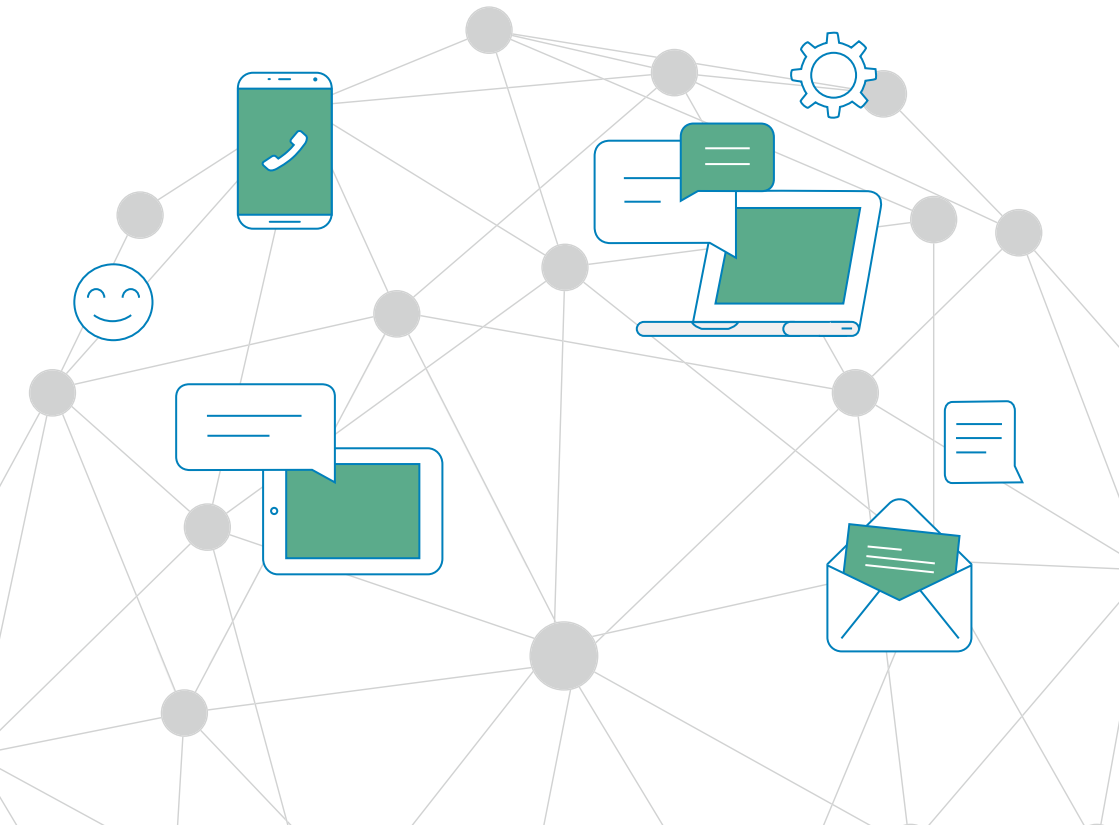


DIGITALE KOMMUNIKATION UND ZUSAMMENARBEIT IN UNTERNEHMEN

2020

Eine bevölkerungsrepräsentative Umfrage von Kantar im Auftrag von HIRSCHTEC



Herausgeber:

HIRSCHTEC GmbH & Co. KG

Lutz Hirsch
Burchardstraße 17
20095 Hamburg

Telefon: +49(0)40 822 17 940
Fax: +49(0)40 822 17 94 99
E-Mail: info@hirschtec.eu

Oktober 2020

Hinweis:
Die Copyright-Angabe bei der redaktionellen Nutzung von Illustrationen lautet: HIRSCHTEC.

© 2020 by HIRSCHTEC. All rights reserved.

Seit 2005 digitalisiert HIRSCHTEC interne Kommunikation und Zusammenarbeit. Als Full-Service Agentur für digitale Arbeitsplätze hat sich HIRSCHTEC auf die schlüsselfertige Einführung von Intranets und Kollaborationslösungen spezialisiert und ist neben dem Hauptsitz in Hamburg mit Büros in Düsseldorf, Berlin, Wien und Zürich präsent.

Über 100 Mitarbeitende unterstützen Kunden wie die Deutsche Bahn, Deutsche Bundesbank, Air Liquide, Siemens Gamesa, Ricola, Wiener Städtische Versicherung, FRoSTA und Weleda.

Sie werden begleitet von der Strategieentwicklung über die Konzeptions- und Umsetzungsphase bis hin zum Betrieb und Kommunikations- und Change-Initiativen. Die 360-Grad-Agentur gehört laut BVDW-Ranking 2020 zu den 50 größten Digitalagenturen in Deutschland.

INHALT

1	Einleitung	4
2	Erhebungsverfahren	5
3	Zusammenfassung der Kernergebnisse	6
4	Fazit und Ausblick	10
5	Anhang: Detailauswertung der Ergebnisse	14
5.1	Geschlecht	14
5.2	Alter	16
5.3	Formale Bildung	18
5.4	Wohnregion	24
5.5	Wohnortgröße	27
5.6	Personenzahl im Haushalt	32
5.7	Monatliches Haushaltsnettoeinkommen	38

1 EINLEITUNG

Die aufgrund der Corona-Pandemie beschleunigte Digitalisierung in vielen deutschen Unternehmen hat auch die Arbeitswelt in den vergangenen Monaten rasant transformiert. Haben viele Arbeitgeber das mobile Arbeiten bzw. das Arbeiten im Homeoffice in Vor-Corona-Zeiten noch eher argwöhnisch betrachtet, wurden im Zuge des Lockdowns digitale Tools oft im Hauruck-Verfahren eingeführt.

Das Ziel: eine effiziente und effektive Kommunikation und Zusammenarbeit der Mitarbeitenden in verteilten Arbeitsumgebungen zu ermöglichen, um so den Geschäftsbetrieb weiter aufrechterhalten zu können.

Doch wie beurteilen – nach dem Corona-Lockdown – die Berufstätigen selbst die digitale Kommunikation und Zusammenarbeit? Welche Kommunikationsinstrumente nutzen sie am häufigsten für den direkten Austausch mit ihren KollegInnen? Und sind sie wirklich überzeugt davon, dass digitale Tools wie Intranet, virtuelle Arbeitsräume und Dateiaustausch sie auch langfristig produktiver arbeiten lassen – oder handelt es sich dabei eher um eine Momentaufnahme?

Diesen Fragen ging das Marktforschungsinstitut Kantar im Auftrag von HIRSCHTEC im Rahmen einer repräsentativen Bevölkerungsumfrage nach. Gleichzeitig wurde im Zuge der Studie untersucht, welche Vorgaben und Maßnahmen sich Berufstätige in Deutschland am stärksten von ihrem Arbeitgeber wünschen, wenn es um die Prävention von digitalem Stress geht.

Die vorliegende Zusammenfassung der zentralen Ergebnisse zeigt: Die Wahrnehmung des Nutzens digitaler Tools, die Häufigkeit der Verwendung von Telefon, E-Mail und Chat für die interne Kommunikation, aber auch der Wunsch nach flexiblen Arbeitszeit- und -ortsmodellen sowie offiziellen Regelungen zur digitalen Erreichbarkeit und klaren Vorgaben für die anwendungsfallspezifische Nutzung digitaler Tools, ist vor allem auch abhängig vom Alter und Bildungsniveau.

2 ERHEBUNGSVERFAHREN

Im Zeitraum vom 23. Juli bis 4. August 2020 führte das Marktforschungsinstitut Kantar im Auftrag von HIRSCHTEC, Full-Service Agentur für digitale Arbeitsplätze, eine bevölkerungsrepräsentative, telefonische Befragung unter 1.003 Berufstätigen in Deutschland zum Thema „Digitale Kommunikation und Zusammenarbeit in Unternehmen 2020“ durch.

Anhand einer sechsstufigen Skala („sehr häufig“, „häufig“, „eher häufig“, „eher selten“, „selten“, „nie“) sollten die Befragten Angaben zur Nutzung firmeninterner Kommunikationsinstrumente tätigen. Zudem galt es für sie – ebenfalls anhand einer sechsstufigen Skala („sehr stark“, „stark“, „eher stark“, „eher wenig“, „wenig“, „gar nicht“) – anzugeben, welche Maßnahmen und Vorgaben sie sich am stärksten von ihrem Arbeitgeber zur Prävention von digitalem Stress wünschen.

Die Antwortmöglichkeiten lauteten hier:

Flexible Arbeitszeit- und Arbeitsortmodelle, die sich an den Bedürfnissen der Mitarbeitenden ausrichten, offizielle Regelungen zur digitalen Erreichbarkeit und klare Vorgaben dazu, welches digitale Tool für welchen Anwendungsfall genutzt werden soll. Weiter sollten die TeilnehmerInnen die Frage „Glauben Sie, dass die aktuell in Ihrem Unternehmen vorhandenen digitalen Werkzeuge wie z. B. Intranet, virtuelle Arbeitsräume, Dateiaustausch usw. Sie langfristig produktiver arbeiten lassen?“ mit ja oder nein beantworten.

3 ZUSAMMENFASSUNG DER KERNERGEBNISSE

Die Arbeitswelt hat sich in den vergangenen Monaten aufgrund der Corona-Krise stark verändert. Das wirkt sich auch auf die Wahrnehmung von Berufstätigen in Deutschland aus, wenn es darum geht zu beurteilen, welche Kommunikationswerkzeuge (Telefon, Chat, E-Mail) sie am häufigsten für den direkten Austausch mit KollegInnen nutzen, wie überzeugt sie von der langfristigen Produktivitätssteigerung durch digitale Tools sind und was sie sich verstärkt vom Arbeitgeber mit Blick auf die Vermeidung von digitalem Stress erhoffen.

Berufstätige unter 40 Jahren kommunizieren fast doppelt so häufig via Chat wie ältere Beschäftigte

Fest steht: Das Telefon scheint als Kommunikationsinstrument zunehmend an Bedeutung zu verlieren. Hatten in einer Kantar-Umfrage 2017 noch 63 Prozent der Berufstätigen gesagt, dass sie es sehr häufig bzw. häufig für den direkten Austausch mit KollegInnen nutzen, sind es heute nur noch 51 Prozent - gefolgt von E-Mail (50 Prozent) und Chat (32 Prozent).

Auffällig dabei: Fast die Hälfte (44 Prozent) der Berufstätigen unter 40 Jahren nutzt inzwischen Chat-Dienste für den direkten internen Austausch. Damit greifen sie signifikant häufiger als Berufstätige der höheren Altersklassen, von denen nur rund ein Viertel sehr häufig bzw. häufig via Chat kommuniziert, auf dieses digitale Tool zurück.

