

E-COLLABORATION 2016 IN DER SCHWEIZ



Inhalt

1 Ziele und Umsetzung	2
2 E-Collaboration-Tools	3
3 Virtuelle Teams	4
4 Treiber von E-Collaboration-Tools	5
5 Nutzen und Produktivität	8
6 Motivation, Flexibilität, Bildung und Gesundheitsrisiken	9
7 Chancen, Risiken und Erfolgsfaktoren	10
8 Fazit	10
9 Struktur der Datenbasis	12
10 Machen Sie den nächsten Schritt	13
11 CNO Netzwerk – The Interchange of New Ideas	15

«Wie wenden Unternehmen E-Collaboration an?» Diese Frage stand im Zentrum der Studie des Instituts für Organisation und Personal (IOP) der Universität Bern, die gemeinsam mit der Dr. Pascal Sieber & Partners AG im Sommer 2016 durchgeführt worden ist. Das Thema hat die Befragten interessiert, so dass mit rund 600 auswertbaren Antworten eine spannende Datenbasis gewonnen werden konnte, um die Forschungsfrage aus unterschiedlichen Blickwinkeln zu beleuchten.

1 Ziele und Umsetzung

Im Rahmen einer Masterarbeit am Institut für Organisation und Personal (IOP) an der Universität Bern wurden von Olivier Roten und Ralph Zurbriggen gemeinsam mit Dr. Renato C. Müller Vasquez Callo und der Dr. Pascal Sieber & Partners AG Antworten auf folgende Fragen gesucht:

- Welche E-Collaboration-Anwendungen werden in Unternehmen genutzt und welche Bedeutung haben diese in Zukunft?
- Welches sind die bedeutenden Einflussfaktoren bei der Auswahl von E-Collaboration-Tools?
- Welches sind die Chancen, Risiken und Erfolgsfaktoren von E-Collaboration-Tools?
- Hat sich seit der Einführung von E-Collaboration-Tools der erzielte Nutzen in Unternehmen verbessert und welche Tools haben sich am positivsten auf die Produktivität ausgewirkt?
- Hatte die Etablierung von E-Collaboration-Tools in Unternehmen eine positive Auswirkung auf die Bildung und Zusammenarbeit von virtuellen Teams?

Um Antworten auf die obenstehenden Fragen zu erhalten, wurde eine Onlinebefragung erstellt. Mit dem umfangreichen Datensatz des Instituts für Organisation und Personal (IOP) der Universität Bern und jenem der Dr. Pascal Sieber & Partners AG konnten 836 Personen zum Anklicken des elektronischen Fragebogens motiviert werden. 482 Personen haben den Fragebogen schliesslich vollständig abgeschlossen. Die Studie strebt keine Repräsentativität an, sondern will eine erste Standortbestimmung zu diesem Thema vornehmen.

In den folgenden Kapiteln werden zu den einzelnen Unterthemen des Fragebogens die wichtigsten Ergebnisse kurz vorgestellt.

2 E-Collaboration-Tools

Die klassischen E-Collaboration-Tools E-Mail, Telefon und Teamkalender werden heute am meisten eingesetzt. Instrumente der dritten Generation (Social Software, Social Networking, Wikis, Social Bookmarking, RSS-Feeds, Weblogs, Tag-Clouds) werden eher weniger häufig verwendet. Aus der Untersuchung wird auch ersichtlich, dass Social Networking Plattformen einen hohen Stellenwert haben.

