



## Arbeit 3.0

Arbeiten in der digitalen Welt

## ■ Impressum

Herausgeber:	BITKOM Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e. V. Albrechtstraße 10 A 10117 Berlin-Mitte Tel.: 030.27576-0 Fax: 030.27576-400 bitkom@bitkom.org www.bitkom.org
Ansprechpartner:	Dr. Stephan Pfisterer (BITKOM) Tel.: 030.27576- 135 s.pfisterer@bitkom.org  Andreas Streim (BITKOM) Tel.: 030.27576- 112 a.streim@bitkom.org  Katja Hampe (Bitkom Research GmbH) Tel.: 030.944002-45 k.hampe@bitkom-research.de
Copyright:	BITKOM 2013
Redaktion:	Stephan Pfisterer (BITKOM), Andreas Streim (BITKOM) Katja Hampe (Bitkom Research GmbH)
Grafik/Layout:	Design Bureau kokliko/ Christine Holzmann/ Astrid Scheibe (BITKOM)
Titelbild:	Astrid Scheibe (BITKOM)

Diese Publikation stellt eine allgemeine unverbindliche Information dar. Die Inhalte spiegeln die Auffassung im BITKOM zum Zeitpunkt der Veröffentlichung wider. Obwohl die Informationen mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt wurden, besteht kein Anspruch auf sachliche Richtigkeit, Vollständigkeit und/oder Aktualität, insbesondere kann diese Publikation nicht den besonderen Umständen des Einzelfalles Rechnung tragen. Eine Verwendung liegt daher in der eigenen Verantwortung des Lesers. Jegliche Haftung wird ausgeschlossen. Alle Rechte, auch der auszugsweisen Vervielfältigung, liegen beim BITKOM.

# Arbeit 3.0

Arbeiten in der digitalen Welt

# Inhaltsverzeichnis

	Vorwort	4
	Studienergebnisse im Überblick	5
1	Einsatz von ITK-Geräten am Arbeitsplatz	7
1.1	Ausstattung mit ITK-Geräten, die der Arbeitgeber zur Verfügung stellt	7
1.2	Einsatz von privat angeschafften Geräten bei der Arbeit	8
2	Home Office, mobiles und vernetztes Arbeiten	9
2.1	Arbeit im Home Office	9
2.1.1	Verbreitung der Telearbeit	9
2.1.2	Gründe für die Arbeit im Home Office	10
2.1.3	Akzeptanz von Home Office	11
2.2	Mobiles Arbeiten	13
2.2.1	Arbeitsorte von Berufstätigen	13
2.2.2	Unterwegs genutzte Anwendungen und Daten	15
2.2.3	Tätigkeiten auf dem Weg zur Arbeit	17
2.2.4	Bedeutung von Freelancern	19
2.3	Vernetztes Arbeiten	21
2.3.1	Einsatz von Social Media in den Unternehmen	21
2.3.2	Teilen von Wissen mit den Kollegen	23
3	Arbeit außerhalb der regulären Arbeitszeit	25
3.1	Erreichbarkeit: Erwartungen und Regeln der Unternehmen	25
3.2	Erreichbarkeit: Einschätzung der Berufstätigen	28
4	Handlungsempfehlungen des BITKOM	31
	Arbeit 3.0 aktiv gestalten: Regeln für Arbeitgeber und Arbeitnehmer im Überblick	32
	Untersuchungsdesign und Methodik	33

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Ausstattung von Erwerbstätigen mit ITK-Geräten, die vom Arbeitgeber zur Verfügung gestellt werden	7
Abbildung 2: Nutzung privat angeschaffter Geräte für die Arbeit	8
Abbildung 3: Berufstätige, die ganz oder teilweise zu Hause arbeiten	9
Abbildung 4: Gründe für die Arbeit im Home Office	10
Abbildung 5: Einstellung von Erwerbstätigen zur Arbeit im Home Office	11
Abbildung 6: Einstellung von Personalverantwortlichen und Entscheidern zur Arbeit im Home Office	12
Abbildung 7 (links): Wo arbeiten wir mit mobilen Endgeräten außerhalb des Büros?	14
Abbildung 8: Mobile Online-Nutzung von betrieblichen Anwendungen	16
Abbildung 9: Berufliche Tätigkeiten auf dem Weg zur Arbeit	18
Abbildung 10: Anteil von Freelancern in den Unternehmen	20
Abbildung 11: Social-Media-Einsatz zur Kommunikation mit den Mitarbeitern	21
Abbildung 12: Einstellung von Beschäftigten zum Social-Media-Einsatz in Unternehmen	22
Abbildung 13: Mehrheit der Beschäftigten teilt gerne ihr Wissen mit Kollegen	23
Abbildung 14 : Einstellung der Beschäftigten zum Teilen von Wissen	24
Abbildung 15: Erwartungen von Unternehmen an die Erreichbarkeit von Mitarbeitern	26
Abbildung 16: Regeln für die Erreichbarkeit außerhalb der Arbeit	27
Abbildung 17: Erreichbarkeit von Beschäftigten außerhalb der Arbeitszeiten	28
Abbildung 18: Erreichbarkeit von Beschäftigten außerhalb der Arbeitszeiten	29
Abbildung 19: Berufliche E-Mails stets im Blick?	30

## Vorwort



Prof. Dieter Kempf  
BITKOM Präsident,

Moderne Kommunikationsmittel verändern die Welt – und vor allem die Arbeitswelt. Mobile Endgeräte – insbesondere Notebooks, Smartphones und Tablet Computer – sowie leistungsfähige Daten- und Sprachverbindungen schaffen die Voraussetzung dafür, dass wir nicht mehr auf eine fest installierte Büro-Infrastruktur angewiesen sind, um effizient arbeiten zu können. Arbeit wird auf diese Weise flexibler. Es entstehen Freiräume für Beschäftigte, wenn private und berufliche Aufgaben besser aufeinander abgestimmt werden können. Es entstehen aber auch Ansprüche. Manche Arbeitnehmer fühlen sich herausgefordert, für ihren Arbeitgeber permanent erreichbar zu sein. Es besteht die Gefahr, nicht mehr »abschalten« zu können – und sich damit zu überfordern.

Die Verfügbarkeit von mobilen Endgeräten, ihr Einsatz für berufliche Zwecke, aber auch die Einstellungen von Arbeitgebern und Beschäftigten waren 2012 mehrfach Gegenstand von repräsentativen Befragungen des Hightech-Verbandes. Die Ergebnisse dieser Befragungen werden hier in komprimierter Form vorgelegt.

BITKOM will mit dem vorliegenden Studienbericht zur Versachlichung einer oft hoch emotional geführten Debatte beitragen. Die Arbeitswelt ist in einem tief greifenden Umbruch begriffen, traditionelle Arbeitszeitmodelle greifen nicht mehr. Die industrielle Revolution hatte erstmals in der Geschichte eine radikale räumliche Trennung von Arbeit und privatem Leben eingeführt. Es hat in der ersten Hälfte des 19. Jahrhunderts eine ganze Generation gedauert, diesen Wandel mental zu bewältigen. Heute erleben wir durch die fast allgegenwärtige Nutzung mobiler Endgeräte eine gegenläufige Bewegung. Diese vollzieht sich in atemberaubendem Tempo. Arbeit und Privatleben vermischen sich zunehmend. Wir müssen umdenken, um mit den Anforderungen aus beiden Bereichen souverän umzugehen. Die Zahlen zeigen: Panik ist nicht angesagt. Aber ein hohes Maß an Aufmerksamkeit für einen grundlegenden Kulturwandel in Wirtschaft und Gesellschaft.

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'DK', located at the bottom right of the page.

## Studienergebnisse im Überblick

### ■ Hoher Ausstattungsgrad der Erwerbstätigen mit ITK-Technik

- Computer und Mobiltelefone gehören inzwischen zur Standardausstattung von Beschäftigten. 6 von 10 Beschäftigten erhalten einen stationären Computer vom Arbeitgeber, 17 Prozent erhalten ein Handy und 10 Prozent ein Smartphone.
- Auch private Geräte werden häufig für die Arbeit eingesetzt. An erster Stelle stehen dabei das Notebook (35 Prozent), gefolgt vom stationären PC (32 Prozent) und dem herkömmlichen Handy (31 Prozent).

### ■ Arbeit im Home Office: Starke Verbreitung – geteilte Meinung sowohl bei Beschäftigten als auch bei Personalverantwortlichen

- Fast jeder zweite Berufstätige (45 Prozent) arbeitet zumindest hin und wieder von zu Hause aus, ein Drittel aller Berufstätigen sogar regelmäßig.
- Bei der Bewertung der Telearbeit halten sich Lob und Skepsis die Waage: Einerseits glauben Arbeitnehmer und Personaler in etwa gleichermaßen, dass Telearbeit zufriedener macht und einen Gewinn an zeitlicher Flexibilität bedeutet. Andererseits befürchten viele, dass die Telearbeit zur starken Vermischung von Beruf und Freizeit führt (56 Prozent der Berufstätigen), die Karriere bremst (25 Prozent der Berufstätigen bzw. 23 Prozent der Personaler/Entscheider) oder die Kommunikation mit den Mitarbeitern hemmt (60 Prozent der Personaler/Entscheider).

### ■ Mobile Geräte fördern örtlich flexibles Arbeiten

- Drei von vier Arbeitnehmern, die bei ihrer Arbeit auch mobile Geräte nutzen, setzen diese zumindest hin und wieder außerhalb des Büros ein. Auf dem Weg zur Arbeit nutzt sie jeder zweite.
- Bei den Arbeitsorten außerhalb des Büros belegt das Home Office mit 62 Prozent Platz eins. Mit deutlichem Abstand folgen das Auto (22 Prozent), die Bahn (20 Prozent) und der Nahverkehr (19 Prozent).
- Arbeiten die Beschäftigten unterwegs mit mobilen Geräten, so greifen sie bei den betrieblichen Anwendungen am häufigsten auf E-Mails bzw. den Kalender zu (28 Prozent). Nur etwa jeder Siebte nutzt unternehmensspezifische Programme oder arbeitet an Dokumenten (15 Prozent).

### ■ Mehrheit der Unternehmen organisiert interne Kommunikation auch über soziale Medien

- Nur rund ein Drittel der Unternehmen setzt überhaupt nicht auf Social Media, um den internen Austausch von Mitarbeitern zu organisieren (32 Prozent). Vor allem größere Unternehmen haben entsprechende Lösungen installiert. Das klassische Intranet führt dabei die Rangliste der internen Social Media Tools an (57 Prozent).

## ■ Entstehung einer Arbeitskultur der Shareconomy

- Grundsätzlich stehen die Beschäftigten dem Einsatz von Social Media in Unternehmen und dem Teilen von Informationen mit Kollegen positiv gegenüber. Eine klare Mehrheit gibt an, gerne Ideen und Informationen mit Kollegen zu teilen. Darüber hinaus stimmen auch zwei Drittel der Beschäftigten der Aussage zu, dass die Arbeitsergebnisse durch den Informationsaustausch besser werden (63 Prozent). Andererseits befürchtet jeder dritte Beschäftigte, dass das Teilen von Ideen und Wissen zum Profit anderer führt und man selbst leer ausgeht.

## ■ Erwartungen an die Erreichbarkeit werden von Beschäftigten übererfüllt

- Knapp 29 Prozent der Unternehmen wünschen generell keine Erreichbarkeit ihrer Beschäftigten vor oder nach Dienstschluss, weitere knapp 28 Prozent begrenzen den Anspruch auf Erreichbarkeit auf wenige Ausnahmefälle.
- Die überwiegende Mehrheit der Unternehmen hat keine strukturierten Vereinbarungen zum Thema »Erreichbarkeit« (62 Prozent).
- Während 57 Prozent der Unternehmen nie oder nur in Ausnahmefällen die Erreichbarkeit außerhalb der regulären Arbeitszeit einfordern, sind nur ein Drittel der Beschäftigten, die ITK-Geräte bei ihrer täglichen Arbeit einsetzen, grundsätzlich nicht bzw. nur in Ausnahmefällen bereit, für ihren Arbeitgeber zu ungewöhnlichen Zeiten zur Verfügung zu stehen.



# 1 Einsatz von ITK-Geräten am Arbeitsplatz

Moderne Informations- und Kommunikationstechnologien sind heute nicht nur in unserem Alltag, sondern auch in unserem Arbeitsleben unverzichtbar. Doch welche Geräte setzen Erwerbstätige ein bzw. welche Geräte stellen ihnen die Unternehmen zur Verfügung? Nach den Ergebnissen dieser Studie haben sich Computer und Handy in nahezu allen Berufen durchgesetzt und gehören zur Standardausstattung. Auch die Nutzung privater Geräte für berufliche Zwecke ist kein Einzelfall mehr.

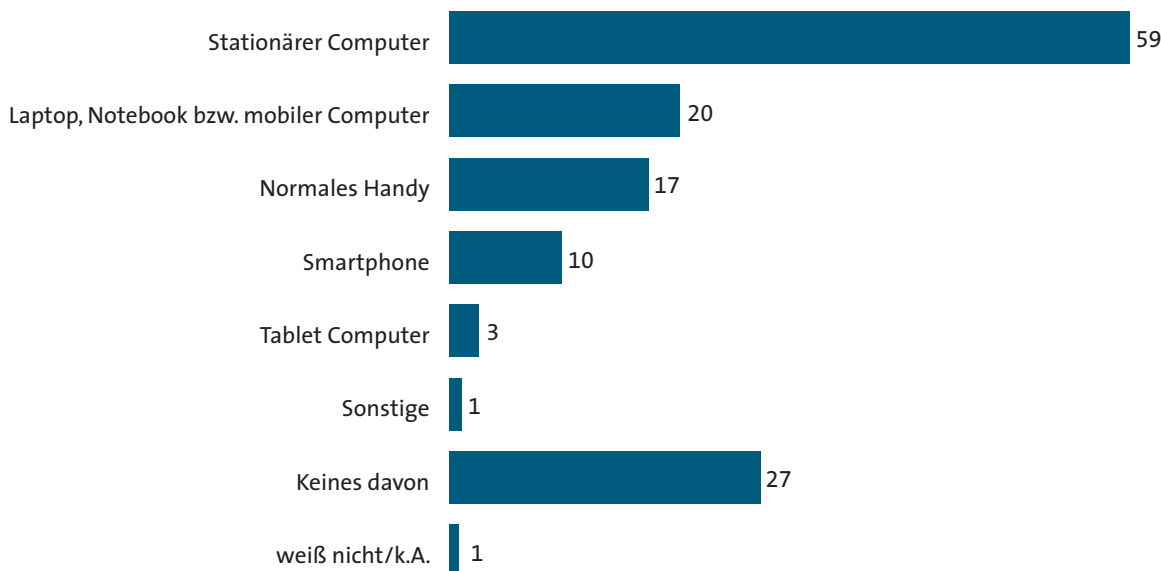
87 Prozent aller Berufstätigen arbeiten mit einem Computer<sup>1</sup> und 67 Prozent mit Handy oder Smartphone – entweder vom Arbeitgeber gestellt oder privat angeschafft. Dabei geht der Trend zum mobilen Arbeiten. Laut Umfrage nutzen 79 Prozent aller Erwerbstätigen für ihre tägliche Arbeit mobile Geräte, also Notebooks, Tablet

Computer, Smartphones oder Handys. Tablet Computer kommen bislang bei 9 Prozent zum Einsatz.