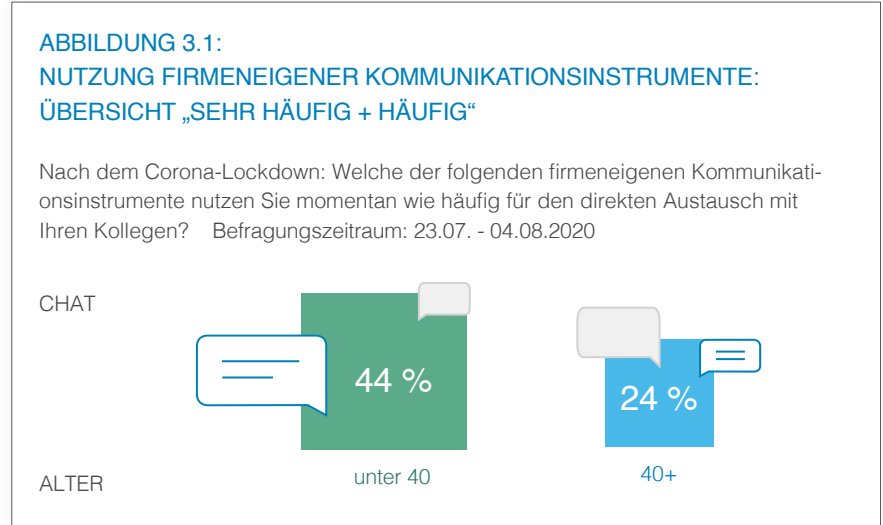
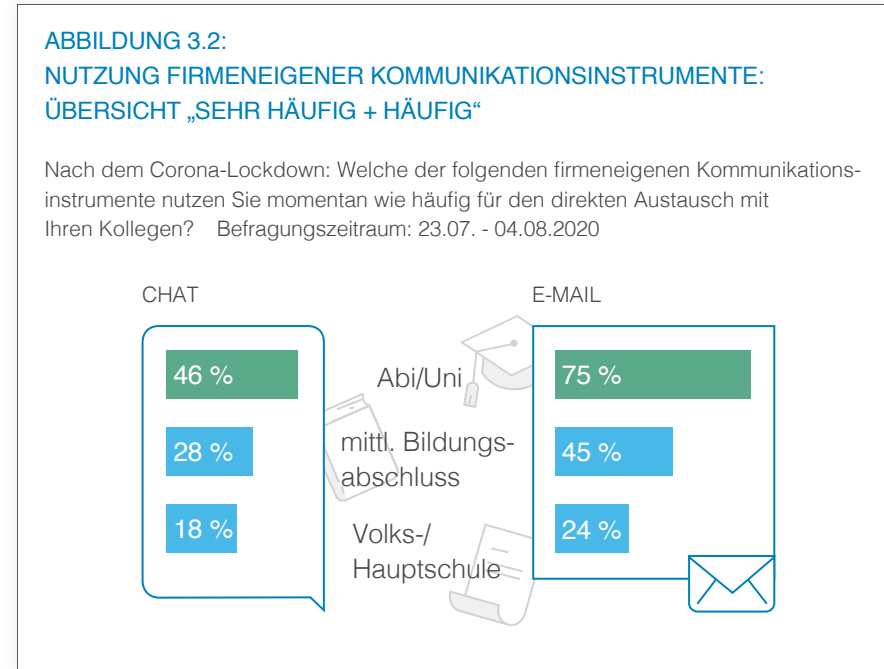
Das lässt vermuten, dass jüngere Berufstätige, für die Messenger-Dienste wie WhatsApp, Threema und Co. unverzichtbar im Privatleben sind, auch im beruflichen Alltag verstärkt firmeneigene Chat-Dienste nutzen, um sich einfach orts- und geräteunabhängig mit ihren KollegInnen auszutauschen. Be-

rufstätige mittlerer und älterer Altersklassen scheinen diesem schnellen digitalen Kommunikationsweg noch weniger aufgeschlossen gegenüber zu sein, was sich z. B. daran zeigt, dass 40- bis 49-Jährige (62 Prozent) deutlich häufiger die traditionelle E-Mail nutzen.

Wer Abitur bzw. einen Universitätsabschluss hat, setzt öfter auf digitale Kommunikation

Ebenfalls offenkundig: Befragte mit Abitur bzw. Universitätsabschluss nutzen fast zweieinhalbmal so oft Chat-Dienste (46 Prozent) wie die mit Volks- bzw. Hauptschulabschluss (18 Prozent). Die E-Mail wird von ihnen sogar dreimal (75 Prozent) so häufig verwendet wie von Volks-/Hauptschulabsolventen (24 Prozent). Dies könnte darauf

zurückzuführen sein, dass unter den Berufstätigen mit höherem Bildungsabschluss viele WissensarbeiterInnen sind, die mit niedrigeren Abschlüssen hingegen oft in handwerklichen oder produktionsnahen Berufen arbeiten, in denen die digitale Kommunikation noch eine untergeordnete Rolle spielt.



Jüngere und Berufstätige mit hohem Bildungsniveau sind überzeugt: Digitale Tools steigern langfristig die Produktivität

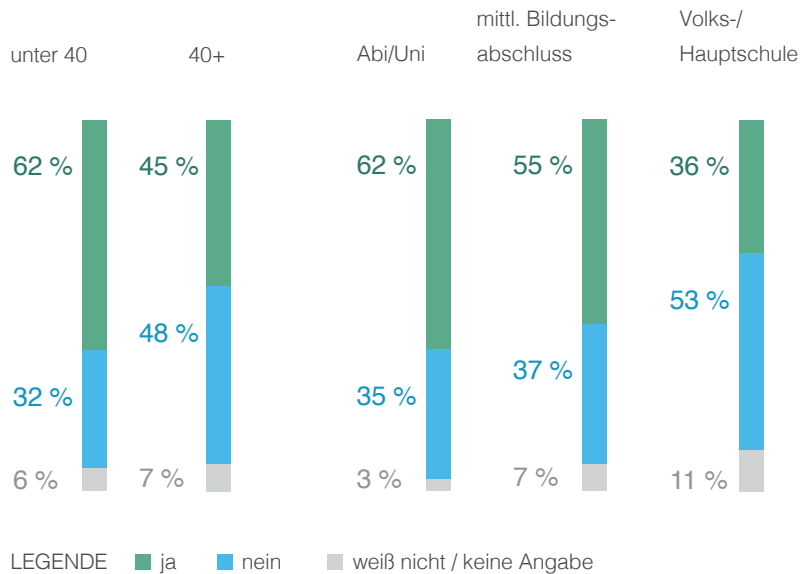
Gefragt nach der langfristigen Produktivitätssteigerung durch digitale Tools (z. B. Intranet, virtuelle Arbeitsräume, Dateiaustausch), zeigt sich: Während fast zwei Drittel (62 Prozent) der unter 40-jährigen Berufstätigen bejahen, dass digitale Tools sie auch langfristig produktiver arbeiten

lassen, ist es bei den älteren nicht einmal die Hälfte. Auch wird deutlich: Je höher das Bildungsniveau, desto eher sind die Befragten überzeugt vom nachhaltigen Nutzen (Abi/Uni-Abschluss: 62 Prozent, mittlerer Bildungsabschluss: 55 Prozent, Volks-/Hauptschulabschluss: 36 Prozent).

ABBILDUNG 3.3: LANGFRISTIGE PRODUKTIVITÄT DURCH DIGITALISIERUNG „JA“, „NEIN“, „WEISS NICHT / KEINE ANGABE“

Die Corona-Krise hat die interne Digitalisierung in vielen Unternehmen beschleunigt: Glauben Sie, dass die aktuell in Ihrem Unternehmen vorhandenen digitalen Werkzeuge wie zum Beispiel Intranet, virtuelle Arbeitsräume, Dateiaustausch usw. Sie langfristig produktiver arbeiten lassen? Befragungszeitraum: 23.07. - 04.08.2020

Alter und Schulbildung der Befragten



Aufgrund von Rundungen ist es möglich, dass die dargestellten Prozentangaben geringfügig von der Gesamtprozentzahl 100 abweichen.

Berufstätige wünschen sich am stärksten flexible Arbeitszeit- und ortsmodelle

Bei aller Digitalisierung haben Berufstätige aber auch Wünsche zur Prävention von digitalem Stress durch ihren Arbeitgeber. Mehr als die Hälfte von ihnen wünscht sich sehr stark bzw. stark flexible Arbeitszeit- und -ortsmodelle, über ein Drittel offizielle Regelungen zur digitalen Erreichbarkeit und fast ein Drittel klare Vorgaben dazu, welches digitale Tool für welchen Anwendungsfall genutzt werden soll.

Auch hier sind es die besser Gebildeten, die sich all dies signifikant häufiger wünschen als der Durchschnitt.

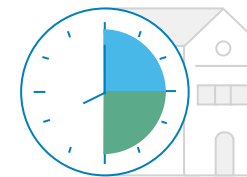
Dabei erhoffen sich Berufstätige in den Dreißigern (64 Prozent) wesentlich stärker flexible Arbeitszeit- und ortsmodelle als die über 60-Jährigen (46 Prozent).

Die Ergebnisse zeigen: Der Wunsch nach flexiblen Arbeitszeit- und ortsmodellen ist groß und zwingt Arbeitgeber zum Handeln. Der Großteil der jüngeren Berufstätigen ist schon heute überzeugt, dass digitale Tools auch langfristig die Produktivität steigern. Allerdings hält auch rund ein Drittel aller Befragten klare Vorgaben für deren Nutzung für dringend nötig.

ABBILDUNG 3.4: PRÄVENTION VON DIGITALEM STRESS AM ARBEITSPLATZ ÜBERSICHT „SEHR STARK + STARK“

Stichwort „Digitaler Stress am Arbeitsplatz“: Wie stark wünschen Sie sich die folgenden Maßnahmen und Vorgaben von Ihrem Arbeitgeber zur Prävention?

Befragungszeitraum: 23.07. - 04.08.2020



56 %

Flexible Arbeitszeit- und Arbeitsortmodelle, die sich an den Bedürfnissen der Mitarbeitenden ausrichten



38 %

Offizielle Regelungen zur digitalen Erreichbarkeit



30 %

Klare Vorgaben dazu, welches digitale Tool für welchen Anwendungsfall genutzt werden soll

4 FAZIT UND AUSBLICK

Die vorliegenden Studienergebnisse verdeutlichen noch einmal durch die deutlich gestiegene Nutzung der Chat-Dienste die erfolgte Transformation der Arbeitswelt aufgrund der Corona-Krise. Allerdings zeigen die Ergebnisse auch, dass in Unternehmen die Nutzung des Digital Workplace je nach Altersgruppe stark variiert.