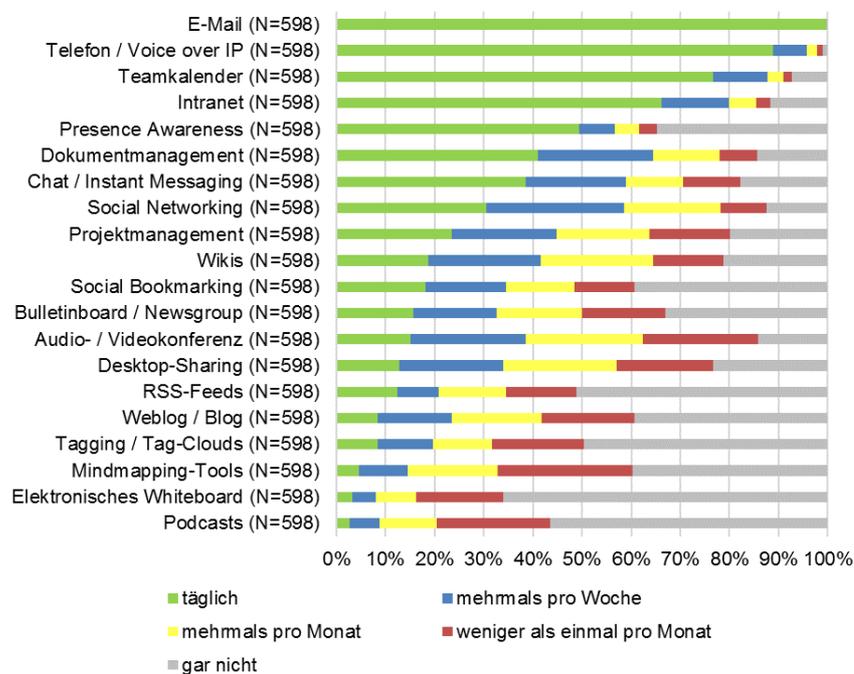


Abbildung 1: Anwendung von E-Collaboration-Tools.

Die am häufigsten eingesetzten E-Collaboration-Tools sind gemäss den Befragten gleichzeitig auch die bedeutendsten Instrumente in der Zukunft. Die klassischen Instrumente (E-Mail, Telefon und Teamkalender) dürften somit auch in der Zukunft eine hohe Bedeutung haben.

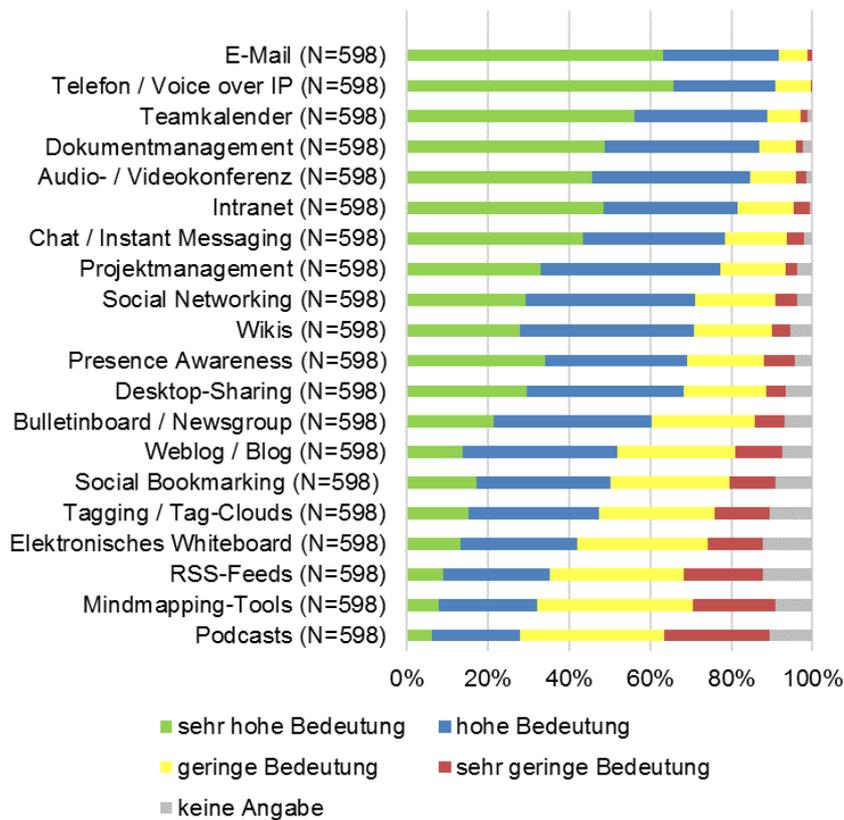


Abbildung 2: Zukünftige Bedeutung von E-Collaboration Tools.