## 1.1 Ausstattung mit ITK-Geräten, die der Arbeitgeber zur Verfügung stellt

Von ihrem Arbeitgeber erhalten 59 Prozent der Berufstätigen einen stationären Computer und 20 Prozent ein Notebook. 17 Prozent werden mit einem herkömmlichen Handy und jeder Zehnte mit einem Smartphone ausgestattet.

Ausstattung von Erwerbstätigen mit ITK-Geräten, die vom Arbeitgeber zur Verfügung gestellt werden



Basis: 505 Berufstätige ab 16 Jahren

Angaben in Prozent

Frage: Welche Geräte werden Ihnen von Ihrem Arbeitgeber für Ihre tägliche Arbeit zur Verfügung gestellt? (Mehrfachnennung möglich)

Abbildung 1: Ausstattung von Erwerbstätigen mit ITK-Geräten, die vom Arbeitgeber zur Verfügung gestellt werden

<sup>1</sup> Mit Computern sind hier stationärer PC, Tablet Computer oder Laptops gemeint.

Betrachtet man die Ergebnisse nach dem Schwerpunkt der beruflichen Tätigkeit der Befragten, zeigt sich in allen Berufsfeldern ein hoher Ausstattungsgrad der Erwerbstätigen mit ITK-Technik. Ob kaufmännischer Bereich, Gesundheitswesen, Agrarwirtschaft oder Handwerk: In keinem Sektor liegt die Ausstattungsquote mit mindestens einem der Geräte unter 60%.<sup>2</sup>

Zwar ist bislang erst ein kleiner Teil der Beschäftigten mit einem Tablet Computer ausgestattet, jedoch setzt bereits jedes dritte Unternehmen diese Geräte ein.

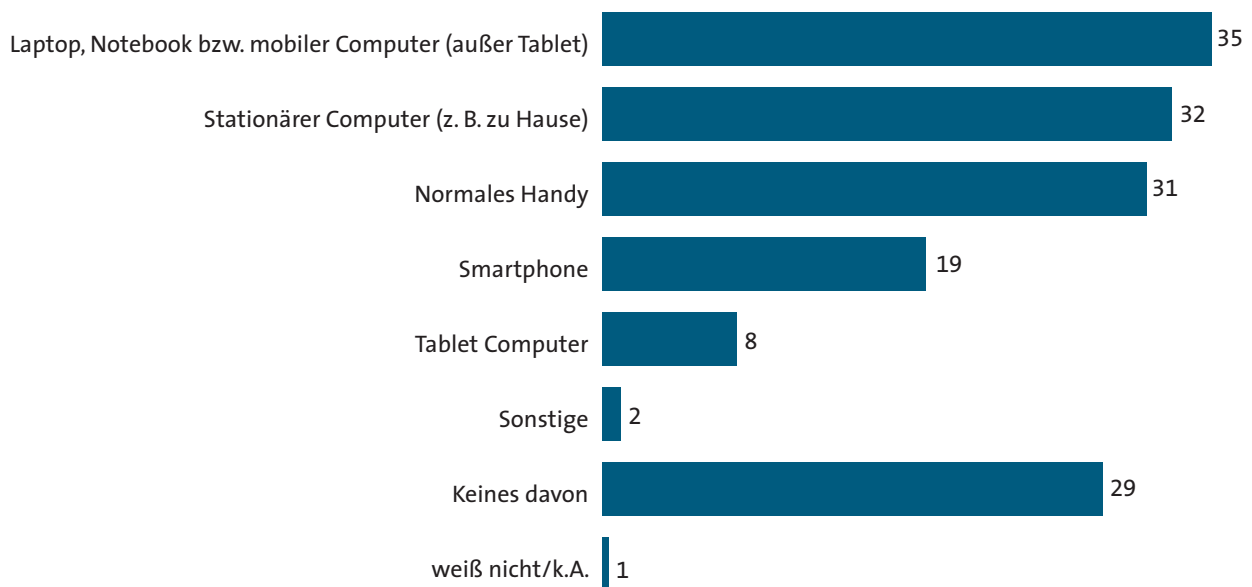
## ■ 1.2 Einsatz von privat angeschafften Geräten bei der Arbeit

Auch der Einsatz privat angeschaffter Notebooks, Smartphones und Tablet Computer ist stark verbreitet, denn

für die tägliche Arbeit benutzen bereits 71 Prozent der Erwerbstätigen ihre eigenen Geräte. An erster Stelle wird dabei das Notebook genannt (35 Prozent), gefolgt vom stationären Computer (32 Prozent) und dem Handy (31 Prozent).

Dies deckt sich mit den Ergebnissen der Unternehmensbefragung: Hier geben 27% der Befragten an, dass Mitarbeiter ihre privaten Notebooks, Smartphones oder Tablet Computer bei der Arbeit nutzen. Das Thema »Bring Your Own Device« wirft allerdings sicherheitstechnische sowie rechtliche Fragen auf, wenn Mitarbeiter mit ihren privaten Geräten auf das interne Netzwerk einer Organisation zugreifen. Der BITKOM hat dazu kürzlich einen Leitfaden für Unternehmen veröffentlicht, der die wichtigsten Fragen beantwortet<sup>3</sup>.

Nutzung privat angeschaffter Geräte für die Arbeit



Basis: 505 Berufstätige ab 16 Jahren

Angaben in Prozent

Frage: Welche privat angeschafften Geräte nutzen Sie für Ihre tägliche Arbeit? (Mehrfachnennung möglich)

Abbildung 2: Nutzung privat angeschaffter Geräte für die Arbeit

<sup>2</sup> Erwartungsgemäß setzen Befragte mit kaufmännischen Berufen am häufigsten ITK-Geräte für die Arbeit ein (77 Prozent).

<sup>3</sup> Der BITKOM-Leitfaden zu BYOD ist abrufbar unter: [http://www.bitkom.org/de/publikationen/38337\\_75275.aspx](http://www.bitkom.org/de/publikationen/38337_75275.aspx)

## 2 Home Office, mobiles und vernetztes Arbeiten

Neue Technologien aus der ITK-Branche führen immer wieder zu grundlegenden Veränderungen der Arbeitswelt. In den 1980er und 1990er Jahren war es der PC, später das Internet und heute sind es Smartphones, Tablet Computer, Cloud Computing und die sozialen Medien. Die Veränderungen sind positiv, weil Arbeit mobiler, flexibler und schneller wird. Sie bergen aber auch Herausforderungen und Risiken, beispielhaft sei etwa das Problem der ständigen Erreichbarkeit genannt.

Mobile Technologien ermöglichen flexible Arbeitsmodelle nicht nur, sie fordern diese geradezu heraus. Flexible Arbeitsmodelle heißt, dass Arbeit ganz oder teilweise von festen Arbeitszeiten und einem festen Arbeitsplatz entkoppelt wird. Entscheidend ist, welche Ergebnisse erzielt werden.

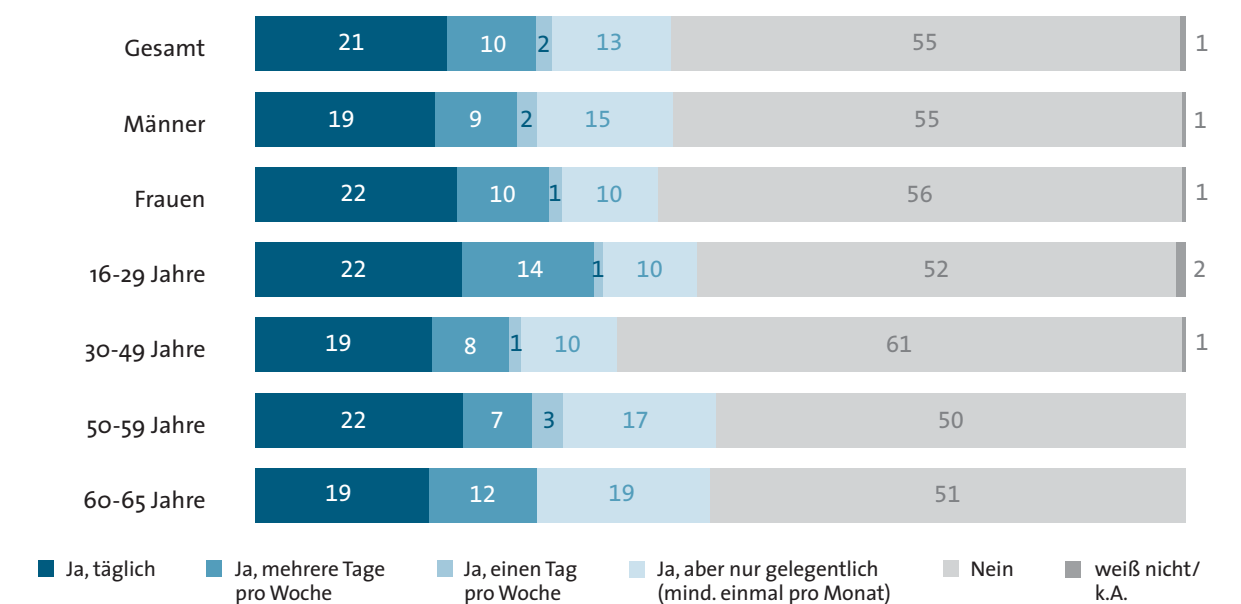
### 2.1 Arbeit im Home Office

Ein entscheidender Schritt auf dem Weg zu flexibleren Arbeitsbedingungen ist die Möglichkeit, von zu Hause aus zu arbeiten.

#### 2.1.1 Verbreitung der Telearbeit

Das Arbeiten im Home Office ist inzwischen weit verbreitet. Fast jeder zweite Berufstätige (45 Prozent) arbeitet zumindest hin und wieder von zu Hause aus. Ein Drittel aller Berufstätigen arbeitet sogar regelmäßig im Home Office, die meisten (21 Prozent) täglich oder an mehreren Tagen in der Woche (10 Prozent). Weitere 13 Prozent arbeiten zumindest gelegentlich von zu Hause.

Berufstätige, die ganz oder teilweise zu Hause arbeiten



Basis: 505 Berufstätige ab 16 Jahren

Angaben in Prozent

Frage: Arbeiten Sie ganz oder teilweise zu Hause?

Abbildung 3: Berufstätige, die ganz oder teilweise zu Hause arbeiten

Zwischen den Geschlechtern gibt es dabei kaum Unterschiede, ebenso ist Home Office in den Altersgruppen fast gleich verbreitet. Bei den 30- bis 49-Jährigen ist der Anteil derjenigen, die zumindest hin und wieder von zu Hause aus arbeiten am geringsten.

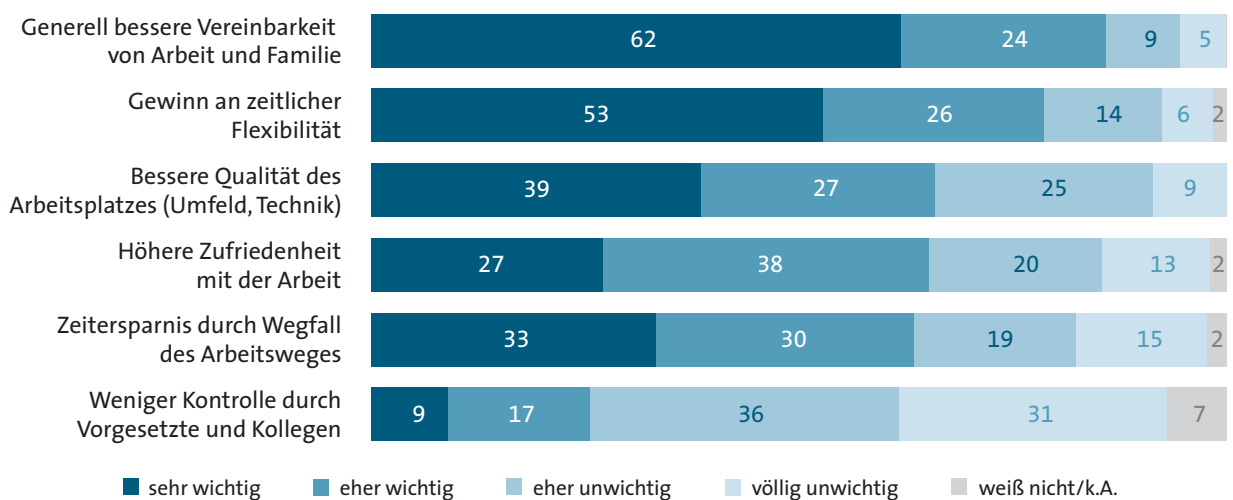
## 2.1.2 Gründe für die Arbeit im Home Office

Der wichtigste Grund für die Arbeit im Home Office ist für die Berufstätigen die bessere Vereinbarkeit von Arbeit und Familie sowie der – damit eng zusammenhängende – Gewinn an zeitlicher Flexibilität. Von denjenigen Berufstätigen, die zumindest hin und wieder von zu Hause arbeiten, bezeichnen fast 86 Prozent die bessere Vereinbarkeit von Arbeit und Familie und 79 Prozent die neu gewonnenen zeitliche Flexibilität als »sehr wichtigen« oder »eher wichtigen« Grund für die Entscheidung für das Home Office. Eine große Rolle spielt dabei für viele der Wegfall des Arbeitswegs, denn fast zwei Drittel nennen die dadurch gewonnene Zeit als weiteren wichtigen Grund.