Die zunehmende digitale Kommunikation via E-Mail und Chat – wobei davon auszugehen ist, dass die Chat-Nutzung in den kommenden Monaten und Jahren noch stark zunehmen wird, da viele Unternehmen (z. B. mit der Einführung von Microsoft Teams, Slack und Co.) noch am Beginn der digitalen Transformation ihrer Arbeitsabläufe stehen – führt nicht auch zwangsläufig zu einem produktiveren Arbeiten aller Mitarbeitenden.

Vielmehr scheint es vor allem vom Alter und Bildungsniveau der Beschäftigten abhängig zu sein, inwiefern sie

- A** moderne, digitale Kommunikationsinstrumente wie Chat-Dienste, die den orts-, zeit- und geräteunabhängigen, schnellen Informations- und Wissenstransfer gewährleisten, überhaupt nutzen und
- B** wie sie die langfristige Produktivitätssteigerung durch digitale Tools wie Intranet, virtuelle Arbeitsräume und Dateiaustausch bewerten.

Nicht nur, dass hier eine große Lücke zwischen den Altersklassen klafft – jüngere Berufstätige sind z. B. deutlich häufiger vom Nutzen digitaler Tools überzeugt als ältere. Auch lässt sich sagen: Je niedriger das Bildungsniveau, desto geringer ist der Anteil der Beschäftigten, die sagen, dass diese modernen Werkzeuge sie auch auf lange Sicht effizienter und effektiver arbeiten lassen.

Hinzu kommt: Auch was die Vorgaben und Maßnahmen, die sich Mitarbeitende von ihrem Arbeitgeber zur Prävention von digitalem Stress wünschen, betrifft, zeigt sich kein einheitliches Bild. Zwar eint durchschnittlich alle Befragten, dass sie sich am stärksten flexible Arbeitszeit- und Arbeitsortmodelle wünschen, die an ihren Bedürfnissen ausgerichtet sind – gefolgt von offiziellen Regelungen zur digitalen Erreichbarkeit und klaren Vorgaben dazu, welches Tool für welchen Anwendungsfall genutzt werden soll.

Befragte mit Abitur bzw. einem Universitätsabschluss wünschen sich z. B. in allen drei Bereichen überdurchschnittlich stark entsprechende Maßnahmen und Vorgaben vom Arbeitgeber. Das legt den Schluss nahe, dass sie auch überdurchschnittlich häufig digital arbeiten und vom Arbeitgeber erwarten, dass er diese digitale Arbeit „regelt“ und Orientierung und Leitplanken vermittelt. Zudem scheint bei den unter 40-Jährigen der Wunsch nach flexiblen Arbeitsmodellen stärker ausgeprägt zu sein als bei den über 40-Jährigen. Interessant auch: Unter den Frauen sind es übrigens zwei Drittel, die sich flexible Arbeitszeit- und Arbeitsortmodelle sehr stark bzw. stark von ihrem Arbeitgeber wünschen, bei den Männern ist es nur knapp die Hälfte.

Dies könnte darauf zurückzuführen sein, dass MitarbeiterInnen unter 40 Jahren sich häufig mitten in der Familienplanung befinden und stärker als andere Altersgruppen vor der Herausforderung stehen, Familie und Berufsleben in Einklang zu bringen. Eine Herausforderung, die speziell während des Corona-Lockdowns noch einmal besonders zutage getreten sein scheint und mit der Frauen offensichtlich noch stärker konfrontiert waren als Männer.

Was lässt sich nun aber daraus für Unternehmen ableiten? Zunächst einmal: Die Rechnung „Mehr digitale Kommunikation und Zusammenarbeit = mehr langfristige Produktivität“ geht so einfach nicht auf. Arbeitgeber und Führungskräfte müssen

- A** verbindliche Regelungen für das digitale Arbeiten schaffen und flexible Arbeitsmodelle ermöglichen, um zu verhindern, dass sich Mitarbeitende digital gestresst fühlen und ihre Produktivität leidet,
- B** genau analysieren, welche digitalen Kern-Tools überhaupt unternehmensweit zum Einsatz kommen sollten und klare Anwendungsfälle definieren,
- C** für einzelne Unternehmensbereiche bestimmte Zusatz-Tools festlegen – was z. B. für den Mitarbeitenden im Accounting-Team sinnvoll ist, ist es noch längst nicht für den im Außendienst und
- D** je nach Bedarf die Mitarbeitenden alters- und jobprofil-spezifisch im Umgang mit den modernen Werkzeugen persönlich trainieren und – z. B. in Form von Hilfe-Communities – auch eine virtuelle Anlaufstelle für ihre Fragen und Nöte rund um den digitalen Arbeitsplatz bieten.

Erläutert an ein paar Beispielen heißt das: Die Anfang 20-jährige Berufseinsteigerin ist möglicherweise eher genervt, erklärt man ihr lang und breit in einer Schulung die Nutzung des firmeninternen Chat-Dienstes. Ihr genügt in diesem Fall ein kurzes „How-To“-Video, um direkt zu verstehen, wie und wofür sie die Chat-Funktion sinnvoll nutzen kann.

Hingegen mag der Ende 40-jährige Abteilungsleiter, der zuvor sein Tagesgeschäft und seine Führungsaufgaben hauptsächlich über Telefon und E-Mail abgewickelt hat, durchaus mehr Trainings-Bedarf haben. Gerade auch, wenn es darum geht über digitale Statements Verbindlichkeit herzustellen, Aufgaben via Chat zu verteilen oder auch digital Lob auszusprechen. Sprich: Das virtuelle Führen stellt nicht nur eine Herausforderung für ihn dar, sondern entwickelt sich gleichzeitig – auch mit Blick in die Zukunft – zum zentralen Management-Skill.

Und dann mag es da z. B. auch noch den Mitarbeiter in der Produktionshalle geben, der oft das Gefühl hat, relevante Unternehmens-News nicht oder zu spät zu erfahren bzw. sich nicht ins Firmengeschehen einbringen zu können. Eine Mitarbeiter-App, auf die er via Smartphone zugreifen kann, löst dieses Problem, lässt ihn aktiv teilhaben und den Mehrwert des Tools direkt spüren. Hier geht es für Arbeitgeber dann in erster Linie darum, diese Mitarbeitenden mit mobilen Geräten auszustatten, um ihnen den Zugang zur App überhaupt erst zu ermöglichen und passende Launch-Kampagnen und Trainingsformate zu entwickeln.

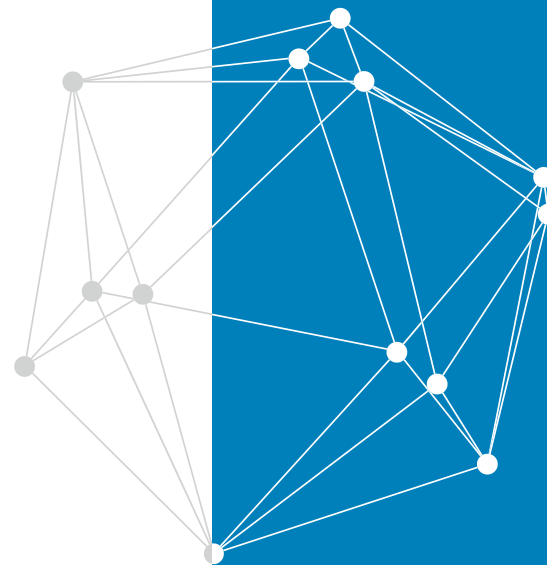
All das schließt selbstverständlich nicht aus, dass es nicht auch junge Berufstätige gibt, die Nachholbedarf bei der digitalen Kommunikation haben und ältere, die diesbezüglich bereits sehr fit sind. Gleichzeitig ist nicht jeder Berufstätige mit einem niedrigeren Bildungsabschluss dem Mehrwert digitaler Tools automatisch negativ gegenüber eingestellt. Die Studienergebnisse lassen aber im Großen und Ganzen auf generelle Unterschiede zwischen bestimmten Altersklassen und Berufsgruppen schließen.

Festzuhalten bleibt folglich:

Digitale Tools einfach nur im Hauruck-Verfahren einzuführen und Basisfunktionalitäten zu erklären, genügt nicht. Es braucht – gerade auch mit Blick auf die regelmäßig und in sehr kurzen Zeitabständen stattfindenden Software-Aktualisierungen und die Bereitstellung neuer Funktionalitäten - kontinuierlich Hilfestellungen für Mitarbeitende, damit sie die Werkzeuge nachhaltig und begeistert nutzen können.

Führungskräfte, die hier mit positivem Beispiel als Digital Leader vorangehen, „Power User“ unter den KollegInnen, die ihr Wissen und ihre Erfahrungen in der Hilfe-Community teilen oder aber auch externe Coaches, die passgenaue persönliche und digitale Formate entwickeln, um die Nutzerakzeptanz zu steigern, unterstützen genau dies. Gleichzeitig gilt es für Unternehmen verbindliche Regeln für die digitale Kommunikation und Zusammenarbeit festzulegen und damit den Fokus auch verstärkt auf die mentale Gesundheit ihrer Angestellten zu richten.

Gelingt all dies und berücksichtigen Unternehmen die alters- und jobprofil-spezifischen Bedarfe ihrer MitarbeiterInnen, dann ist die Prognose gut, dass die tägliche Arbeit auch langfristig effizienter gestaltet werden kann und sich nachhaltiger Geschäftserfolg einstellt.



5 ANHANG: DETAILAUSWERTUNG DER ERGEBNISSE

Es folgt eine detaillierte Auswertung der Ergebnisse in Bezug auf die folgenden soziodemografischen Faktoren:

- Geschlecht
- Alter
- Formale Bildung
- Wohnregion
- Wohnortgröße
- Personenzahl im Haushalt
- Monatliches Haushaltsnettoeinkommen

5.1 Geschlecht

Ob bei der Angabe der Nutzungshäufigkeit von Telefon, Chat und E-Mail, der Einschätzung zur langfristigen Produktivitätssteigerung durch digitale Tools oder aber auch dem Wunsch nach Maßnahmen und Vorgaben seitens des Arbeitgebers zur Prävention von digitalem Stress: Frauen und Männer unterscheiden sich bei ihren Wahrnehmungen in diesen Bereichen nicht signifikant voneinander.

