aspekt, den wir – gerade bei der Zielgruppe IT-Mitarbeiter – nicht unbedingt erwartet hätten.

Auch wenn diese oben skizzierten Ergebnisse nicht zwingend verallgemeinert werden können, so spiegeln sie doch einen aktuellen Trend wieder, weg von der E-Mail und hin zum persönlichen Dialog [1]. Hinzu kommt, dass heute bereits, zumindest in den Augen einiger Netz-Autoren, die E-Mail lediglich als Übergangslösung angesehen wird, eine „Brückentechnologie“, die über kurz oder lang von neuen Möglichkeiten der Kommunikation über die sozialen Netzwerke abgelöst wird [2].

Praktische Handlungsansätze

In unserer Beratungspraxis treffen wir in der Frage des Medieneinsatzes auf Seiten der Mitarbeiter eine durchaus ambivalente Haltung an. Diese äußert sich auf der einen Seite in dem Wunsch nach „Regulierung“ durch das Management. Auf der anderen Seite ist bei den Mitarbeitern aber auch ein Streben nach größtmöglichem Freiheitsgrad und eigener Gestaltungsmöglichkeit klar erkennbar.

Unternehmen sind damit doppelt gefordert: Einerseits, wenn es darum geht, Orientierung und Verbindlichkeit zu schaffen, also die „Spielregeln“ des Einsatzes von Medien festzulegen. Andererseits – und das ist nach unserem Dafürhalten in diesem Zusammenhang der wichtigere Aspekt – wenn der kollegiale Austausch zwischen Mitarbeitern hierarchie- und funktionsübergreifend organisiert werden soll. Im besten Falle geschieht dies so, dass einzelne Mitarbeitergruppen selbst gesteuert und mit hohem Autonomiegrad ihre Aufgabenstellungen bearbeiten und die Ergebnisse und Lösungen auf einer allgemein zugänglichen Plattform allen Mitarbeitern zur Verfügung stellen.

Diese netzartige, stark „parzellierte“, aber in allen Richtungen miteinander verknüpfte Kommunikationsstruktur (und zwar in personeller, technischer und in funktionaler Hinsicht) liefert damit den Organisationsrahmen. Die Ausgestaltung liegt vollständig in den Händen der dezentralen, sich rasch und dynamisch verändernden Teams. Im Grunde wird damit der Netzwerkgedanke, der auch den bekannten sozialen Diensten zugrunde liegt, konsequent auf die Erfordernisse des Unternehmensalltags übertragen.

Damit scheint auch die eingangs gestellte Frage nach der Zukunft der E-Mail fast schon beantwortet – alles in allem ist dies nämlich nicht eine Frage des „ob“, sondern – fast schon mit einer gewissen Zwangsläufigkeit – vielmehr die nach dem „wann“.

Vermutlich spätestens in 10 – 15 Jahren, dann also, wenn die Generation der heute 13- bis 18-jährigen, die ja praktisch ohne E-Mails aufwächst, in die Unternehmen drängt, spätestens dann werden wir bei anhaltender Nutzungsmüdigkeit und bei einem weiterhin desillusionierendem Einsatz von E-Mails im Unternehmensalltag ein deutlich verändertes Kommunikationsmodell vorfinden (müssen). Eines allerdings, welches erfordert, echte Verantwortung in die Hände einzelner Mitarbeiter und einzelner Teams zu übertragen.

Dies wiederum setzt die Bereitschaft von Organisationen und deren verantwortlich handelnden Managern voraus, den damit einhergehenden Kontrollverlust, immerhin fällt mit der Ablösung der E-Mail auch die „cc-Funktion“ weg, zu akzeptieren, bestenfalls diesen Entwicklungsschritt aktiv zu befördern.

Anmerkungen:

[1] z.B. unter dem Schlagwort „Zero-E-Mail-Unternehmen“; ein Umsetzungsbeispiel dazu findet sich unter: <http://www.golem.de/news/atos-wir-werden-die-abschaffung-der-e-mail-durchsetzen-1204-90920.html>.

[2] So beispielsweise erläutert bei Ole Reißmann: <http://www.spiegel.de/netzwelt/netzpolitik/e-mails-nein-danke-a-844952.html>.

Autor

Michael Basmann,
Managing Partner
managerberater, Köln

Kontakt:

michael.basmann@manager-berater.com

Dieser Artikel wurde verfasst von:



Michael Basmann
- Managing Partner -

Für Sie das Beste!

Wir verstehen Ihr Geschäft!

managerberater steht für die leidenschaftliche und hochqualifizierte Beratung von Organisationen und Führungskräften auf allen Ebenen.

Wir bauen auf langjährige Erfahrungshintergründe und ausgewiesene Expertisen in unterschiedlichen Branchen.

Wir arbeiten lösungsorientiert!

Mit dem besonderen Beratungsansatz - Für Sie das Beste - entwerfen wir für Ihr Unternehmen passgenaue Lösungen: Den Erfolg dieses Ansatzes bestätigen Kunden, die auf unser gemeinsames Know-how vertrauen. Fachexpertise, Professionalität und persönliche Führungserfahrung in der Wirtschaft sind die Bausteine, aus denen wir Mehrwerte für unsere Kunden schaffen.

Wir entwickeln Vorsprung!

- Mit unseren Methoden aus **Potenzialanalysen, Personalentwicklung, Projektmanagement** und **Prozessberatung** liefern wir Ihnen das Handwerkzeug, um Ihre Ressourcen optimal und effizient einzusetzen.
- Wir unterstützen Sie kompetent und zuverlässig in allen Phasen von **Veränderungsprozessen**.

Sollten Sie nähere Informationen zu uns und unserem Leistungsportfolio wünschen, freuen wir uns über Ihre Kontaktaufnahme. Gern stehen wir Ihnen für ein vertiefendes Gespräch zur Verfügung!