Für ebenfalls rund zwei Drittel der im Home Office Arbeitenden spielt die Ausstattung des eigenen Arbeitsplatzes eine sehr oder eher wichtige Rolle. Zu Hause sind für sie Umfeld und Technik besser für das Arbeiten geeignet als im Büro. Ganz allgemein nennen zwei Drittel die höhere Zufriedenheit mit ihrer Arbeit von zu Hause aus als Beweggrund für das Home Office.

Eine im Vergleich dazu geringe Rolle spielt ein ganz anderer Grund, der in öffentlichen Debatten häufig stark betont wird. Wer zu Hause arbeitet unterliegt weniger Kontrolle durch Kollegen oder Vorgesetzte. Das nennt allerdings gerade einmal ein Viertel der von zu Hause aus Arbeitenden als wichtigen Grund für die Entscheidung für das Home Office – mehr als zwei Drittel bezeichnen das dagegen als unwichtig.

Gründe für die Arbeit im Home Office



Basis: 223 Berufstätige ab 16 Jahren, die zumindest zeitweise im Home Office arbeiten und elektronische Geräte für die Arbeit verwenden.

Angaben in Prozent

Frage: Ich lese Ihnen nun verschiedene Aussagen zum Thema Arbeiten von zu Hause bzw. im Home Office vor. Inwieweit stimmen Sie diesen Aussagen zu? Stimmen Sie diesen Aussagen voll zu, eher zu, eher nicht zu oder gar nicht zu.

Abbildung 4: Gründe für die Arbeit im Home Office

### 2.1.3 Akzeptanz von Home Office

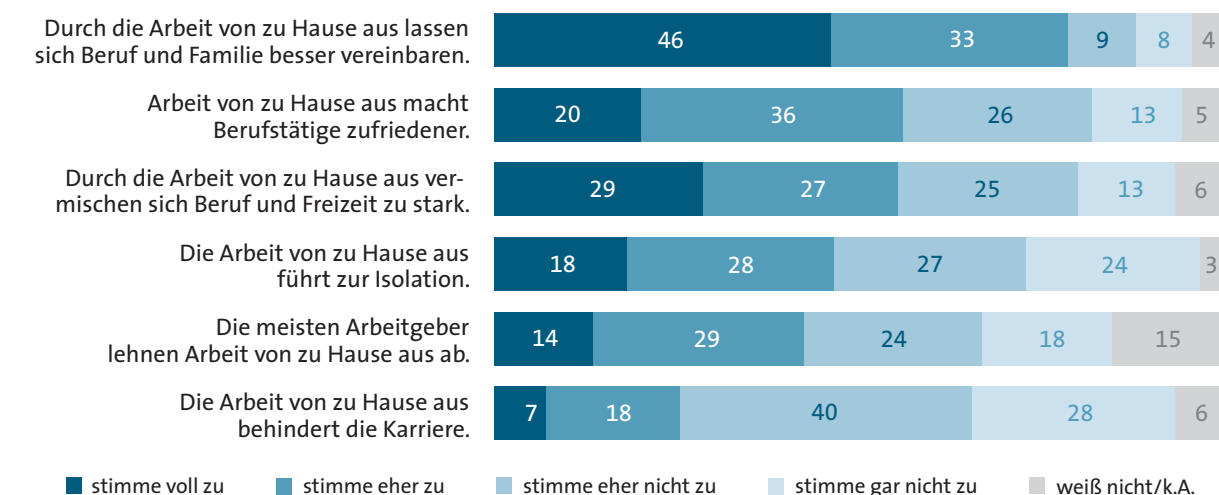
Sowohl Arbeitnehmer als auch Personalverantwortliche von Unternehmen sehen die Arbeit im Home Office grundsätzlich positiv. Das ist ein wichtiges Signal, da es dabei auch um die Akzeptanz von flexiblen Arbeitsmodellen generell geht, denn diese sind ohne Home Office kaum denkbar.

Vier von fünf Berufstätigen stimmen der Aussage zu, dass sich mit der Arbeit im Home Office Beruf und Familie besser miteinander vereinbaren lassen. 56 Prozent sagen, dass die Arbeit zu Hause zufriedener macht.

Es gibt aber auch viele skeptische Einschätzungen. Immerhin 57 Prozent sind der Meinung, dass sich bei der Arbeit im Home Office Beruf und Freizeit zu stark vermischen. 46 Prozent der Berufstätigen meinen gar, die Arbeit im Home Office führe zur Isolation. Eine oft gehörte Sorge wird dagegen nur von einer Minderheit geteilt: Nur ein Viertel der Befragten ist der Meinung, dass die Arbeit von zu Hause die Karriere behindert.

Dabei unterscheidet sich die Akzeptanz der Arbeit im Home Office weder zwischen den Geschlechtern noch zwischen den Altersgruppen signifikant. Auch die Verantwortlichen in den Unternehmen sehen die positiven Effekte der Arbeit von zu Hause. Eine große Mehrheit sagt, dass sie die Arbeit insgesamt flexibler und die Mitarbeiter zufriedener macht sowie dazu beiträgt, Fachkräfte an das Unternehmen zu binden. Lediglich 16 Prozent sagen, dass die Arbeit von zu Hause die Arbeitsleistung verringert. Trotz dieser positiven Effekte fördern nur 27 Prozent der befragten Unternehmen die Arbeit im Home Office aktiv. Doch auch bei den Personalverantwortlichen gibt es skeptische Stimmen. Fast ein Viertel ist der Meinung, dass die Arbeit im Home Office die Karriere bremst. 60 Prozent sagen, dass sie die Kommunikation zwischen den Mitarbeitern hemmt. Moderne Arbeitskonzepte sollten deshalb alles daran setzen, um diesen Nachteil zu minimieren.

Einstellung von Erwerbstätigen zur Arbeit im Home Office



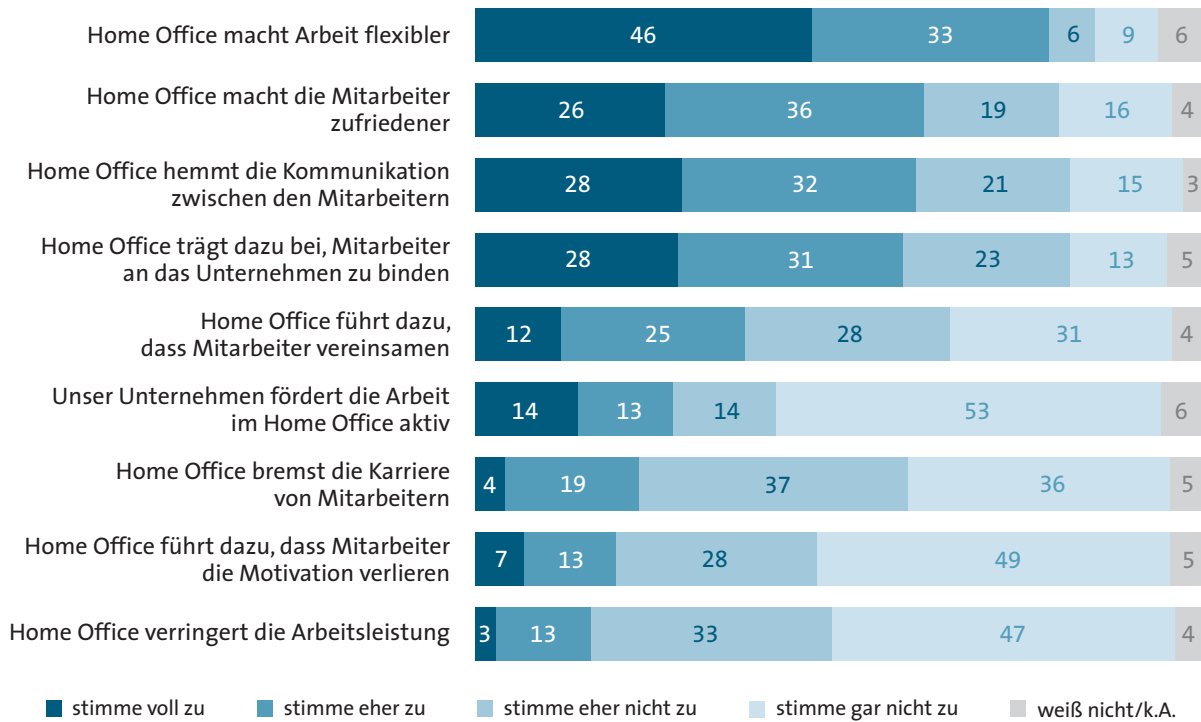
Basis: 505 Berufstätige ab 16 Jahren

Angaben in Prozent

Frage: Ich lese Ihnen nun verschiedene Aussagen zum Thema Arbeiten von zu Hause bzw. im Home Office vor. Inwieweit stimmen Sie diesen Aussagen zu? Stimmen Sie diesen Aussagen voll zu, eher zu, eher nicht zu oder gar nicht zu.

Abbildung 5: Einstellung von Erwerbstätigen zur Arbeit im Home Office

### Einstellung von Personalverantwortlichen und Entscheidern zur Arbeit im Home Office



Basis: 854 Entscheider der Führungsebene und Personalchefs von Unternehmen in Deutschland ab 3 Mitarbeitern    Angaben in Prozent

Frage: Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zum Thema Home-Office in Bezug auf Ihr Unternehmen zu?  
 Bitte sagen Sie mir ob Sie diesen Aussagen voll zustimmen, eher zustimmen, eher nicht zustimmen oder gar nicht zustimmen.

Abbildung 6: Einstellung von Personalverantwortlichen und Entscheidern zur Arbeit im Home Office

## ■ 2.2 Mobiles Arbeiten

Für geraume Zeit bedeutete die Diskussion um »flexible Arbeitsformen« vor allem die Frage nach den Arbeitszeiten und nach dem Arbeitsort – wobei dieser in aller Regel eine büroähnliche Situation darstellte mit Schreibtisch, Bildschirm, normalem Telefon- und möglichst breitbandigem Internetanschluss. Mit der nahezu flächendeckenden Versorgung mit leistungsfähigen Funknetzen, breitbandigen mobilen Datenverbindungen und komfortablen Endgeräten wie Smartphones und Tablet Computern wird flexibles Arbeiten von grundsätzlich jedem Ort aus möglich. Ob im Café oder im Zug, im Auto oder künftig auch im Flugzeug: Digitale Netze und smarte Endgeräte ermöglichen uns nicht nur die Arbeit außerhalb einer Büroumgebung, sondern bieten die Chance, auch nahezu immer dann online zu sein, wenn wir das wünschen. Sofern die jeweilige Unternehmenskultur dies zulässt, spielt die räumliche Nähe von Teammitgliedern kaum noch eine Rolle.

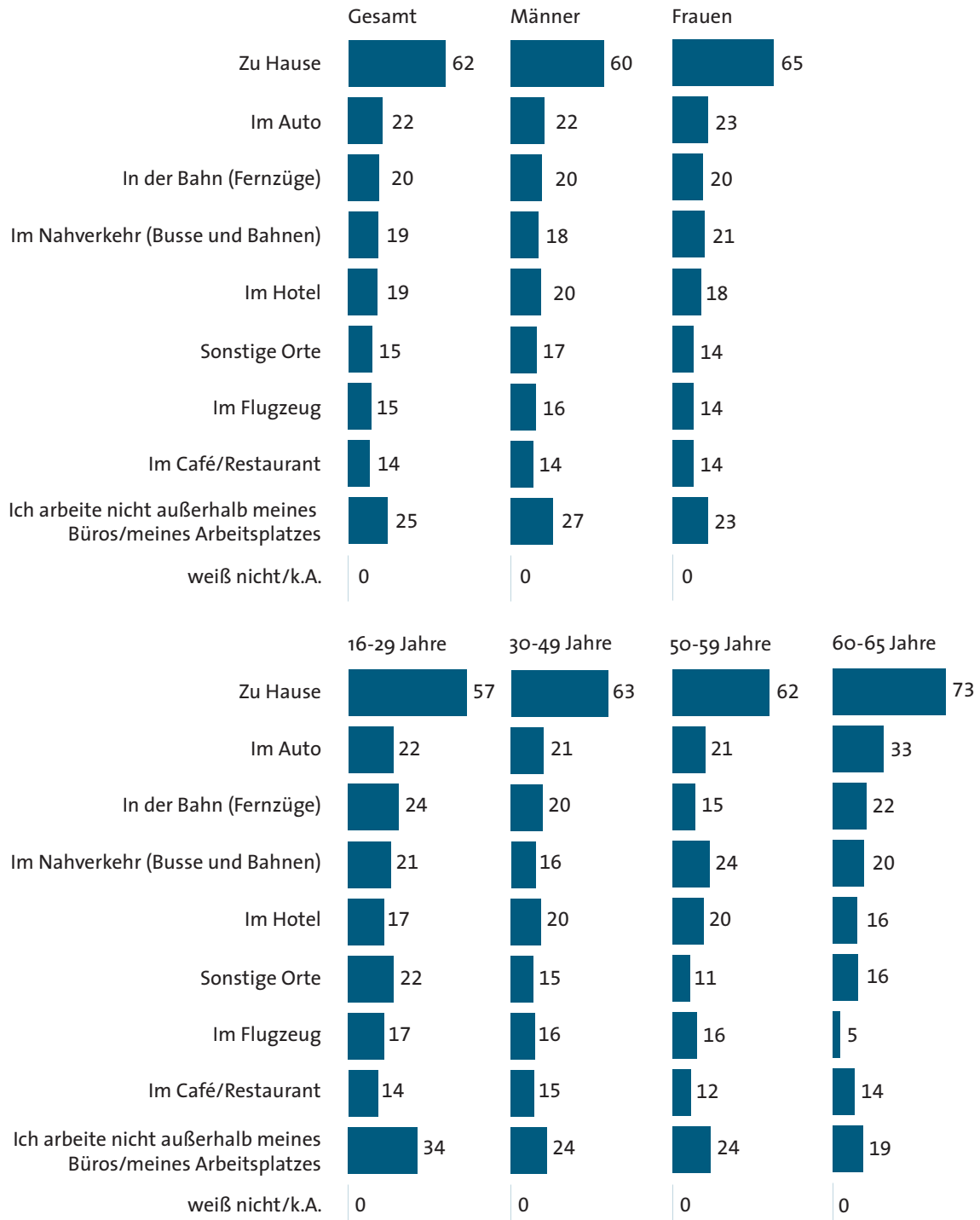
### 2.2.1 Arbeitsorte von Berufstätigen

Drei von vier Arbeitnehmern, die bei ihrer Arbeit auch mobile Geräte nutzen, tun dies zumindest hin und wieder außerhalb des Büros. Frauen liegen bei der Nutzung mobiler Technologien im Home Office vorne. 65 Prozent gegenüber 60 Prozent bei den Männern machen entsprechende Angaben, ein Wert, der angesichts der stärkeren Nutzung von Home Offices durch Frauen insgesamt nicht überrascht. Mit deutlichem Abstand folgen alle anderen potenziellen Arbeitsorte. Auf den ersten Blick erstaunt, dass das Auto als Arbeitsort mit gut 22 Prozent deutlich häufiger genannt wird als Fernzüge und Nahverkehr mit jeweils knapp unter 20 Prozent. Hier kann unterstellt werden, dass die Nutzung bestimmter Endgeräte ein differenziertes Bild ergeben würde (Laptops/Tablets in Zügen, Smartphones in Autos und im Nahverkehr).