Einzig mit Blick auf den Wunsch nach flexiblen Arbeitszeit- und Arbeitsortmodellen, die sich an den Bedürfnissen der Mitarbeitenden ausrichten, zeigt sich ein deutlicher Unterschied zwischen Frauen und Männern: Wünschen sich 67 Prozent der Frauen diese Modelle sehr stark bzw. stark, sind es nur 47 Prozent – und damit genau 20 Prozent weniger – bei den Männern.

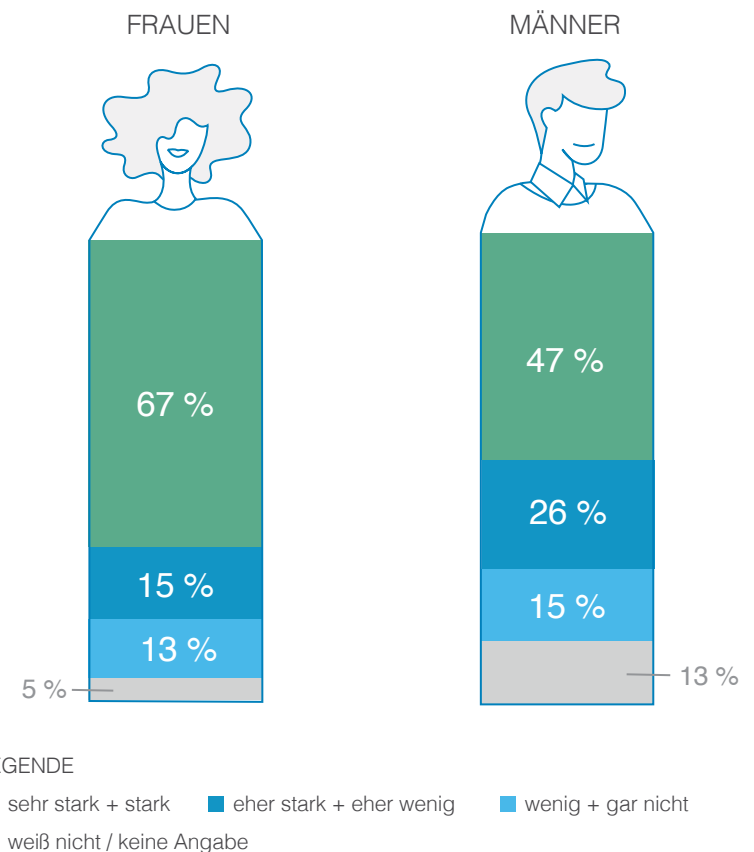
Fazit: Nur bei dem Ruf nach flexiblen Arbeitszeit- und Arbeitsortmodellen werden große Unterschiede zwischen den beiden Geschlechtern sichtbar. Hintergrund hierfür könnte sein, dass das Thema „Vereinbarkeit von Familie und Beruf“ nach wie vor eines ist, das Frauen stärker zu betreffen scheint als Männer und daher bei ihnen zu einem ausgeprägten Wunsch nach mehr Flexibilität am Arbeitsplatz führt.

Zudem war im Zuge des Corona-Lockdowns immer wieder zu lesen – z. B. in einer Studie des Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Instituts (WSI) der Hans-Böckler-Stiftung – dass viele Frauen in dieser Zeit die Kinderbetreuung übernommen und ihre Arbeitszeit reduziert haben. Im Nachhinein betrachtet könnte dies ebenfalls ein Faktor dafür gewesen sein, dass sie sich zukünftig von ihrem Arbeitgeber wünschen, dass dieser diesbezüglich stärker auf ihre Bedürfnisse eingeht.

ABBILDUNG 5.1:
PRÄVENTION VON DIGITALEM STRESS AM ARBEITSPLATZ
ÜBERSICHT „SEHR STARK + STARK“, „EHER STARK + EHER WENIG“, „WENIG + GAR NICHT“, „WEISS NICHT/ KEINE ANGABE“

Stichwort „Digitaler Stress am Arbeitsplatz“: Wie stark wünschen Sie sich die folgenden Maßnahmen und Vorgaben von Ihrem Arbeitgeber zur Prävention?
Befragungszeitraum: 23.07. - 04.08.2020

Flexible Arbeitszeit- und Arbeitsortmodelle, die sich an den Bedürfnissen der Mitarbeitenden ausrichten.



Aufgrund von Rundungen ist es möglich, dass die dargestellten Prozentangaben geringfügig von der Gesamtprozentzahl 100 abweichen.

5.2 Alter

Zeigen sich zwischen den Geschlechtern – ausgenommen beim Wunsch nach flexiblen Arbeitszeit- und Arbeitsortmodellen – keine größeren Unterschiede, so ist das Alter der Befragten bei den Einschätzungen zum digitalen Arbeitsalltag durchaus von zentraler Bedeutung.

So fällt beispielsweise auf, dass jüngere Berufstätige (unter 40 Jahren) deutlich häufiger von Chat-Diensten Gebrauch machen als ältere und öfter eine langfristige Produktivitätssteigerung durch digitale Tools bejahen.

Im Detail heißt das: Fast die Hälfte (44 Prozent) der unter 40-Jährigen nutzt Chat-Dienste sehr häufig bzw. häufig für den direkten Austausch mit KollegInnen und damit fast doppelt so häufig wie ältere Beschäftigte über 40 Jahre (24 Prozent).

Die E-Mail wiederum kommt überdurchschnittlich oft (62 Prozent) bei den 40- bis 49-Jährigen zum Einsatz. Mit Blick auf die Telefonnutzung zeigen sich keine signifikanten Unterschiede über die Altersgruppen hinweg.

Werfen wir als nächstes einen Blick auf die Frage, ob die im Zuge der Corona-Krise beschleunigte Digitalisierung und die damit einhergehende Nutzung digitaler Tools auch langfristig zu einem produktiveren Arbeiten führt, sagen vor allem die jüngeren Berufstätigen (unter 40 Jahre) überdurchschnittlich oft „ja“. Annähernd zwei Drittel von ihnen sind von einer nachhaltigen Produktivitätssteigerung überzeugt.

Bei den älteren Beschäftigten (über 40 Jahre) sind es hingegen nicht einmal die Hälfte.

Sie scheinen den Mehrwert digitaler Tools daher deutlich seltener zu sehen.

ABBILDUNG 5.2:
NUTZUNG FIRMENEIGENER KOMMUNIKATIONSINSTRUMENTE:
ÜBERSICHT „SEHR HÄUFIG + HÄUFIG“

Nach dem Corona-Lockdown: Welche der folgenden firmeneigenen Kommunikationsinstrumente nutzen Sie momentan wie häufig für den direkten Austausch mit Ihren Kollegen? Befragungszeitraum: 23.07. - 04.08.2020

CHAT

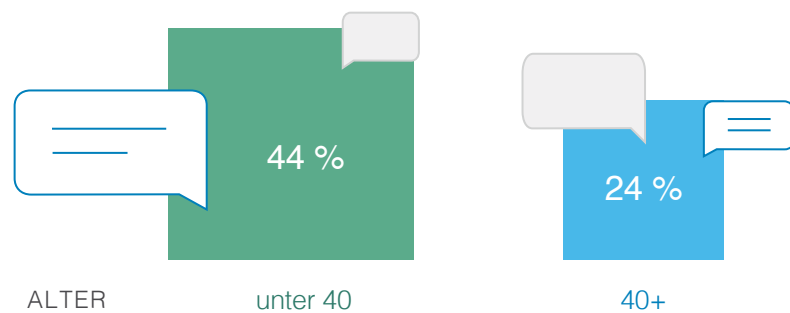
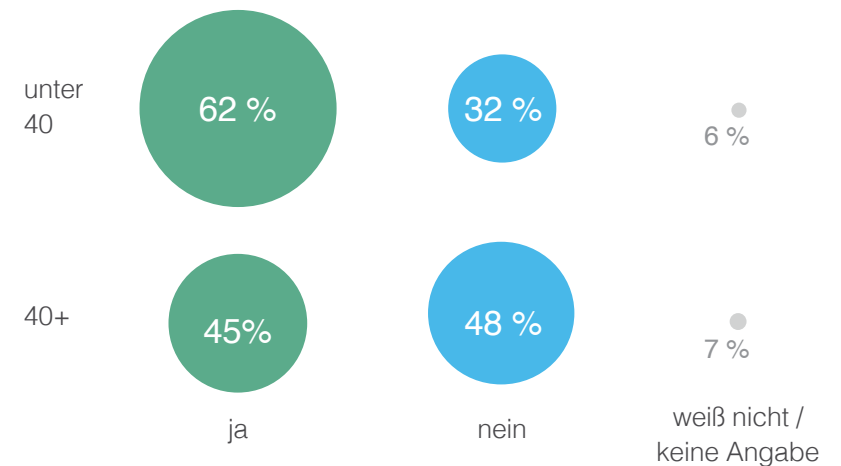


ABBILDUNG 5.3:
LANGFRISTIGE PRODUKTIVITÄT DURCH
DIGITALISIERUNG „JA“, „NEIN“, „WEISS NICHT / KEINE ANGABE“

Die Corona-Krise hat die interne Digitalisierung in vielen Unternehmen beschleunigt: Glauben Sie, dass die aktuell in Ihrem Unternehmen vorhandenen digitalen Werkzeuge wie zum Beispiel Intranet, virtuelle Arbeitsräume, Dateiaustausch usw. Sie langfristig produktiver arbeiten lassen? Befragungszeitraum: 23.07. - 04.08.2020

Alter der Befragten



Offensichtlich werden die Unterschiede zwischen einzelnen Altersgruppen dann auch noch einmal mit Blick auf den Wunsch nach flexiblen Arbeitszeit- und Arbeitsortmodellen:

64 Prozent der 30- bis 39-jährigen erbeten sie sich sehr stark bzw. stark von ihrem Arbeitgeber, nicht einmal die Hälfte der über 60-jährigen (46 Prozent) äußert diesen Wunsch verstärkt.

Fazit: Wer viel digital arbeitet, was gerade bei den jüngeren Berufstätigen unter 40 Jahren der Fall zu sein scheint, der ist auch überzeugter von der langfristigen Produktivitätssteigerung durch digitale Tools.

Berufstätige in den Dreißigern wünschen sich zudem – verglichen mit der Altersklasse der über 60-jährigen – verstärkt flexible Arbeitszeit- und ortsmodelle zur Vermeidung von digitalem Stress. Arbeitgeber sollten diese Bedürfnisse daher berücksichtigen und gewährleisten, dass sich Arbeits- und Privatleben gut miteinander vereinen lassen und Mitarbeitende nicht den digitalen Burn-out erleiden.