Die Verfügbarkeit mobiler Arbeitsmittel fördert die Nutzung von Reisezeiten für berufliche Zwecke erheblich. Insgesamt arbeiten mehr als die Hälfte der Personen, die mobile Endgeräte für die tägliche Arbeit nutzen, auch unterwegs (55 Prozent). Betrachtet man alle Beschäftigten, so sind es 44 Prozent.

Interessant auch ein Blick auf die Nutzung nach Alter: Während die Gruppe »60 plus« deutlich das Auto präferiert (33 Prozent), spart sie das Flugzeug als Arbeitsort fast gänzlich aus (5 Prozent). Unterhalb der Grenze von 30 Jahren fällt auf, dass die Arbeit zuhause nur unterdurchschnittlich oft eine Rolle spielt (57 Prozent gegenüber 73 Prozent bei »60 plus«). Dafür nennen junge Arbeitnehmer ungewöhnliche (»sonstige«) Arbeitsorte mit 22 Prozent deutlich häufiger als Beschäftigte, die älter als 30 Jahre sind. Hier kann davon ausgegangen werden, dass typische Freizeitorte (Cafés, Ausflugsziele, Sportstätten etc.) selbstverständlich auch für kurze Arbeitsphasen genutzt werden. Hier deutet sich eine neue Kultur von Durchmischung von Arbeit und Freizeit durch die Verfügbarkeit mobiler Endgeräte an.

Wo arbeiten wir mit mobilen Endgeräten außerhalb des Büros?



Basis: 400 Berufstätige, die mobile elektronische Geräte für die tägliche Arbeit nutzen

Angaben in Prozent

Frage: An welchen Orten außerhalb des Büros bzw. Ihres festen Arbeitsplatzes arbeiten Sie zumindest hin und wieder mit Handy, Smartphone oder einem mobilen Computer?

Abbildung 7 (links): Wo arbeiten wir mit mobilen Endgeräten außerhalb des Büros?



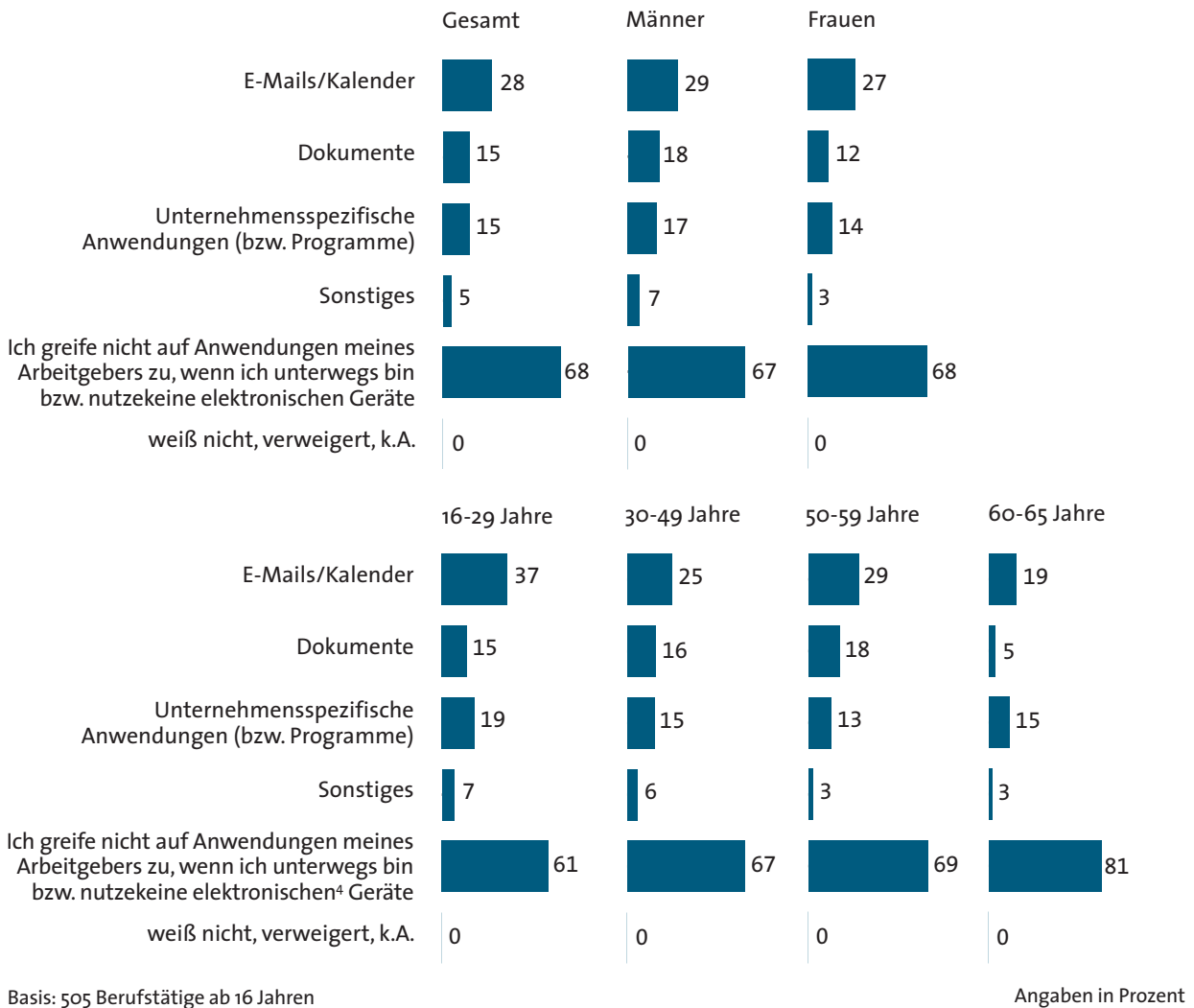
## 2.2.2 Unterwegs genutzte Anwendungen und Daten

Was genau tun Beschäftigte, wenn sie über mobile Endgeräte für Ihre Arbeit verfügen und diese auch nutzen? Geht es bei der Nutzung außerhalb von Büro um Home Office »nur« um kurze telefonische Abstimmungen mit Kollegen und Geschäftspartnern, um den schnellen Blick auf den Terminkalender oder den Maileingang? Oder spielen die Arbeit an Dokumenten und komplexere Anwendungen ebenfalls eine Rolle?

Sind die Beschäftigten unterwegs, stehen die Nutzung des Mobiltelefons oder das Surfen mit dem Smartphone offenbar unangefochten an der Spitze. 68 Prozent der Befragten geben an, in dieser Situation keine betrieblichen Anwendungen zu nutzen. Für das verbleibende knappe Drittel stehen E-Mails und Kalenderfunktionen an erster Stelle – also Anwendungen, die eine schnelle Information, Aktualisierung oder auch kurze Reaktionen auf eintreffende Anfragen ermöglichen. Dies ist vor allem für Jüngere ein nahezu selbstverständlicher Teil des Arbeitstages. 39 Prozent der unter Dreißigjährigen nutzen diese Möglichkeiten, aber nur halb so viele im Alter von 60 bis 65 Jahren (19 Prozent).

Deutlich geringer sind die Unterschiede beim Zugriff auf unternehmensspezifische Programme und die Arbeit an Dokumenten. Im Durchschnitt nahm jede siebte Person in der Befragung diese Optionen in Anspruch. Tendenziell liegen in diesen Bereichen Männer vorne (mit 17 bzw. 18 Prozent gegenüber 14 bzw. 12 Prozent). Signifikant ist der geringe Wert von 5 Prozent bei der Arbeit an Dokumenten bei den 60 bis 65jährigen. Die Nutzung von unternehmensspezifischen Anwendungen und Programmen ist innerhalb der Gruppe der über 30jährigen relativ homogen und fällt gegenüber dem Nutzungsverhalten der jüngsten Gruppe von Befragten nur um rund 5 Prozentpunkte ab.

## Mobile Online-Nutzung von betrieblichen Anwendungen



Basis: 505 Berufstätige ab 16 Jahren

Frage: Auf welche Daten und Anwendungen ihres Arbeitgebers greifen Sie online zu, wenn Sie unterwegs sind?

Abbildung 8: Mobile Online-Nutzung von betrieblichen Anwendungen

<sup>4</sup> Mit elektronischen Geräten sind in diesem Studienbericht die folgenden ITK-Geräte gemeint: Stationärer PC, Laptop, Notebook bzw. mobiler Computer, Tablet Computer, herkömmliches Handy und Smartphone.

### 2.2.3 Tätigkeiten auf dem Weg zur Arbeit

Sie gehören längst zum Alltag: Menschen, die in Bus und Bahn telefonieren, das Notebook aufklappen oder ihr Smartphone nutzen. Jeder zweite Arbeitnehmer, der mobile Endgeräte überhaupt beruflich nutzt, nutzt sie für diesen Zweck auch auf dem Weg zur Arbeit. Am häufigsten dabei anzutreffen sind die Best-Ager zwischen 50 und 59 Jahren (56 Prozent), während die 16- bis 29-Jährigen offenbar eine strengere Trennung von eigentlicher Arbeitszeit und Arbeitsweg vornehmen. Nur 40 Prozent von ihnen nutzen Mobilgeräten für berufliche Zwecke auf dem Weg Arbeit.

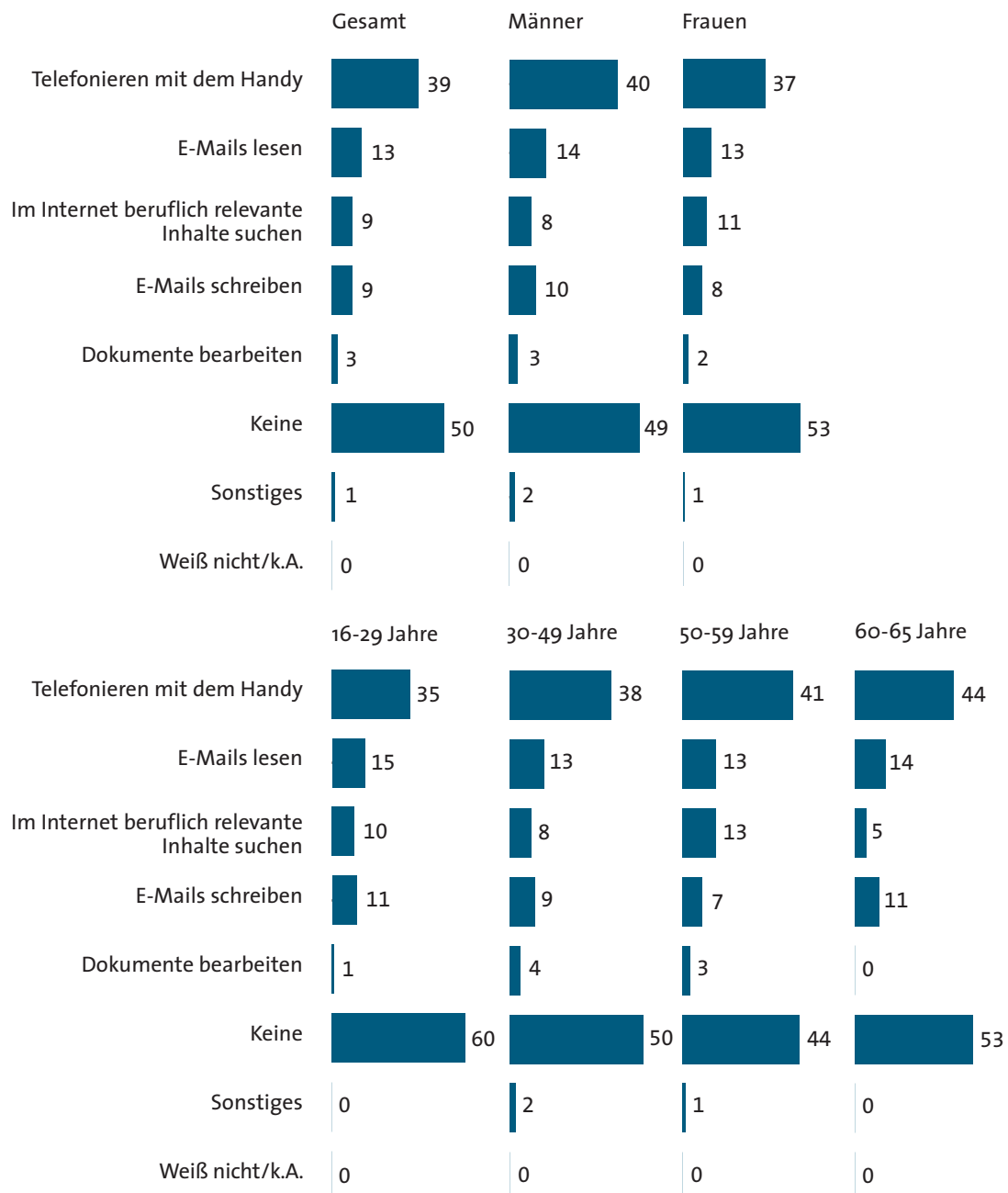
Die Mobiltelefonie behauptet auch auf dem Weg zur Arbeit ihre Spitzenstellung: knapp 39 Prozent der Befragten nutzt Handy oder Smartphone für den Job. An der Spitze liegen hier wiederum die älteren bzw. berufserfahrenen Befragten (44 Prozent). Dagegen werden Mails nur von jedem Achten gelesen, weniger als zehn Prozent verfassen auch elektronische Post. Ebenfalls mit knapp zehn Prozent sind beruflich motivierte Recherchen im Internet repräsentiert, während die Bearbeitung von Dokumenten auf den meist kurzen Wegen offenbar nur im Notfall eine Rolle spielt: knapp drei Prozent aller Befragten tun dies. Die Altersgruppe der 60 bis 65jährigen hält sich hier völlig heraus.

Unspezifisch sind die Differenzierungen zwischen den Geschlechtern. Frauen wollen offenbar tendenziell weniger oft mit beruflichen Themen bereits auf dem Weg zur Arbeit konfrontiert werden (53 Prozent gegenüber 49 Prozent bei den Männern), nutzen aber z. B. häufiger die Möglichkeit für Recherchen als ihre männlichen Kollegen (11 Prozent gegenüber 8 Prozent). Ein stringent zu deutendes »Rollenverhalten« ergibt sich hieraus aber nicht.

Erheblich ist bei der Frage der beruflichen Tätigkeiten, die auf dem Weg zur Arbeit ausgeübt werden, die Differenz zwischen den täglichen Nutzern mobiler Endgeräte und allen Beschäftigten. Bei denjenigen, die mit dem Handy dienstliche Gespräche tätigen, liegt der Anteil unter den täglichen Nutzern mobiler Endgeräte um knapp zehn Prozentpunkte höher als bei allen Beschäftigten (40 Prozent versus 31 Prozent). Dieser Unterschied zieht sich durch fast alle Antwortkategorien und beträgt im Schnitt rund ein Drittel<sup>4</sup>.

<sup>5</sup> Sonderauswertung für alle Beschäftigten hier nicht abgebildet.

## Berufliche Tätigkeiten auf dem Weg zur Arbeit



Basis: 400 Berufstätige, die mobile elektronische Geräte für die tägliche Arbeit nutzen<sup>6</sup>

Angaben in Prozent

Frage: Welche beruflichen Tätigkeiten üben Sie mit elektronischen Medien auf dem Weg zur Arbeit aus?

Abbildung 9: Berufliche Tätigkeiten auf dem Weg zur Arbeit

<sup>6</sup> Mit mobilen elektronischen Geräten sind in diesem Studienbericht die folgenden ITK-Geräte gemeint: Laptop, Notebook bzw. mobiler Computer, Tablet Computer, herkömmliches Handy und Smartphone.

## 2.2.4 Bedeutung von Freelancern

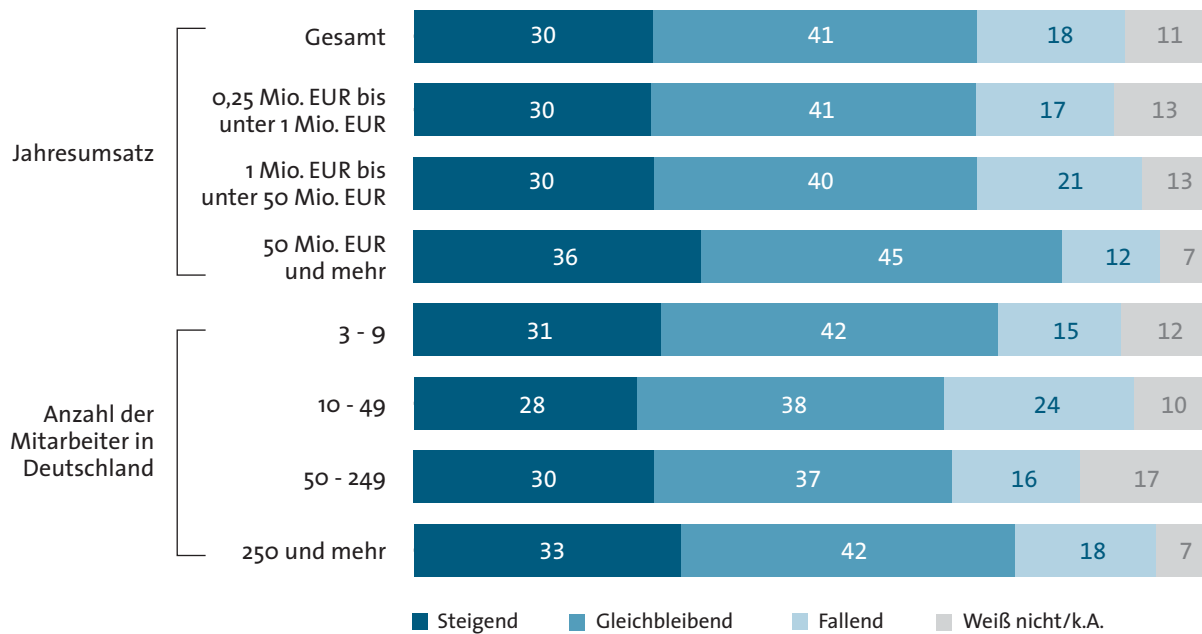
Eine gängige These zur Zukunft der Arbeit lautet: Normalarbeitsverhältnisse gehen zurück, sogenannte atypische Beschäftigungsverhältnisse gewinnen – je nach Branche – erheblich an Bedeutung. Damit sind auch die Freelancer angesprochen, die in der ITK-Branche seit jeher eine wichtige Rolle spielen. BITKOM geht davon aus, dass derzeit rund 80.000 ITK-Spezialisten auf freiberuflicher Basis ihre z.T. hoch spezialisierten Kenntnisse über Projektplattformen oder über persönliche Netzwerke anbieten.

Über die vergangenen zehn Jahre hinweg ist die Zahl der Freelancer nach Schätzung des BITKOM angestiegen – von rund 60.000 auf gegenwärtig rund 80.000. Gleichzeitig hat das Beschäftigungsvolumen der Branche gleichfalls stark zugelegt. 2003 waren rund 750.000 Personen in der ITK-Branche tätig, im Frühjahr 2013 wurde die Marke von 900.000 überschritten. Die Zahl der Freelancer hat sich damit etwas dynamischer entwickelt als die Gesamtbeschäftigung.

So überrascht es nicht, dass aktuell der Anteil der Unternehmen, die Freelancern eine steigende Bedeutung zumessen, um zehn Prozentpunkte höher liegt als die Zahl der Unternehmen, die von der gegenläufigen Entwicklung ausgeht (knapp 30 gegenüber gut 18 Prozent aller Befragten). Am größten ist jedoch die Gruppe der Unternehmen, die keine gravierenden Änderungen voraussagen. Zwei von fünf Unternehmen sehen ein weitgehend stabiles Verhältnis von Festangestellten und Freelancern. Dieser Befund ist bemerkenswert einheitlich für fast alle Beschäftigungs- und Umsatzklassen. Lediglich umsatzstarke Unternehmen mit mehr als 50 Mio. Euro pro Jahr gehen dreimal so häufig davon aus, dass die Freelancer eine wichtigere Rolle in Zukunft spielen werden als dass sie an Bedeutung verlieren. Gleichzeitig ist in dieser Gruppe die Einschätzung am häufigsten, dass keine wesentlichen Änderungen für den Anteil der Freelancer im eigenen Unternehmen zu erwarten sind. Mit 45 Prozent liegt diese Nennung um fünf Prozentpunkte höher als bei kleinen und mittelständischen Unternehmen.

Aus den Umfrageergebnissen lassen sich keine abrupten Änderungen im Verhältnis von Freelancern zu Festangestellten ableiten. Dies gilt ungeachtet der weltweiten Verfügbarkeit von leistungsfähigen Infrastrukturen für die mobile Kommunikation und Kollaboration.

### Anteil von Freelancern in den Unternehmen



Basis: 854 Entscheider der Führungsebene und Personalchefs von Unternehmen in Deutschland ab 3 Mitarbeitern    Angaben in Prozent  
 Frage: Wie entwickelt sich der Anteil von Freelancern in Ihrem Unternehmen?

Abbildung 10: Anteil von Freelancern in den Unternehmen

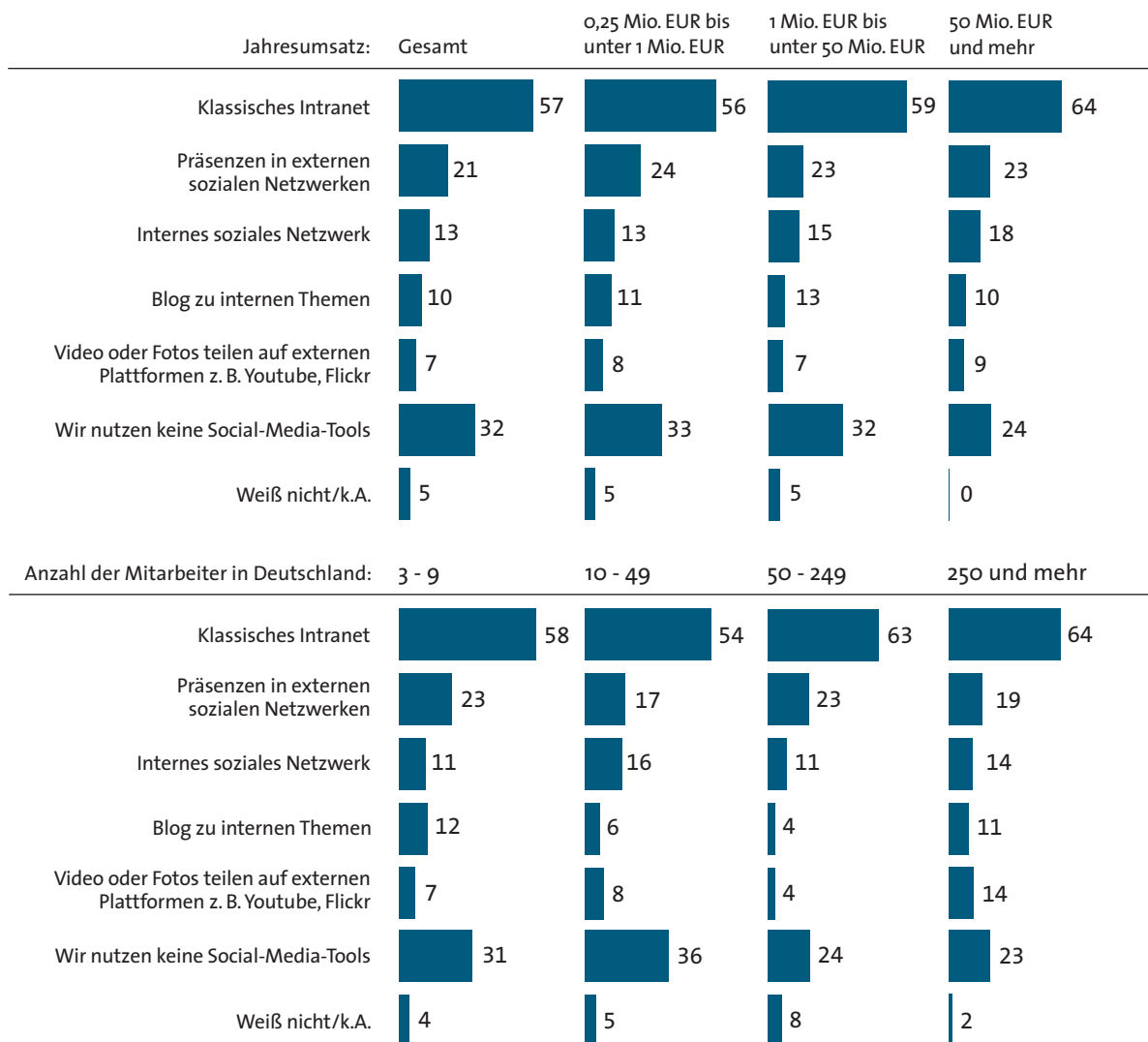
## 2.3 Vernetztes Arbeiten

Wenn Arbeit flexibler wird und für einen immer größeren Teil der Beschäftigten nicht am Schreibtisch im Büro stattfindet, wird die Organisation der (internen) Kommunikation immer wichtiger. Die Arbeit muss vernetzt werden, auch wenn sie an unterschiedlichen Orten stattfindet.

### 2.3.1 Einsatz von Social Media in den Unternehmen

Eine Möglichkeit für vernetztes Arbeiten ist der Einsatz von Social-Media-Instrumenten in der internen Kommunikation. Nur rund ein Drittel der Unternehmen setzt überhaupt nicht auf Social Media für diesen Zweck. Dabei sind die kleineren Unternehmen etwas zurückhaltender als die großen.

Social-Media-Einsatz zur Kommunikation mit den Mitarbeitern



Basis: 854 Entscheider der Führungsebene und Personalchefs von Unternehmen in Deutschland ab 3 Mitarbeitern    Angaben in Prozent  
 Frage: Welche Online- und Social-Media-Instrumente nutzt Ihr Unternehmen für die Kommunikation mit den Mitarbeitern?

Abbildung 11: Social-Media-Einsatz zur Kommunikation mit den Mitarbeitern

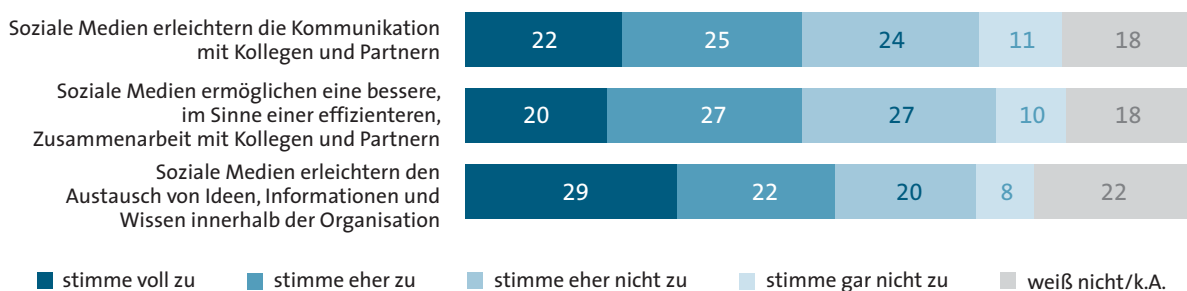
Am häufigsten wird dabei das klassische Intranet genutzt, das mehr als die Hälfte aller Unternehmen im Einsatz haben. Vor allem bei großen Unternehmen gehört das Intranet inzwischen zum Standard, fast zwei Drittel aller Unternehmen haben eine solche Lösung installiert.

Jedes fünfte Unternehmen nutzt Präsenzen auf einem externen sozialen Netzwerk wie Facebook oder Xing (z. B. interne Gruppen) für die interne Kommunikation, rund 13 Prozent setzen auf interne soziale Netzwerke. In jedem zehnten Unternehmen gehört ein internes Blog zur Kommunikation. Dabei nutzen große Unternehmen mit mehr als 250 Beschäftigten Blogs etwa doppelt so häufig wie kleinere Unternehmen. Ein ähnliches Bild zeigt sich bei der Nutzung von Social-Media-Plattformen wie Youtube oder Flickr um intern Bilder, Videos oder andere Mediendateien zu teilen. Auch hier sind die großen Unternehmen doppelt so häufig vertreten wie die kleineren. Mit rund 7 Prozent der Unternehmen, die solche Plattformen nutzen, rangiert dieses Social-Media-Tool aber am unteren Ende der Rangliste.