5.3 Formale Bildung

Auch mit Blick auf die Schulbildung der Befragten werden signifikante Unterschiede sichtbar: So werden sowohl Telefon als auch Chat und E-Mail überdurchschnittlich häufig von den Berufstätigen mit Abitur bzw. Universitätsabschluss für den direkten Austausch mit KollegInnen genutzt.

Gerade, wenn man die Ergebnisse für die Chat- und E-Mail-Nutzung betrachtet, so fällt auf, dass die besser Gebildeten Chat-Dienste deutlich häufiger (sehr häufig – häufig: 46 Prozent) nutzen als der Durchschnitt (sehr häufig – häufig: 32 Prozent)

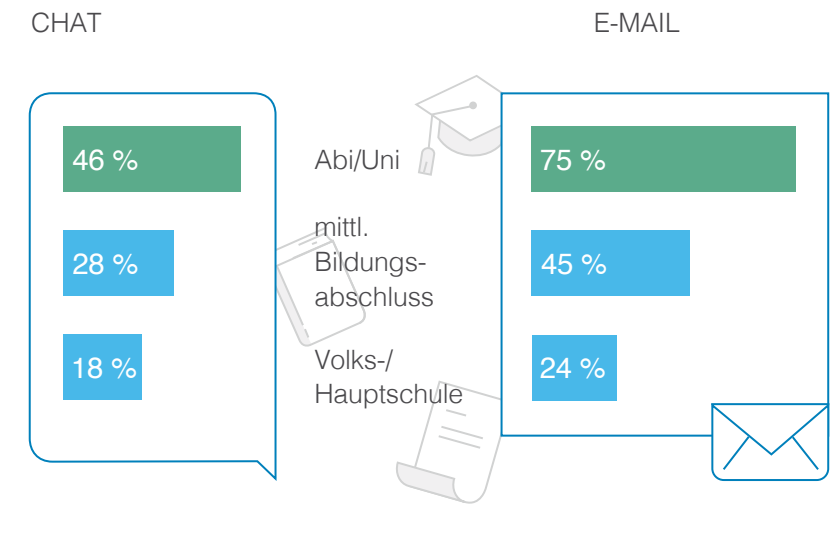
und sogar zweieinhalbmal so oft wie die Befragten mit Volks- bzw. Hauptschulabschluss (sehr häufig – häufig: 18 Prozent).

Bezüglich der E-Mail-Verwendung lässt sich Folgendes beobachten: Wird sie durchschnittlich von der Hälfte der Befragten sehr häufig bzw. häufig für die interne Kommunikation genutzt, sind es bei denen mit Abitur bzw. Universitätsabschluss drei Viertel und damit dreimal so viele wie bei den Beschäftigten mit Volks-/Hauptschulabschluss (24 Prozent).

ABBILDUNG 5.4:
NUTZUNG FIRMENEIGENER KOMMUNIKATIONSMITTEL:
ÜBERSICHT „SEHR HÄUFIG + HÄUFIG“

Nach dem Corona-Lockdown: Welche der folgenden firmeneigenen Kommunikationsinstrumente nutzen Sie momentan wie häufig für den direkten Austausch mit Ihren Kollegen? Befragungszeitraum: 23.07. - 04.08.2020

Schulbildung der Befragten



Diese Ergebnisse spiegeln sich auch in der Beurteilung der langfristig gesteigerten Produktivität durch digitale Tools wider:

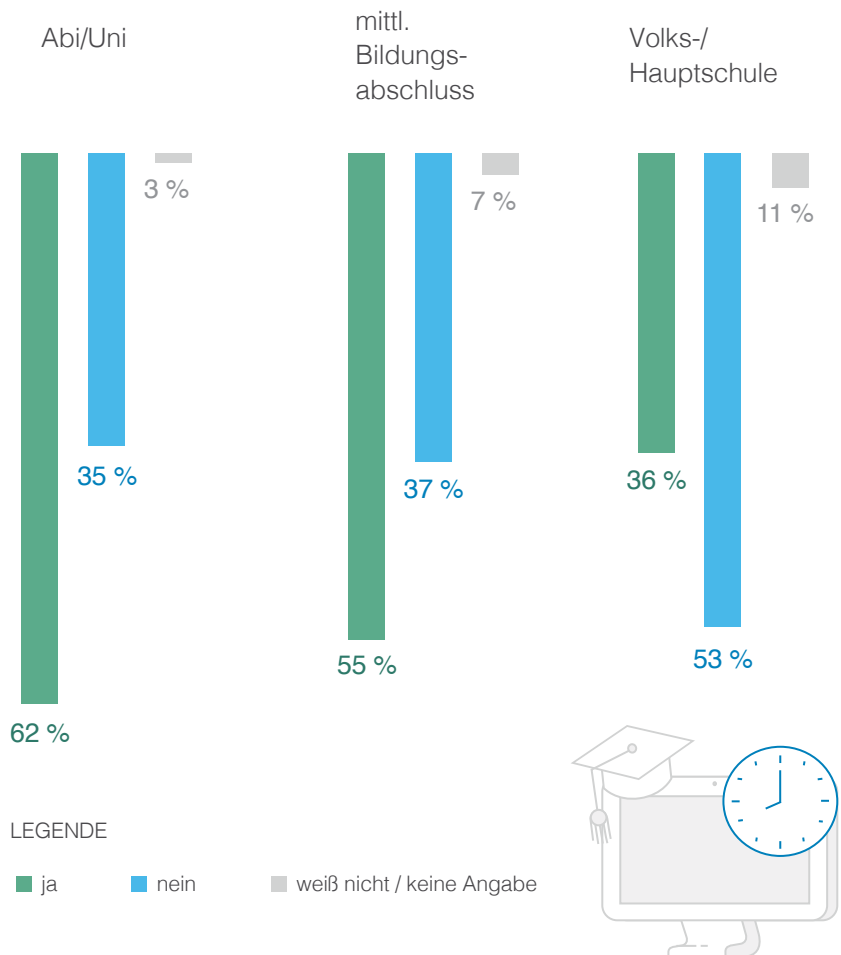
Bejahen fast zwei Drittel (62 Prozent) der Beschäftigten mit Abitur bzw. Universitätsabschluss – und damit überdurchschnittlich (Durchschnitt: 52 Prozent) viele - die lang-

fristige Produktivitätssteigerung, sind es nur etwas mehr als ein Drittel (36 Prozent) der Volks- und Hauptschulabsolventen. Von ihnen gibt im Umkehrschluss weit mehr als die Hälfte (53 Prozent) an, nicht überzeugt davon zu sein, dass digitale Tools langfristig zu effizienterem und effektiverem Arbeiten führen.

**ABBILDUNG 5.5:
LANGFRISTIGE PRODUKTIVITÄT DURCH
DIGITALISIERUNG „JA“, „NEIN“, „WEISS NICHT / KEINE ANGABE“**

Die Corona-Krise hat die interne Digitalisierung in vielen Unternehmen beschleunigt: Glauben Sie, dass die aktuell in Ihrem Unternehmen vorhandenen digitalen Werkzeuge wie zum Beispiel Intranet, virtuelle Arbeitsräume, Dateiaustausch usw. Sie langfristig produktiver arbeiten lassen? Befragungszeitraum: 23.07. - 04.08.2020

Schulbildung der Befragten



Aufgrund von Rundungen ist es möglich, dass die dargestellten Prozentangaben geringfügig von der Gesamtprozentzahl 100 abweichen.

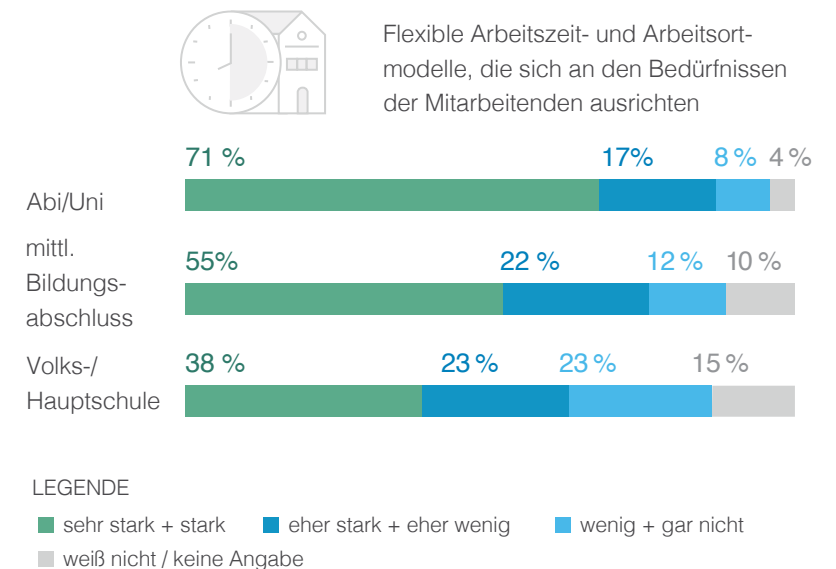
Wenn es um gewünschte Maßnahmen und Vorgaben – seitens des Arbeitgebers – zur Prävention von digitalem Stress geht, dann werden ebenfalls Diskrepanzen offenkundig. So werden derlei Maßnahmen am häufigsten von den besser Gebildeten gewünscht.

Dies könnte darauf zurückzuführen sein, dass diese öfter digital arbeiten und in der Konsequenz auch stärker den Mehrwert digitaler Instrumente sehen, womit einherzugehen scheint, dass sie sich auch am stärksten offizielle Regelungen zur digitalen Erreichbarkeit, klare Vorgaben zur anwendungsfallspezifischen Nutzung digitaler Tools und flexible Arbeitszeit- und Arbeitsortmodelle wünschen.