Grundsätzlich stehen die Beschäftigten dem Einsatz von Social-Media-Tools in Unternehmen positiv gegenüber. Rund die Hälfte der Befragten glaubt, dass sie die Kommunikation erleichtern, knapp ein Drittel glaubt das nicht. Ein ähnliches Bild ergibt sich bei der Frage, ob die Zusammenarbeit dadurch effizienter wird und sich Ideen und Wissen besser austauschen lassen. Dabei spielen bei dieser grundsätzlichen Offenheit Social Media gegenüber weder Alter noch Geschlecht eine Rolle.

Die Skepsis bei rund einem Drittel der Beschäftigten zeigt allerdings zugleich, dass die Einführung von Social-Media-Instrumenten bei der internen Kommunikation kein Selbstläufer ist, sondern entsprechend vorbereitet werden muss.

### Einstellung von Beschäftigten zum Social-Media-Einsatz in Unternehmen



Basis: 544 Berufstätige ab 14 Jahren

Angaben in Prozent

Frage: In der folgenden Frage geht es um den Einsatz sozialer Medien (z. B. Blogs, soziale Netzwerke, Wikis) bei der Arbeit. Bitte geben Sie an, inwieweit Sie den folgenden Aussagen zustimmen.

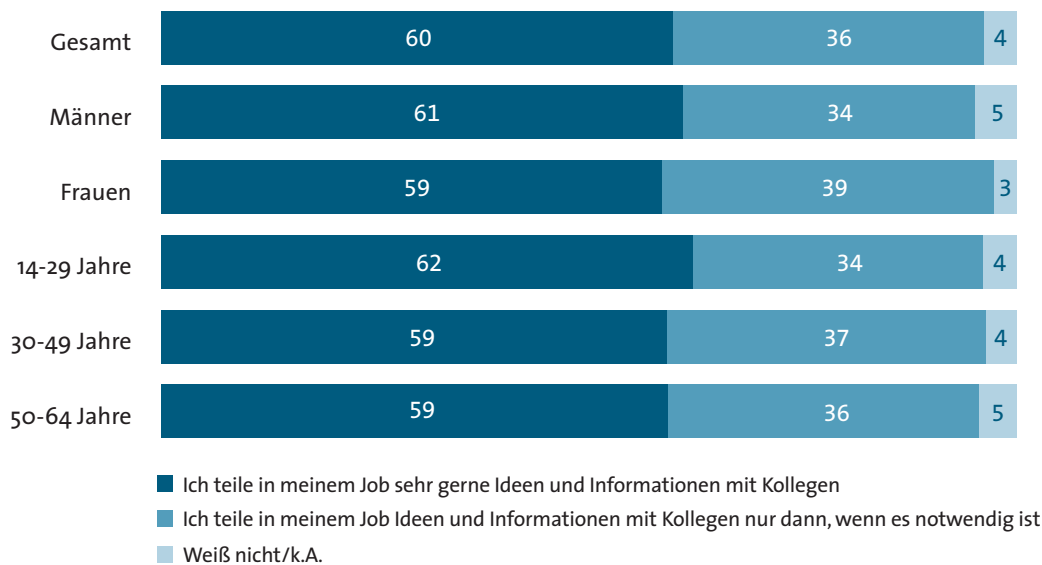
Abbildung 12: Einstellung von Beschäftigten zum Social-Media-Einsatz in Unternehmen



### 2.3.2 Teilen von Wissen mit den Kollegen

Die zentrale Idee von Social-Media-Instrumenten im Büro und beim vernetzten Arbeiten ist der Austausch von Wissen mit den Kollegen. Unabhängig von der technischen Basis – also ob Blog, soziales Netzwerk, Meeting oder persönliches Treffen in der Pause – gibt eine klare Mehrheit der Beschäftigten an, gerne Ideen und Informationen mit Kollegen zu teilen. Nur rund ein Drittel gibt an, einen solchen Austausch nur zu pflegen, wenn es notwendig ist bzw. als notwendig angesehen wird.

Mehrheit der Beschäftigten teilt gerne ihr Wissen mit Kollegen



Basis: 544 Berufstätige ab 14 Jahren

Angaben in Prozent

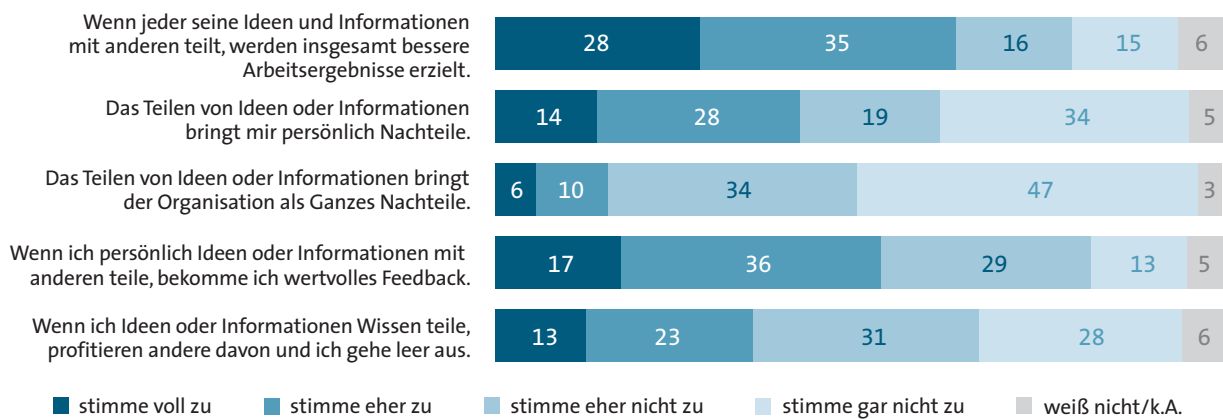
Frage: Zunächst möchte ich wissen, wie Sie generell dazu stehen, Informationen und Ideen mit Kollegen auszutauschen. Dazu lese ich Ihnen einige Aussagen vor. Welche der Aussagen trifft auf Sie am ehesten zu. Bitte sagen Sie mir ganz offen und ehrlich Ihre Einschätzung.

Abbildung 13: Mehrheit der Beschäftigten teilt gerne ihr Wissen mit Kollegen

Dieser offene Umgang mit dem eigenen Wissen spiegelt sich auch in der grundsätzlichen Einstellung zum Teilen von Informationen wider. Fast zwei Drittel der Beschäftigten stimmen der Aussage zu, dass die Arbeitsergebnisse durch den Informationsaustausch besser werden (63 Prozent). Noch etwas größer (81 Prozent) ist die Meinung dazu, dass ein solcher Austausch dem Unternehmen keine Nachteile bringt. Eine Mehrheit von 53 Prozent gibt an, dass es ihnen persönlich Vorteile in Form von wertvollem Feedback bringt, wenn ein solcher Austausch stattfindet. Allerdings geben auch 42 Prozent an, dass ihnen ein solcher Austausch persönliche Nachteile bringt.

Eine ganz konkrete Angst: Das Teilen von Ideen und Wissen führt dazu, dass andere davon profitieren und man selbst leer ausgeht. Diese Sorge teilt jeder dritte Befragte. Dabei gibt es zum einzigen Mal einen deutlichen Unterschied zwischen Männern und Frauen. Während nur jeder zehnte Mann (9 Prozent) dieser Aussage voll zustimmt, ist es jede sechste Frau (16 Prozent), die dieser Sorge voll zustimmt. Dabei dürfte es sich weniger um eine grundsätzliche Ablehnung des Teilens von Wissen handeln, sondern um eigene schlechte Erfahrungen. Das zeigt, dass es in Unternehmen sinnvoll sein kann, klare Spielregeln für den Austausch von Wissen und Informationen zu vereinbaren.

#### Einstellung der Beschäftigten zum Teilen von Wissen



Basis: 544 Berufstätige ab 14 Jahren

Angaben in Prozent

Frage: Nun geht es um die Auswirkungen des Teilens von Informationen im beruflichen Umfeld. Auch dazu lese ich Ihnen Aussagen vor. Bitte geben Sie an, inwieweit Sie diesen zustimmen.

Abbildung 14 : Einstellung der Beschäftigten zum Teilen von Wissen

## 3 Arbeit außerhalb der regulären Arbeitszeit

Always on?! Unter diesem Schlagwort wird die permanente Verfügbarkeit der Beschäftigten für dienstliche Belange subsummiert. Hierbei kann es um das eingeschaltete Handy gehen, das der unmittelbaren Führungskraft jederzeit die Kontaktaufnahme zu den Mitgliedern des jeweiligen Teams ermöglicht, oder das regelmäßige Checken des Mailaccounts, um Anfragen und Informationen mit nur geringem Zeitverzug wahrnehmen und beantworten zu können.

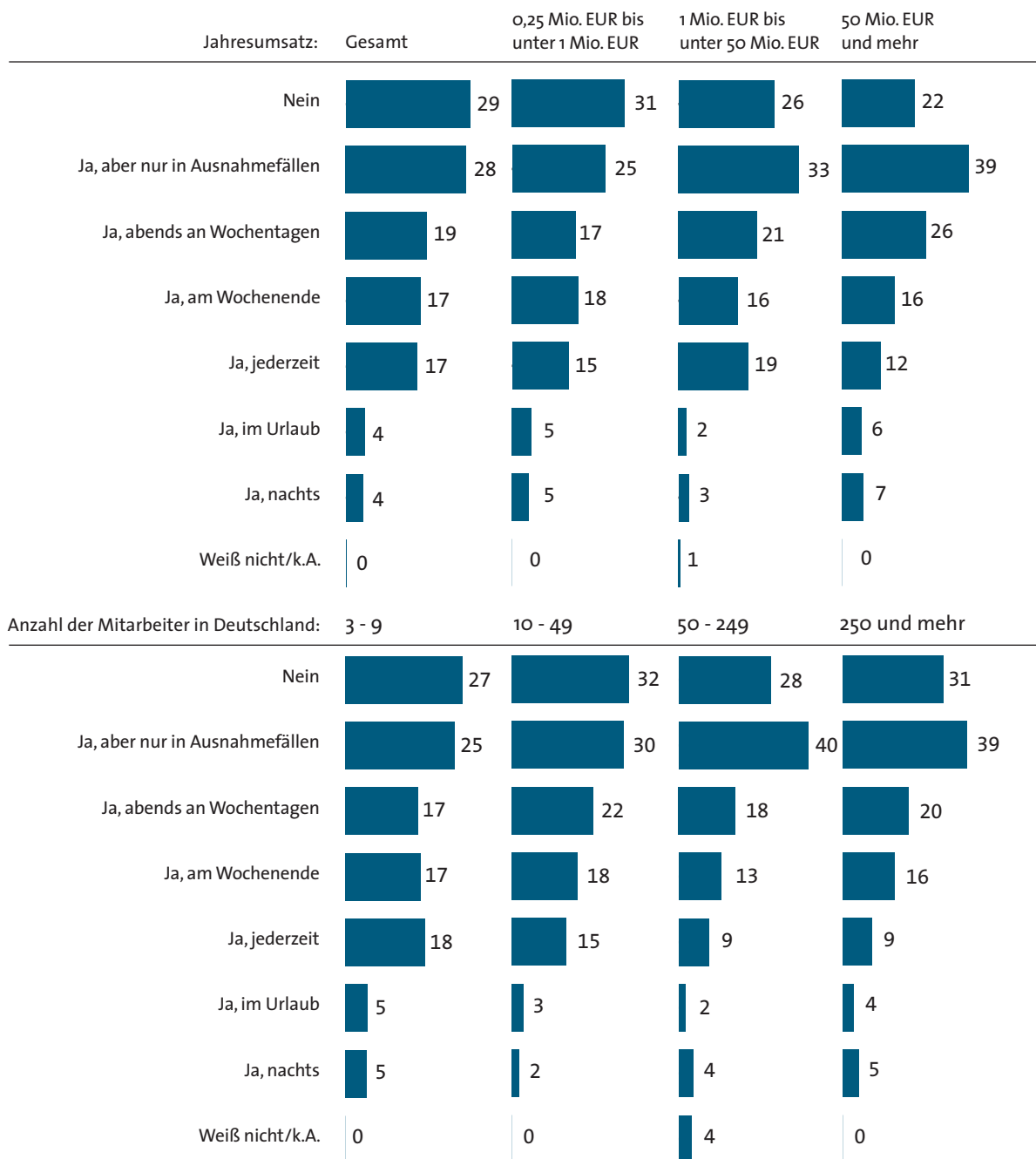
### ■ 3.1 Erreichbarkeit: Erwartungen und Regeln der Unternehmen

Trotz der hohen Verfügbarkeit mobiler Kommunikationsmittel ist die persönliche Verfügbarkeit außerhalb der regulären Arbeitszeit nur für deutlich weniger als jedes zweite Unternehmen Standard. Knapp 29 Prozent der Unternehmen wünschen generell keine Erreichbarkeit ihrer Beschäftigten vor oder nach Dienstschluss, weitere knapp 28 Prozent begrenzen den Anspruch auf Erreichbarkeit auf wenige Ausnahmefälle. Gleichzeitig wollen 19 Prozent aller Unternehmen ihre Mitarbeiter werktags auch in den Abendstunden erreichen können, an den Wochenenden gut 17 Prozent. Schlicht »jederzeit« wünscht sich diese Option jedes sechste Unternehmen.

Damit ist ein nicht unerheblicher Anteil der Berufstätigen auch außerhalb der regulären Arbeitszeit zumindest gelegentlich für berufliche Zwecke erreichbar. Nur sehr selten allerdings (jedes zwanzigste Unternehmen) werden die eigentlichen Nachtstunden und der Urlaub nicht respektiert. Nicht ermittelt wurde, inwiefern diese Fälle auf bestimmte Anforderungen (z. B. technischer Bereitschaftsdienst oder Gesamtverantwortung für komplexe Projekte) hier mit adressiert werden.