**ABBILDUNG 5.6:
PRÄVENTION VON DIGITALEM STRESS AM ARBEITSPLATZ
ÜBERSICHT „SEHR STARK + STARK“, „EHER STARK + EHER WENIG“,
„WENIG + GAR NICHT“, „WEISS NICHT / KEINE ANGABE“**

Stichwort „Digitaler Stress am Arbeitsplatz“: Wie stark wünschen Sie sich die folgenden Maßnahmen und Vorgaben von Ihrem Arbeitgeber zur Prävention? Befragungszeitraum: 23.07. - 04.08.2020

Schulbildung der Befragten

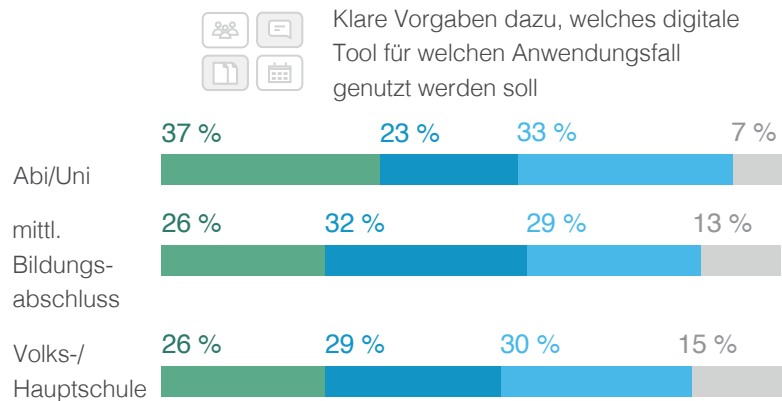
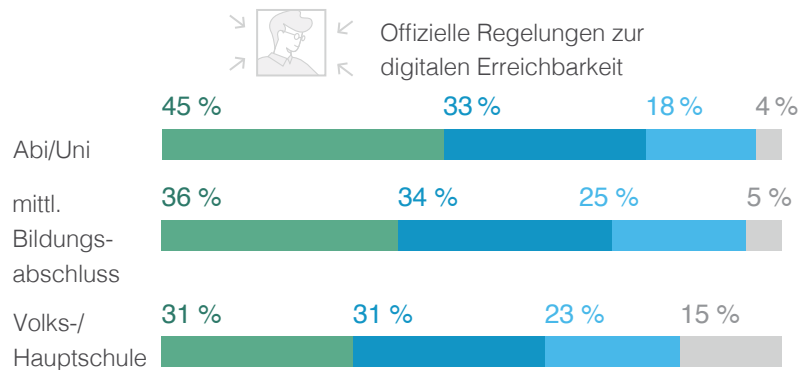


Aufgrund von Rundungen ist es möglich, dass die dargestellten Prozentangaben geringfügig von der Gesamtprozentzahl 100 abweichen.

ABBILDUNG 5.7:
PRÄVENTION VON DIGITALEM STRESS AM ARBEITSPLATZ
ÜBERSICHT „SEHR STARK + STARK“, „EHER STARK + EHER WENIG“,
„WENIG + GAR NICHT“, „WEISS NICHT / KEINE ANGABE“

Stichwort „Digitaler Stress am Arbeitsplatz“: Wie stark wünschen Sie sich die folgenden Maßnahmen und Vorgaben von Ihrem Arbeitgeber zur Prävention?
 Befragungszeitraum: 23.07. - 04.08.2020

Schulbildung der Befragten



LEGENDE

- sehr stark + stark
- eher stark + eher wenig
- wenig + gar nicht
- weiß nicht / keine Angabe

Aufgrund von Rundungen ist es möglich, dass die dargestellten Prozentangaben geringfügig von der Gesamtprozentzahl 100 abweichen.

Fazit: Die häufige Nutzung digitaler Kommunikationsinstrumente bei Berufstätigen mit höherem Bildungsabschluss und ihre Einschätzung, dass digitale Tools auch langfristig die Produktivität steigern, scheint mit dem stärkeren Wunsch nach Maßgaben und Vorgaben zur Prävention von digitalem Stress zu korrelieren – speziell mit dem Wunsch nach flexiblen Arbeitszeit- und Arbeitsortmodellen.

Das lässt vermuten, dass bei Befragten mit höherem Bildungsabschluss die Vereinbarkeit von Familie und Beruf bzw. die Themen Work-Life-Balance und Selbstverwirklichung eine besonders große Rolle zu spielen scheinen.



5.4 Wohnregion

Betrachtet man die Ergebnisse für West- und Ostdeutschland, so zeigen sich keine signifikanten Unterschiede zwischen den Befragten. Gleiches gilt mit Blick auf den Bundesländervergleich, allerdings zeigen sich hier teils auch durchaus Diskrepanzen:

So geben Berufstätige (44 Prozent) in Baden-Württemberg überdurchschnittlich häufig an, dass sie sich klare Vorgaben für die anwendungsfallspezifische Nutzung digitaler Tools selten bzw. nie von ihrem Arbeitgeber wünschen. Verglichen mit dem bevölkerungsreichsten Bundesland Nordrhein-Westfalen (20 Prozent) sind es in Baden-Württemberg sogar mehr als doppelt so viele.

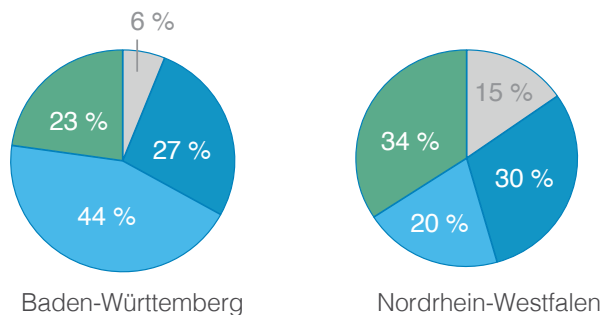
Auffällig bei Berufstätigen in Bayern: Sie scheinen besondere „Chat-Muffel“ zu sein bzw. scheint es bei Angebot und Nutzung firmeneigener Chat-Dienste in bayerischen Unternehmen noch Nachholbedarf zu geben.

Fast zwei Drittel (64 Prozent) – und damit überdurchschnittlich viele – geben an, Chat-Dienste selten bzw. nie für die direkte Kommunikation mit KollegInnen zu nutzen. Zum Vergleich: In Hessen, Rheinland-Pfalz und Saarland sagen dies nur 44 Prozent.

ABBILDUNG 5.8:
PRÄVENTION VON DIGITALEM STRESS AM ARBEITSPLATZ
ÜBERSICHT „SEHR STARK + STARK“, „EHER STARK + EHER WENIG“,
„WENIG + GAR NICHT“, „WEISS NICHT / KEINE ANGABE“

Stichwort „Digitaler Stress am Arbeitsplatz“: Wie stark wünschen Sie sich die folgenden Maßnahmen und Vorgaben von Ihrem Arbeitgeber zur Prävention?
Befragungszeitraum: 23.07. - 04.08.2020

Klare Vorgaben dazu, welches digitale Tool für welchen Anwendungsfall genutzt werden soll. Anteil Baden-Württemberg und Nordrhein-Westfalen:



LEGENDE

- sehr stark + stark
- eher stark + eher wenig
- wenig + gar nicht
- weiß nicht / keine Angabe

ABBILDUNG 5.9:
NUTZUNG FIRMENEIGENER KOMMUNIKATIONSM INSTRUMENTE:
ÜBERSICHT „SELTEN + NIE“

Nach dem Corona-Lockdown: Welche der folgenden firmeneigenen Kommunikationsinstrumente nutzen Sie momentan wie häufig für den direkten Austausch mit Ihren Kollegen? Befragungszeitraum: 23.07. - 04.08.2020

CHAT



64 %

Bayern



44 %

Hessen,
Rheinland-Pfalz,
Saarland

Fazit: Berufstätige in Baden-Württemberg, die überdurchschnittlich häufig angeben, wenig bis keine Vorgaben bei der Nutzung digitaler Arbeitsinstrumente zu wünschen, scheinen eher die Ausnahme zu sein. Generell wird es für Unternehmen aber verstärkt darauf ankommen, ihre Tool-Landschaft zu ordnen und den Mitarbeitenden genau aufzuzeigen, wie sie welches Instrument am besten und effizientesten für welchen Anwendungszweck nutzen können.

Auch gilt es für Arbeitgeber, Orientierung und Leitplanken zu vermitteln, um so digitalem Stress bei den MitarbeiterInnen vorzubeugen. Denn nur, wer seinen MitarbeiterInnen ermöglicht so zu arbeiten, wie es ihren Bedürfnissen entspricht und die passenden, unternehmensweit geltenden Konzepte hierfür entwickelt, der wird auch die Motivation bei seinen Mitarbeitenden aufrechterhalten können und sie langfristig ans Unternehmen binden.

Zudem scheint speziell in bayerischen Unternehmen das Angebot an Chat-Diensten für die interne Kommunikation noch ausbaufähig zu sein bzw. gilt es die Mitarbeitenden im Umgang mit diesen zu befähigen und ihnen aufzeigen, dass – z. B. für schnelle Abstimmungen zu konkreten Aufgaben, kurze Nachfragen zu Projekten etc. – die Nutzung von Chat-Diensten, wie sie in vielen Kollaborations-Tools integriert sind, oft die bessere Lösung ist und die E-Mail-Flut reduzieren kann.

5.5 Wohnortgröße

Zwar zeigen sich mit Blick auf die langfristige Produktivitätssteigerung durch digitale Tools keine signifikanten Unterschiede, die Wahrnehmungen zur Nutzung von Kommunikationsinstrumenten sowie zu gewünschten Maßnahmen zur Vermeidung von digitalem Stress scheinen aber auch mit der Wohnortgröße teils noch einmal stark zu variieren.

So fällt beispielsweise auf, dass die digitalen Kommunikationsinstrumente Chat und E-Mail besonders häufig in Wohnregionen mit 500.000 und mehr EinwohnerInnen zum Einsatz kommen.

Werden Chat-Dienste durchschnittlich von rund einem Drittel der Befragten sehr häufig bzw. häufig für den direkten Austausch mit KollegInnen genutzt, so sind es bei den Befragten in diesen Metropolregionen 40 Prozent und damit fast doppelt so viele wie in solchen mit 20.000 bis 100.000 EinwohnerInnen.

Mit Blick auf die E-Mail-Nutzung zeigt sich: Kommt sie durchschnittlich bei der Hälfte der Befragten sehr häufig bzw. häufig zum Einsatz, nutzen sie 60 Prozent der Berufstätigen in BIK-Regionen mit 500.000 und mehr EinwohnerInnen und damit 18 Prozent mehr als bei den Befragten in Wohnregionen mit Einwohnerzahlen zwischen 20.000 und 100.000.

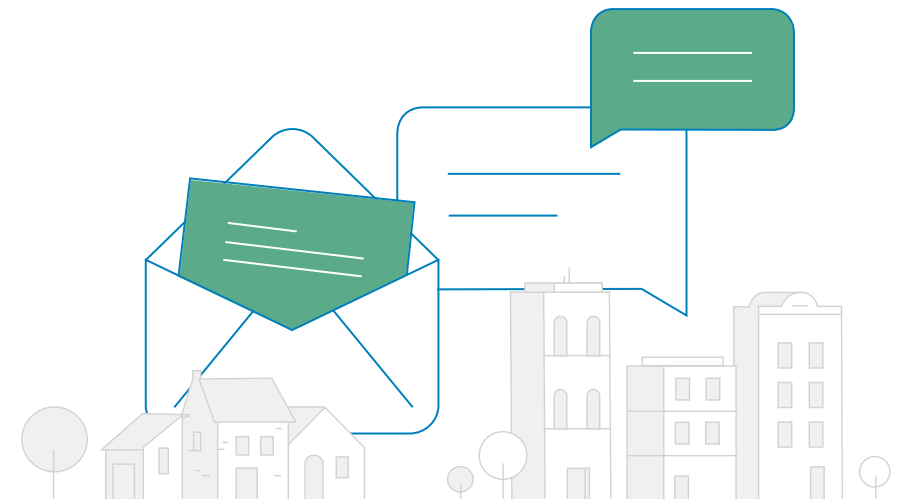


TABELLE 5.1:
NUTZUNG FIRMENEIGENER KOMMUNIKATIONSINSTRUMENTE:
ÜBERSICHT „SEHR HÄUFIG“, „HÄUFIG“, „EHER HÄUFIG“,
„EHER SELTEN“, „SELTEN“, „NIE“, „WEISS NICHT / KEINE ANGABE“

Nach dem Corona-Lockdown: Welche der folgenden firmeneigenen Kommunikationsinstrumente nutzen Sie momentan wie häufig für den direkten Austausch mit Ihren Kollegen? Befragungszeitraum: 23.07. - 04.08.2020

Chat



	Total	BIK in Regionsgrößenklassen (in Tausend)				
		b. u. 5	5 b. u. 20	20 b. u. 100	100 b. u. 500	500 und mehr
Basis (=100%)	1003 %	52 %	76 %	207 %	295 %	374 %
sehr häufig	16	26	18	8	17	18
häufig	16	7	6	12	15	22
eher häufig	5	1	2	6	4	7
eher selten	9	2	11	14	8	7
selten	13	6	25	16	11	11
nie	40	58	39	43	44	34
Top-Two	32	33	23	21	32	40
Bottom-Two	53	64	63	59	55	45
weiß nicht / keine Angabe	1	0	1	0	0	1
Summe	100	100	100	100	100	100

Aufgrund von Rundungen ist es möglich, dass die dargestellten Prozentangaben geringfügig von der Gesamtprozentzahl 100 abweichen.

TABELLE 5.2:
NUTZUNG FIRMENEIGENER KOMMUNIKATIONSINSTRUMENTE:
ÜBERSICHT „SEHR HÄUFIG“, „HÄUFIG“, „EHER HÄUFIG“,
„EHER SELTEN“, „SELTEN“, „NIE“, „WEISS NICHT / KEINE ANGABE“

Nach dem Corona-Lockdown: Welche der folgenden firmeneigenen Kommunikationsinstrumente nutzen Sie momentan wie häufig für den direkten Austausch mit Ihren Kollegen? Befragungszeitraum: 23.07. - 04.08.2020

E-Mail



	Total	BIK in Regionsgrößenklassen (in Tausend)				
		b. u. 5	5 b. u. 20	20 b. u. 100	100 b. u. 500	500 und mehr
Basis (=100%)	1003 %	52 %	76 %	207 %	295 %	374 %
sehr häufig	27	31	13	24	25	32
häufig	23	7	18	18	25	28
eher häufig	3	4	3	2	1	5
eher selten	7	5	3	12	7	4
selten	13	15	22	13	14	9
nie	27	39	41	31	27	21
Top-Two	50	38	31	42	50	60
Bottom-Two	40	54	62	45	41	30
weiß nicht / keine Angabe	0	-	1	-	0	1
Summe	100	100	100	100	100	100

Aufgrund von Rundungen ist es möglich, dass die dargestellten Prozentangaben geringfügig von der Gesamtprozentzahl 100 abweichen.

Werfen wir einen Blick auf die Maßnahmen und Vorgaben, die sich Berufstätige von ihrem Arbeitgeber zur Prävention von digitalem Stress wünschen, so werden speziell beim Wunsch nach flexiblen Arbeitszeit- und Arbeitsortmodellen große Unterschiede sichtbar:

Dieser ist gerade bei Beschäftigten in Metropolregionen (500.000 und mehr EinwohnerInnen) besonders stark vorhanden. Zwei Drittel (66 Prozent) von ihnen wünschen sich Arbeitsmodelle, die an ihren Bedürfnissen ausgerichtet sind, sehr stark bzw. stark. Im Vergleich dazu sind es in Regionen mit 100.000 bis 500.000 EinwohnerInnen nur rund die Hälfte (51 Prozent), in solchen mit einer Einwohnerzahl zwischen 20.000 und 100.000 sogar nur 43 Prozent. (Tabelle 3)

Fazit: In Unternehmen in Metropolregionen – zu denen z. B. Berlin, Hamburg, München, Köln, Düsseldorf oder auch Stuttgart gehören, in denen viele international tätige Konzerne ansässig sind - wird offensichtlich häufiger digital kommuniziert, was sicher auch darauf zurückzuführen ist, dass viel länder- und standortübergreifend gearbeitet wird.

Diese häufigere digitale Kommunikation scheint aber auch gleichzeitig mit einem starken Wunsch nach flexiblen Arbeitszeit- und ortsmodellen zu korrelieren, was zeigt, dass Arbeitgeber in diesen Regionen passende Konzepte entwickeln müssen, um digitalem Stress vorzubeugen.

ABBILDUNG 5.10: PRÄVENTION VON DIGITALEM STRESS AM ARBEITSPLATZ ÜBERSICHT „SEHR STARK + STARK“

Stichwort „Digitaler Stress am Arbeitsplatz“: Wie stark wünschen Sie sich die folgenden Maßnahmen und Vorgaben von Ihrem Arbeitgeber zur Prävention?
Befragungszeitraum: 23.07. - 04.08.2020

Flexible Arbeitszeit- und Arbeitsortmodelle, die sich an die Bedürfnisse der Mitarbeitenden ausrichten.



BIK in Regionsgrößenklassen (in Tausend): 500 und mehr



BIK in Regionsgrößenklassen (in Tausend): 100 b. u. 500



BIK in Regionsgrößenklassen (in Tausend): 20 b. u. 100

5.6 Personenzahl im Haushalt

Betrachten wir im nächsten Schritt, inwiefern die Anzahl an Personen im Haushalt Auswirkungen auf die Ergebnisse hat, so lässt sich festhalten, dass sich hier im Großen und Ganzen keine signifikanten Unterschiede zwischen Einpersonen-, Zweipersonen-, Dreipersonenhaushalten und Haushalten mit mehr als vier Personen zeigen.

Fazit: Die Anzahl der Personen im Haushalt scheint eher wenig bis keine Auswirkungen darauf zu haben, ob vermehrt digital kommuniziert, die langfristige Produktivitätssteigerung durch digitale Tools bejaht oder Maßnahmen und Vorgaben seitens des Arbeitgebers zur Vermeidung von digitalem Stress verstärkt gewünscht werden.

TABELLEN 5.3:
NUTZUNG FIRMENEIGENER KOMMUNIKATIONSINSTRUMENTE:
ÜBERSICHT „SEHR HÄUFIG + HÄUFIG“, „EHER HÄUFIG + EHER SELTEN“,
„SELTEN + NIE“, „WEISS NICHT/ KEINE ANGABE“

Nach dem Corona-Lockdown: Welche der folgenden firmeneigenen Kommunikationsinstrumente nutzen Sie momentan wie häufig für den direkten Austausch mit Ihren Kollegen? Befragungszeitraum: 23.07. - 04.08.2020

E-Mail



	Total	Personen im Haushalt			
		1 Person	2 Personen	3 Personen	4+ Personen
Basis (=100%)	1003 %	223 %	312 %	219 %	250 %
sehr häufig + häufig	50	48	55	56	40
eher häufig + eher selten	10	5	9	9	16
selten + nie	40	47	36	35	44
weiß nicht / keine Angabe	0	0	1	-	0
Summe	100	100	100	100	100

Aufgrund von Rundungen ist es möglich, dass die dargestellten Prozentangaben geringfügig von der Gesamtprozentzahl 100 abweichen.

TABELLEN 5.4-5.5:
NUTZUNG FIRMENEIGENER KOMMUNIKATIONSINSTRUMENTE:
ÜBERSICHT „SEHR HÄUFIG + HÄUFIG“, „EHER HÄUFIG + EHER SELTEN“,
„SELTEN + NIE“, „WEISS NICHT/ KEINE ANGABE“

Nach dem Corona-Lockdown: Welche der folgenden firmeneigenen Kommunikationsinstrumente nutzen Sie momentan wie häufig für den direkten Austausch mit Ihren Kollegen? Befragungszeitraum: 23.07. - 04.08.2020

Chat

	Total	Personen im Haushalt			
		1 Person	2 Personen	3 Personen	4+ Personen
Basis (=100%)	1003 %	223 %	312 %	219 %	250 %
sehr häufig + häufig	32	31	34	28	34
eher häufig + eher selten	14	14	7	19	18
selten + nie	53	54	58	53	46
weiß nicht / keine Angabe	1	1	0	-	1
Summe	100	100	100	100	100

Telefon

	Total	Personen im Haushalt			
		1 Person	2 Personen	3 Personen	4+ Personen
Basis (=100%)	1003 %	223 %	312 %	219 %	250 %
sehr häufig + häufig	51	45	54	57	48
eher häufig + eher selten	19	14	22	15	24
selten + nie	29	40	23	28	27
weiß nicht / keine Angabe	0	0	0	0	1
Summe	100	100	100	100	100

Aufgrund von Rundungen ist es möglich, dass die dargestellten Prozentangaben geringfügig von der Gesamtprozentzahl 100 abweichen.

TABELLE 5.6:
LANGFRISTIGE PRODUKTIVITÄT DURCH
DIGITALISIERUNG „JA“, „NEIN“, „WEISS NICHT / KEINE ANGABE“

Die Corona-Krise hat die interne Digitalisierung in vielen Unternehmen beschleunigt: Glauben Sie, dass die aktuell in Ihrem Unternehmen vorhandenen digitalen Werkzeuge wie zum Beispiel Intranet, virtuelle Arbeitsräume, Dateiaustausch usw. Sie langfristig produktiver arbeiten lassen? Befragungszeitraum: 23.07. - 04.08.2020

	Total	Personen im Haushalt			
		1 Person	2 Personen	3 Personen	4+ Personen
Basis (=100%)	1003 %	223 %	312 %	219 %	250 %
ja	52	44	54	53	56
nein	41	45	41	43	37
weiß nicht / keine Angabe	7	12	5	4	7
Summe	100	100	100	100	100

Aufgrund von Rundungen ist es möglich, dass die dargestellten Prozentangaben geringfügig von der Gesamtprozentzahl 100 abweichen.