Kein eindeutiger Zusammenhang ergibt sich zwischen Unternehmensgröße und den Erwartungen hinsichtlich der Verfügbarkeit der Beschäftigten. Kleinstunternehmen können offenbar am ehesten auf die permanente Erreichbarkeit ihrer Mitarbeiter verzichten. Umgekehrt allerdings sind es gerade die mittleren und größeren Unternehmen, die auf eine zeitlich flexible Ansprechbarkeit ihrer Mitarbeiter angewiesen sind, aber zugleich deutlich seltener eine undifferenzierte Erreichbarkeit »rund um die Uhr« einfordern. Hier lässt sich die These vertreten, dass die Geschäftsprozesse der Unternehmen mit steigender Komplexität ein höheres Maß an Flexibilität erfordern, gleichzeitig aber auch der Anspruch auf Verfügbarkeit an bestimmte Kriterien gebunden ist.

## Erwartungen von Unternehmen an die Erreichbarkeit von Mitarbeitern



Basis: 854 Entscheider der Führungsebene und Personalchefs von Unternehmen in Deutschland ab 3 Mitarbeitern    Angaben in Prozent

Frage: Sollten Mitarbeiter Ihres Unternehmens außerhalb der regulären Arbeitszeit für Kollegen oder Kunden per Handy bzw. E-Mail erreichbar sein? (Mehrfachnennung möglich)

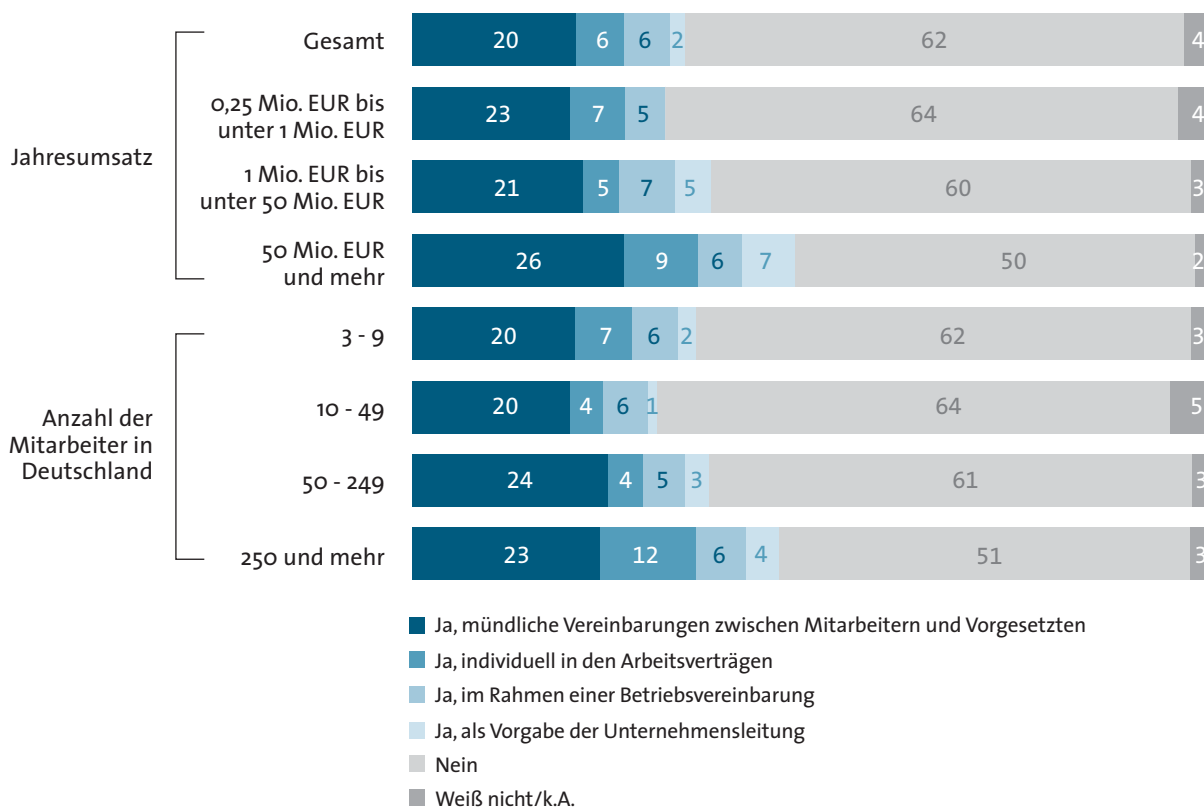
Abbildung 15: Erwartungen von Unternehmen an die Erreichbarkeit von Mitarbeitern

Die Befragung zeigt: Tatsächlich steigt die Regelungsdichte beim Thema »Erreichbarkeit« mit der Unternehmensgröße. Bereits ab 50 Beschäftigten bzw. ab einem Umsatzvolumen von einer bis 50 Mio. Euro steigt der Anteil der Unternehmen, die zumindest mündliche Vereinbarungen treffen, deutlich an. Eine juristisch fundierte Regelung in Arbeitsverträgen ist dagegen erst in der Klasse von 250 und mehr Beschäftigten bzw. Umsätzen oberhalb von 50 Mio. pro Jahr häufig anzutreffen. Hier liegt der Anteil der Unternehmen, die entsprechende Regelungen vorweisen können, bis zu doppelt so hoch wie bei den kleineren Unternehmen. Wenig ausgeprägt ist dagegen die Bereitschaft der Großunternehmen, Regelungen im Bereich des kollektiven Arbeitsrechts zu treffen. Hier ist die Zahl der Unternehmen, die Betriebsvereinbarungen zur Erreichbarkeit außerhalb der vereinbarten

Arbeitszeit abgeschlossen haben, auch bei den Großunternehmen lediglich durchschnittlich.

Insgesamt ist zu konstatieren, dass die überwiegende Mehrheit der Unternehmen keine strukturierten Vereinbarungen zum Thema »Erreichbarkeit« haben. Bei mündlichen Vereinbarungen sind, je nach Größenklasse, maximal ein Viertel der Unternehmen aktiv. Selbst bei Großunternehmen kann nur jedes achte auf Regelungen in den Arbeitsverträgen verweisen, im Bereich des kollektiven Arbeitsrechts nur jedes zwanzigste. Insgesamt gilt: Die Erreichbarkeit ist für drei von fünf Unternehmen überhaupt nicht geregelt. Es bleibt offen, ob dies ein Beleg für einen souveränen, konsensualen Umgang zu werten ist oder als problematische Regelungslücke im Bereich einer vielfach noch als neu empfundenen Arbeitskultur.

Regeln für die Erreichbarkeit außerhalb der Arbeitszeit



Basis: 854 Entscheider der Führungsebene und Personalchefs von Unternehmen in Deutschland ab 3 Mitarbeitern Angaben in Prozent  
 Frage: Gibt es in Ihrem Unternehmen Regeln für die Erreichbarkeit der Mitarbeiter außerhalb der regulären Arbeitszeit?

Abbildung 16: Regeln für die Erreichbarkeit außerhalb der Arbeit

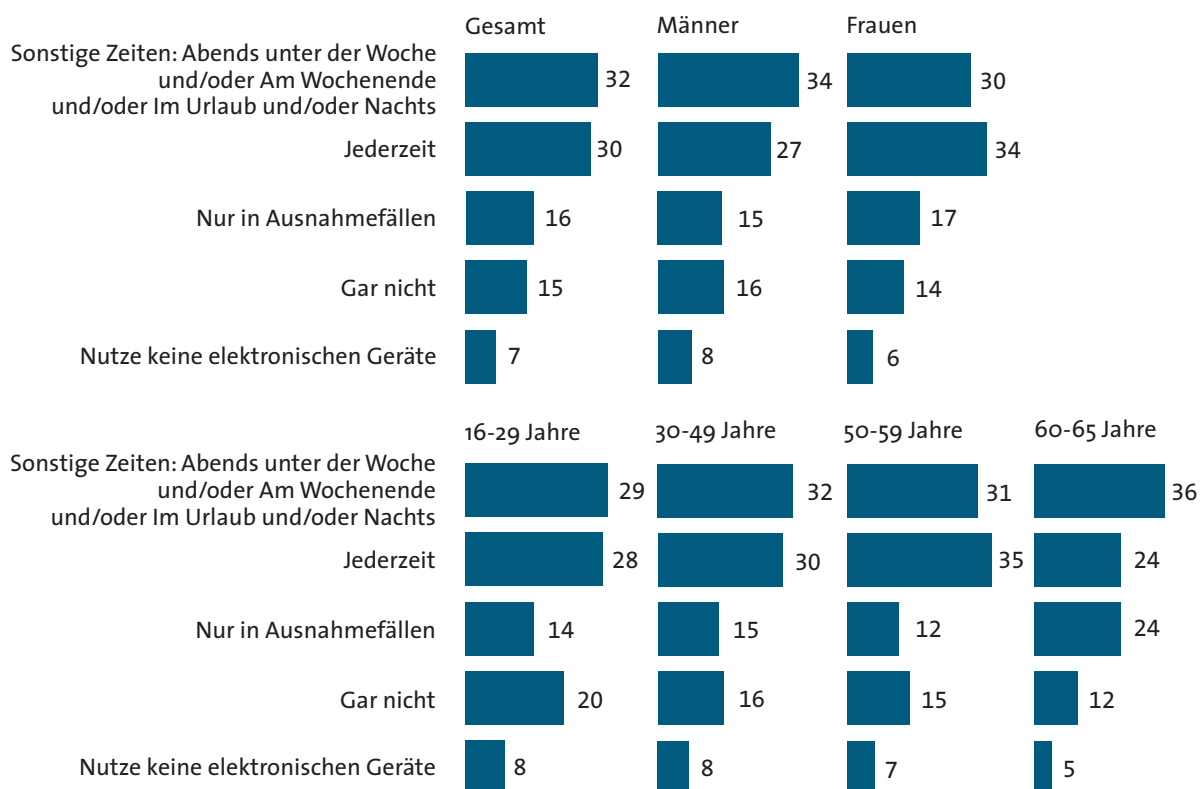
### 3.2 Erreichbarkeit: Einschätzung der Berufstätigen

Der Vergleich der Erwartungen von Unternehmen und Beschäftigten macht deutlich: Während 57 Prozent der Unternehmen nie oder nur in Ausnahmefällen die Erreichbarkeit außerhalb der regulären Arbeitszeit einfordern, sind nur ein knappes Drittel der Beschäftigten grundsätzlich nicht bzw. nur in Ausnahmefällen bereit, für ihren Arbeitgeber zu ungewöhnlichen Zeiten zur Verfügung zu stehen. Ein nahezu gleich hoher Anteil (30 Prozent) ist auf der anderen Seite sogar jederzeit ansprechbar.

Das Wochenende ist für Männer wie Frauen gleichermaßen geschützt, nur jeder und jede neunte ist bereit, in dieser Zeit mobil erreichbar zu sein. Frauen sind jedoch

häufiger als ihre männlichen Kollegen jederzeit erreichbar (knapp 34 Prozent und damit um sieben Prozentpunkte häufiger). Bei den älteren Beschäftigten ab 60 Jahren ist die Bereitschaft zur permanenten Verfügbarkeit deutlich geringer als bei den jüngeren Jahrgängen, die Ansprechbarkeit in Ausnahmefällen aber mit 24 Prozent deutlich höher ausgeprägt als bei allen Befragten (knapp 16 Prozent). Damit korrespondiert auch die Tatsache, dass die älteren Beschäftigten seltener als der Durchschnitt sagen, dass sie generell nicht außerhalb der regulären Arbeitszeiten für berufliche Themen erreichbar seien. Eine plausible Erklärung könnte sein, dass Beschäftigte mit langjähriger Berufserfahrung, die sich eher am Ende ihrer Karriere befinden, ihre Verfügbarkeit sehr genau nach der sachlichen Begründung einteilen, sich aber notwendigen Einsätzen nicht verschließen.

Beschäftigte: Erreichbarkeit außerhalb der Arbeitszeiten



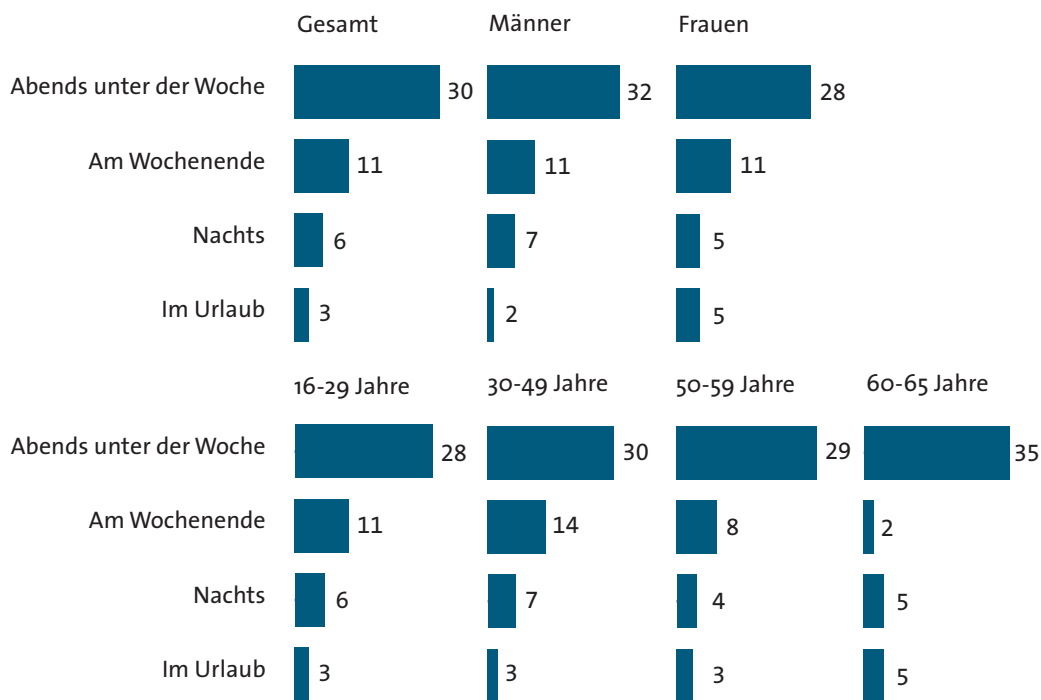
Basis: 505 Berufstätige ab 16 Jahren

Angaben in Prozent

Frage: Sind Sie außerhalb Ihrer regulären Arbeitszeit für Kollegen, Vorgesetzte oder Kunden per Handy, Smartphone oder E-Mail erreichbar? (Mehrfachnennungen möglich)

Abbildung 17: Erreichbarkeit von Beschäftigten außerhalb der Arbeitszeiten

Beschäftigte: Erreichbarkeit außerhalb der Arbeitszeiten (sonstige Zeiten)



Basis: 505 Berufstätige ab 16 Jahren

Angaben in Prozent

Frage: Sind Sie außerhalb Ihrer regulären Arbeitszeit für Kollegen, Vorgesetzte oder Kunden per Handy, Smartphone oder E-Mail erreichbar?

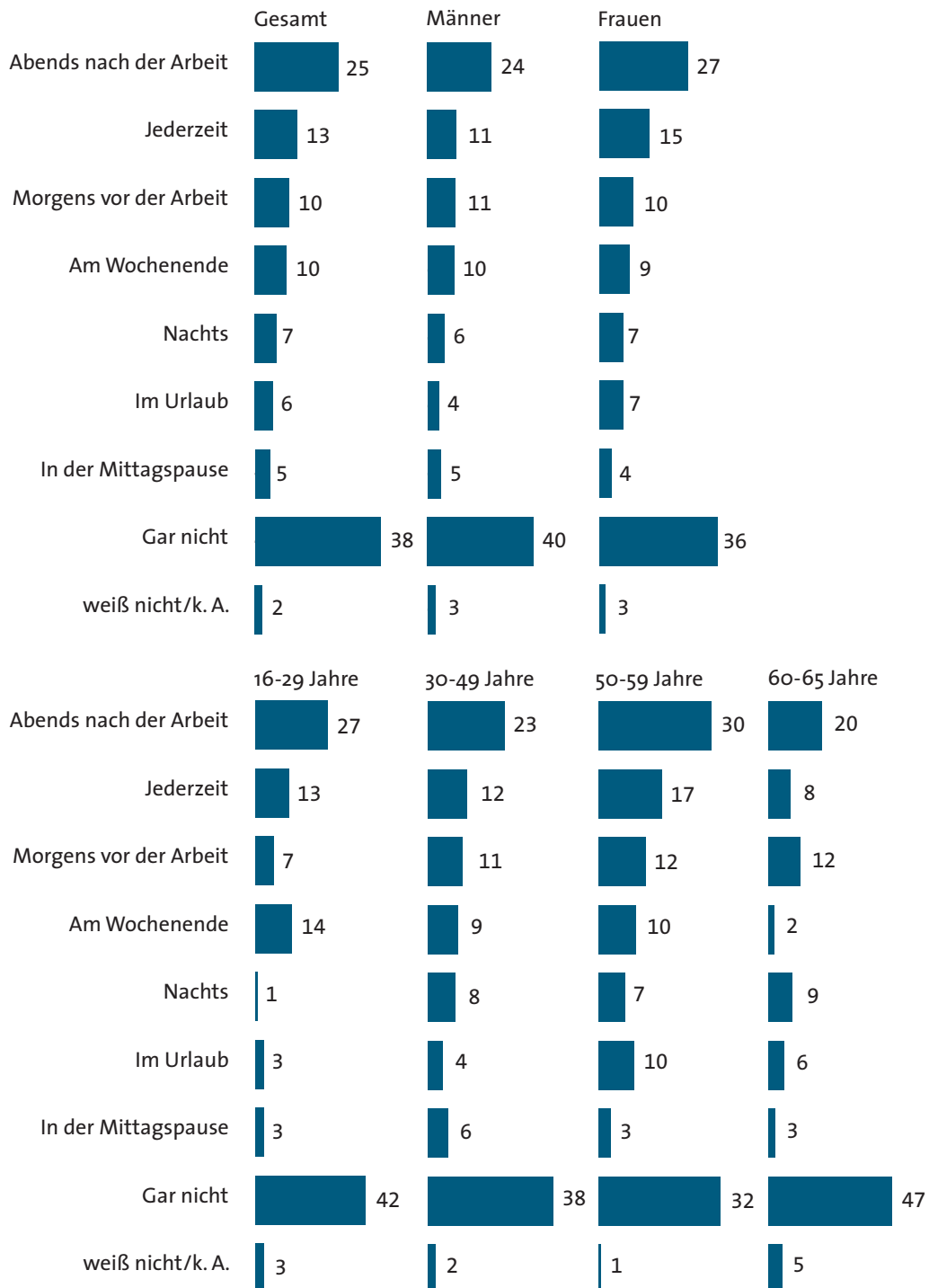
Abbildung 18: Erreichbarkeit von Beschäftigten außerhalb der Arbeitszeiten

Das Checken beruflicher E-Mails ist ein wichtiger Aspekt der Erreichbarkeit außerhalb der regulären Arbeitszeit.

Tatsächlich zeigt sich beim Zugriff auf E-Mails außerhalb der Arbeitszeit das bereits oben gezeichnete Bild. Vor allem abends erfolgt bei jedem vierten Beschäftigten noch einmal der Abruf der elektronischen Post, knapp 13 Prozent geben an, sich sogar fast rund um die Uhr über den Maileingang zu informieren. Gerade unter denen, die sich über den gesamten Tag und bis hinein in die Nacht mit eingehenden Mails befassen, sind überdurchschnittlich viele Frauen (15 Prozent gegenüber 11 Prozent bei den Männern). Auch im Urlaub sind Frauen deutlich häufiger per Mail erreichbar als Männer (7 gegenüber 4 Prozent).

In der Altersschichtung fällt der Unterschied zwischen den älteren Beschäftigten und ihren jüngeren Kollegen weniger stark aus als bei der Frage der Erreichbarkeit generell. Immerhin 20 Prozent haben ihre Mails auch am Abend im Blick, nur fünf Prozentpunkte weniger als der Durchschnitt aller Beschäftigten, die elektronische Geräte für ihre tägliche Arbeit nutzen. Morgens ruft sogar jeder achte Ältere (12 Prozent) vor der Arbeit seine Mails ab – und unterscheidet sich damit deutlich von der Gruppe der jüngsten Arbeitnehmer bis 29 Jahre, die dies mit 7 Prozent der Befragten nur halb so oft tun.

## Berufliche E-Mails stets im Blick?



Basis: 469 Berufstätige, die elektronische Geräte für die tägliche Arbeit nutzen

Angaben in Prozent

Frage: Zu welchen Zeiten checken Sie häufig außerhalb der regulären Arbeitszeit Ihre beruflichen E-Mails? (Mehrfachnennung möglich)

Abbildung 19: Berufliche E-Mails stets im Blick?



## 4 Handlungsempfehlungen des BITKOM

Der Einzug moderner, sprich: mobiler, handlicher und in leistungsfähige Netze eingebundener Endgerät in die Arbeitswelt transformiert Wirtschaft und Gesellschaft. Beschäftigte gewinnen persönliche Freiheiten, Arbeitgeber bekommen hoch motivierte Mitarbeiter. Allerdings fällt der Übergang zu flexiblen Arbeitsmodellen nicht leicht und muss aktiv gestaltet werden.

In nur wenigen Fällen hilft es, abends die Server abzuschalten, damit Mitarbeiter nicht ständig erreichbar sind. Viele Unternehmen arbeiten in globalen Kontexten zusammen, die Kommunikation auch zu ungewöhnlichen Zeiten notwendig machen. Ein gesetzliches »Recht auf Nichterreichbarkeit« wäre als schematische Antwort auf punktuell zu beobachtende Unsicherheiten im Umgang mit modernen Kommunikationsmitteln auf beiden Seiten – bei Arbeitgebern und Arbeitnehmern – nicht angemessen. Wichtiger Bestandteil flexibler Arbeitsmodelle ist ja gerade, dass Mitarbeiter bei Bedarf und auf eigenen Wunsch auch mal abends arbeiten können, um sich tagsüber die Zeit freier einteilen zu können. Wichtig ist, dass die vereinbarte Arbeitszeit nicht regelmäßig und erheblich überschritten wird. Im Arbeitsrecht gibt es klare Vorgaben für Arbeits- und Ruhezeiten. Unternehmen, die von ihren Mitarbeitern ständige Erreichbarkeit und Aktivität verlangen, laufen Gefahr, ihre wichtigste Ressource – nämlich kreative Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter – zu überfordern und gegebenenfalls auch zu verlieren.

Wir befinden uns in einem Übergang. Wenige Unternehmen haben bereits eine Unternehmenskultur entwickelt, die den neuen Arbeitsformen Rechnung trägt. Regeln können Unsicherheiten ausräumen. Sie müssen so beschaffen sein, dass sie einerseits einen belastbaren Rahmen schaffen, ohne die Individualität von Arbeitsplätzen zu ignorieren.

BITKOM hat daher Regeln für Unternehmen und Beschäftigte vorgeschlagen, die flexibles Arbeiten und den Umgang mit der Erreichbarkeit erleichtern sollen. Für alle Beteiligten sollte klar sein, wann Mitarbeiter erreichbar sein sollten. Wichtig ist, dass die Leistung der Mitarbeiter möglichst objektiv gemessen wird. Entscheidend ist, ob ein Mitarbeiter seine Ziele erreicht und nicht, ob er im Büro körperlich anwesend ist. Ein wichtiges Instrument für flexibles Arbeiten sind moderne Kommunikationsmittel. Das betrifft nicht nur die Geräte, sondern auch die Anwendungen. Nicht zuletzt müssen flexible Arbeitsmodelle zur Organisationskultur passen. Wenn Führungskräfte Leistung über virtuelle Anwesenheit bzw. Erreichbarkeit definieren und am Wochenende ohne sachliche Notwendigkeit per E-Mail Arbeitsaufträge erteilen, wird es schwierig. Kulturelle Änderungen sind langwierig und müssen sorgfältig vorbereitet werden.

Von den Beschäftigten verlangt flexibles Arbeiten ein hohes Maß an Selbstorganisation. Jeder sollte sich genau überlegen, ob er das kann und will. Wichtig ist, dass Mitarbeiter, die viel außerhalb des Büros arbeiten, für Kollegen und Vorgesetzte sichtbar bleiben und ansprechbar sind. Der Mitarbeiter sollte dafür sorgen, dass seine Arbeitsergebnisse wahrgenommen werden. Wenn der Austausch nicht, quasi automatisch, im Büro funktioniert, sollte der Mitarbeiter selbst aktiv werden und dabei auch seine soziale Rolle als Teammitglied wahrnehmen. Entscheidend ist, sich und anderen Grenzen zu setzen. Mitarbeiter in flexiblen Arbeitsmodellen müssen selbst entscheiden, wann für sie Feierabend ist, sollten dann aber auch konsequent abschalten.

■ Arbeit 3.0 aktiv gestalten: Regeln für Arbeitgeber und Arbeitnehmer im Überblick

Regeln für Arbeitgeber	Regeln für Beschäftigte
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ <b>Klare Vereinbarungen treffen</b> Flexible Arbeitsmodelle erfordern klare Regeln, damit Vertrauen entstehen kann.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ <b>Sich selbst managen</b> Flexible Arbeitsmodelle verlangen ein hohes Maß an Selbstorganisation. Effizientes Arbeiten und Verlässlichkeit sind unabdingbar.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ <b>Mitarbeiterleistung messen</b> Leistungen sollten möglichst objektiv definiert und gemessen werden. Zielerreichung geht vor Anwesenheit.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ <b>Sich selber schützen</b> Flexible Arbeit darf nicht zur Selbstaussbeutung führen. Engagierte Mitarbeiter setzen Grenzen und halten diese ein.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ <b>Moderne Technologien für Zusammenarbeit nutzen</b> Flexible Arbeit sollte durch interne soziale Netzwerke, Blogs oder spezielle Collaboration Tools unterstützt werden.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ <b>Sichtbar bleiben</b> Wer selten im Büro ist, muss stärker darauf achten, dass seine Arbeitsergebnisse und seine Rolle als Teammitglied wahrgenommen werden.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ <b>Führung nicht vernachlässigen</b> Trotz hoher Mobilität der Mitarbeiter darf Führung nicht vernachlässigt werden.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ <b>Digitale Kommunikation aktiv und effektiv nutzen</b> Soziale Medien nutzen, um eigene Leistung und Kreativität darzustellen.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ <b>Unternehmenskultur überprüfen</b> Neue Arbeitsmodelle müssen zur Kultur passen. Veränderungen sorgfältig planen.</li> </ul>	

## Untersuchungsdesign und Methodik

Auftraggeber:	BITKOM – Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V.
Studienkonzept und Fragebogendesign:	Bitkom Research GmbH
Feldforschung:	ARIS Umfrageforschung Markt-, Media- und Sozialforschungsgesellschaft mbH
Erhebungszeitraum:	11.9. bis 15.10. 2012 (Unternehmensbefragung) 11.9 bis 24.9 2012 (Erwerbstätigenbefragung)
Grundgesamtheit:	Unternehmen in Deutschland ab 3 Mitarbeitern* (Unternehmensbefragung); Erwerbstätige in Deutschland im Alter von 16 bis 65 Jahren
Stichprobengröße:	505 Erwerbstätige; 854 Unternehmen, davon 49 Unternehmen der ITK-Branche und 805 Anwenderfirmen; repräsentative Zufallsauswahl
Erhebungsmethode:	Telefonische Befragung (CATI)
Gewichtung:	repräsentative Gewichtung der Personenstichprobe nach Region, Alter, Geschlecht und Bildung (Privatpersonen) bzw. nach Branchen und Größenklassen (Unternehmen)
Statistische Fehlertoleranz:	+/- 3 Prozentpunkte in der Gesamtstichprobe

\* Wirtschaftszweige WZ 2008 Abschnitte A bis N und P bis S (d.h. ohne Öffentliche Verwaltung, Verteidigung und Sozialversicherung)

Der Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V. vertritt mehr als 2.000 Unternehmen, davon über 1.200 Direktmitglieder mit etwa 140 Milliarden Euro Umsatz und 700.000 Beschäftigten. Hierzu gehören fast alle Global Player sowie 800 leistungsstarke Mittelständler und zahlreiche gründergeführte, kreative Unternehmen. Mitglieder sind Anbieter von Software und IT-Services, Telekommunikations- und Internetdiensten, Hersteller von Hardware und Consumer Electronics sowie Unternehmen der digitalen Medien und der Netzwirtschaft. Der BITKOM setzt sich insbesondere für eine Modernisierung des Bildungssystems, eine innovative Wirtschaftspolitik und eine zukunftsorientierte Netzpolitik ein.



Bundesverband Informationswirtschaft,  
Telekommunikation und neue Medien e.V.

Albrechtstraße 10 A  
10117 Berlin-Mitte  
Tel.: 030.27576-0  
Fax: 030.27576-400  
bitkom@bitkom.org  
www.bitkom.org