TABELLE 5.7:
PRÄVENTION VON DIGITALEM STRESS AM ARBEITSPLATZ
ÜBERSICHT „SEHR STARK + STARK“, „EHER STARK + EHER WENIG“,
„WENIG + GAR NICHT“, „WEISS NICHT / KEINE ANGABE“

Stichwort „Digitaler Stress am Arbeitsplatz“: Wie stark wünschen Sie sich die folgenden Maßnahmen und Vorgaben von Ihrem Arbeitgeber zur Prävention? Befragungszeitraum: 23.07. - 04.08.2020

Klare Vorgaben dazu, welches digitale Tool für welchen Anwendungsfall genutzt werden soll.

	Total	Personen im Haushalt			
		1 Person	2 Personen	3 Personen	4+ Personen
Basis (=100%)	1003 %	223 %	312 %	219 %	250 %
sehr stark + stark	30	23	35	28	32
eher stark + eher wenig	28	22	25	25	38
wenig + gar nicht	31	35	31	36	22
weiß nicht / keine Angabe	11	19	9	11	8
Summe	100	100	100	100	100

Aufgrund von Rundungen ist es möglich, dass die dargestellten Prozentangaben geringfügig von der Gesamtprozentzahl 100 abweichen.

TABELLE 5.8:
PRÄVENTION VON DIGITALEM STRESS AM ARBEITSPLATZ
ÜBERSICHT „SEHR STARK + STARK“, „EHER STARK + EHER WENIG“,
„WENIG + GAR NICHT“, „WEISS NICHT / KEINE ANGABE“

Stichwort „Digitaler Stress am Arbeitsplatz“: Wie stark wünschen Sie sich die folgenden Maßnahmen und Vorgaben von Ihrem Arbeitgeber zur Prävention?
 Befragungszeitraum: 23.07. - 04.08.2020

Offizielle Regelungen zur digitalen Erreichbarkeit

	Total	Personen im Haushalt			
		1 Person	2 Personen	3 Personen	4+ Personen
Basis (=100%)	1003 %	223 %	312 %	219 %	250 %
sehr stark + stark	38	30	41	39	41
eher stark + eher wenig	33	30	28	31	41
wenig + gar nicht	22	27	21	26	15
weiß nicht / keine Angabe	8	13	10	4	3
Summe	100	100	100	100	100

Aufgrund von Rundungen ist es möglich, dass die dargestellten Prozentangaben geringfügig von der Gesamtprozentzahl 100 abweichen.

ABBILDUNG 5.9:
PRÄVENTION VON DIGITALEM STRESS AM ARBEITSPLATZ
ÜBERSICHT „SEHR STARK + STARK“, „EHER STARK + EHER WENIG“,
„WENIG + GAR NICHT“, „WEISS NICHT / KEINE ANGABE“

Stichwort „Digitaler Stress am Arbeitsplatz“: Wie stark wünschen Sie sich die folgenden Maßnahmen und Vorgaben von Ihrem Arbeitgeber zur Prävention?
 Befragungszeitraum: 23.07. - 04.08.2020

Flexible Arbeitszeit- und Arbeitsortmodelle, die sich an die Bedürfnisse der Mitarbeitenden ausrichten.

	Total	Personen im Haushalt			
		1 Person	2 Personen	3 Personen	4+ Personen
Basis (=100%)	1003 %	223 %	312 %	219 %	250 %
sehr stark + stark	56	53	58	56	57
eher stark + eher wenig	20	16	15	24	27
wenig + gar nicht	14	16	17	14	8
weiß nicht / keine Angabe	10	14	9	6	8
Summe	100	100	100	100	100

Aufgrund von Rundungen ist es möglich, dass die dargestellten Prozentangaben geringfügig von der Gesamtprozentzahl 100 abweichen.

5.7 Monatliches Haushaltsnettoeinkommen

Zu guter Letzt soll an dieser Stelle noch ein Blick auf das monatliche Haushaltsnettoeinkommen erfolgen. Betrachtet man dieses, so zeigt sich vor allem eines sehr deutlich: Die E-Mail kommt weit überdurchschnittlich häufig bei Berufstätigen aus einem Haushalt mit einem hohen monatlichen Nettoeinkommen von über 3500 Euro zum Einsatz.

Ist es durchschnittlich nur die Hälfte der Befragten, sind es aus dieser Gruppe sogar über zwei Drittel, die die elektronische Post sehr häufig bzw. häufig für den direkten Austausch mit ihren ArbeitskollegInnen nutzen.

TABELLE 5.10:
NUTZUNG FIRMENEIGENER KOMMUNIKATIONSMITTEL:
ÜBERSICHT „SEHR HÄUFIG“, „HÄUFIG“, „EHER HÄUFIG“,
„EHER SELTEN“, „SELTEN“, „NIE“, „WEISS NICHT / KEINE ANGABE“

Nach dem Corona-Lockdown: Welche der folgenden firmeneigenen Kommunikationsinstrumente nutzen Sie momentan wie häufig für den direkten Austausch mit Ihren Kollegen? Befragungszeitraum: 23.07. - 04.08.2020

E-Mail



	Total	Haushaltsnettoeinkommen (Euro)			
		- u. 1500	1500 - u. 2500	2500 - u. 3500	3500 +
Basis (=100%)	1003 %	84 %	154 %	181 %	384 %
sehr häufig	27	15	22	28	38
häufig	23	14	20	19	30
eher häufig	3	2	1	2	4
eher selten	7	5	9	7	5
selten	13	19	12	17	7
nie	27	45	36	27	15
Top-Two	50	29	41	46	68
Bottom-Two	40	64	49	44	22
weiß nicht / keine Angabe	0	1	0	-	1
Summe	100	100	100	100	100

Aufgrund von Rundungen ist es möglich, dass die dargestellten Prozentangaben geringfügig von der Gesamtprozentzahl 100 abweichen.

Ebenfalls offensichtlich: Es sind auch die Besserverdienenden, die überdurchschnittlich oft glauben, dass digitale Werkzeuge wie Intranet, virtuelle Arbeitsräume und

Dateiaustausch sie auch langfristig produktiver arbeiten lassen. Fast zwei Drittel (62 Prozent) von ihnen bejahen dies.

TABELLE 5.11:
LANGFRISTIGE PRODUKTIVITÄT DURCH
DIGITALISIERUNG „JA“, „NEIN“, „WEISS NICHT / KEINE ANGABE“

Die Corona-Krise hat die interne Digitalisierung in vielen Unternehmen beschleunigt: Glauben Sie, dass die aktuell in Ihrem Unternehmen vorhandenen digitalen Werkzeuge wie zum Beispiel Intranet, virtuelle Arbeitsräume, Dateiaustausch usw. Sie langfristig produktiver arbeiten lassen? Befragungszeitraum: 23.07. - 04.08.2020



	Total	Haushaltsnettoeinkommen (Euro)			
		- u. 1500	1500 - u. 2500	2500 - u. 3500	3500 +
Basis (=100%)	1003 %	84 %	154 %	181 %	384 %
ja	52	41	52	50	62
nein	41	49	43	42	35
weiß nicht / keine Angabe	7	9	5	7	3
Summe	100	100	100	100	100

Aufgrund von Rundungen ist es möglich, dass die dargestellten Prozentangaben geringfügig von der Gesamtprozentzahl 100 abweichen.

Abschließend lässt sich zudem festhalten: Speziell flexible Arbeitszeit- und Arbeitsortmodelle, die sich an den Bedürfnissen der Mitarbeitenden orientieren, werden besonders stark von den BesserverdienerInnen zur Prävention von digitalem Stress gewünscht. Sind es durchschnittlich zwar auch schon

über die Hälfte der StudienteilnehmerInnen, die sich dies von ihrem Arbeitgeber erhoffen, sind es bei den Befragten mit einem monatlichen Haushaltsnettoeinkommen von über 3500 Euro sogar fast zwei Drittel (63 Prozent).

Fazit: Die Ergebnisse legen nahe, dass mit der Höhe des monatlichen Haushaltsnettoeinkommens auch die digitale berufliche Kommunikation, die positive Wahrnehmung des Nutzens digitaler Tools, aber gleichzeitig auch der starke Wunsch nach flexiblen Arbeitszeit- und Arbeitsortmodellen steigt.

Hier lässt sich auch eine Parallele zu den Altersklassen und Bildungsniveaus entdecken: Die jüngeren Berufstätigen greifen besonders häufig auf die digitale Kommunikation via Chat zurück, glauben am öftesten, dass innovative, moderne Tools auch langfristig die Produktivität steigern und wünschen sich am stärksten flexible Arbeitsmodelle.

Vergleichbares lässt sich für die Befragten mit Abitur und Universitätsabschluss feststellen. Geht man nun davon aus, dass die jüngeren Berufstätigen, besser Gebildeten gut dotierte Positionen bekleiden bzw. im Familienverbund beide Geschlechter berufstätig sind, was das monatliche Haushaltsnettoeinkommen entsprechend erhöht, so lässt sich daraus Folgendes ableiten: Alter, Bildungsniveau und Haushaltsnettoeinkommen sind zentrale Einflussfaktoren dafür, wie Berufstätige ihre digitale Arbeitswelt wahrnehmen.

TABELLE 5.12:
PRÄVENTION VON DIGITALEM STRESS AM ARBEITSPLATZ
ÜBERSICHT „SEHR STARK“, „STARK“, „EHER STARK“, „EHER WENIG“,
„WENIG“, „GAR NICHT“, „WEISS NICHT / KEINE ANGABE“

Stichwort „Digitaler Stress am Arbeitsplatz“: Wie stark wünschen Sie sich die folgenden Maßnahmen und Vorgaben von Ihrem Arbeitgeber zur Prävention?
 Befragungszeitraum: 23.07. - 04.08.2020

Flexible Arbeitszeit- und Arbeitsortmodelle, die sich an die Bedürfnisse der Mitarbeitenden ausrichten.



	Total	Haushaltsnettoeinkommen (Euro)			
		- u. 1500	1500 - u. 2500	2500 - u. 3500	3500 +
Basis (=100%)	1003 %	84 %	154 %	181 %	384 %
sehr stark	31	32	34	18	39
stark	25	14	20	33	25
eher stark	12	4	13	16	13
eher wenig	8	2	11	7	10
wenig	6	18	3	7	4
gar nicht	8	15	10	9	4
Top-Two	56	46	54	52	63
Bottom-Two	14	33	13	17	7
weiß nicht / keine Angabe	10	16	9	9	7
Summe	100	100	100	100	100

Aufgrund von Rundungen ist es möglich, dass die dargestellten Prozentangaben geringfügig von der Gesamtprozentzahl 100 abweichen.





HIRSCHTEC

www.hirschtec.eu