Die interne Kommunikation mit den Mitarbeitenden oder den Vorgesetzten des Unternehmens hat gegenwärtig eine höhere Bedeutung als die externe Kommunikation. Allgemein wird die Kommunikation (interne wie auch externe) in Zukunft von den Befragten noch als bedeutender bewertet.

3 Virtuelle Teams

In virtuellen Teams arbeiten ca. die Hälfte der Untersuchungsteilnehmenden. Davon arbeiten über 80% in fünf oder weniger virtuellen Teams. In einem oder zwei virtuellen Teams arbeiten 41%, in drei bis fünf virtuellen Teams arbeiten weitere 41% und 8% arbeiten in sechs oder mehr virtuellen Teams.

Nach dem Arbeitsklima innerhalb von virtuellen Teams gefragt, gaben die Befragten an, dass dieses von 79% als kooperativ oder eher kooperativ und von 15% als kompetitiv oder eher kompetitiv empfunden wird.

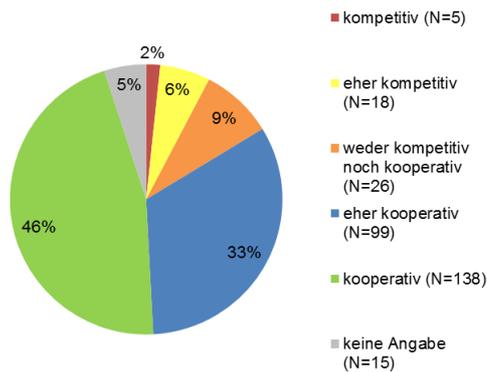


Abbildung 3: Klima innerhalb von virtuellen Teams.

Es konnte ein Zusammenhang zwischen der Reichweite der wirtschaftlichen Tätigkeit und der Anzahl eingesetzter virtueller Teams festgestellt werden. National- und internationaltätige Unternehmen setzen eher virtuelle Teams ein als lokal- und regionaltätige. Insbesondere bei internationaltätigen Unternehmen ist der Anteil von virtuellen Teams sehr gross (über 70%).

Auch bzgl. der Unternehmensgrösse und der Anzahl virtueller Teams hat sich gezeigt, dass vor allem in Grossunternehmen (60%) virtuelle Teams eingesetzt werden. Hinsichtlich der Sektoren und Branchen der befragten Unternehmen und der Anzahl virtueller Teams konnte kein Zusammenhang festgestellt werden.

4 Treiber von E-Collaboration-Tools

55% der Befragten sind der Meinung, dass Führungskräfte und Mitarbeitende gemeinsam Treiber bei der Einführung neuer E-Collaboration-Tools sind. 26% gaben an, dass überwiegend Führungskräfte und 10%, dass ausschliesslich Führungskräfte die entscheidenden Treiber bei der Einführung neuer Instrumente sind.

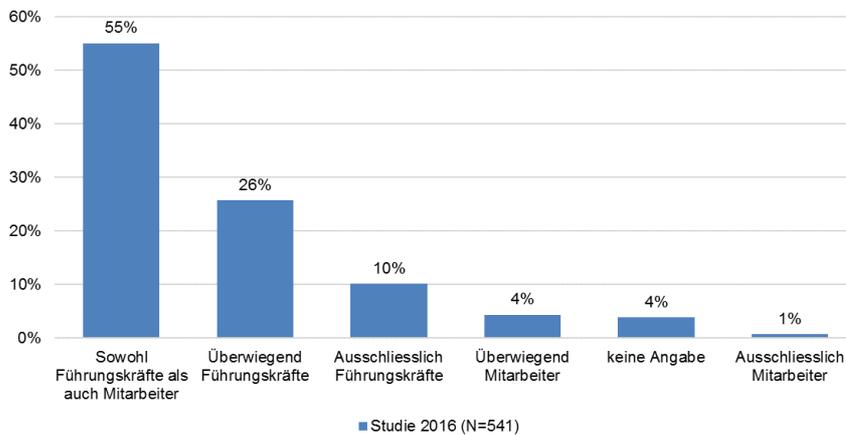


Abbildung 4: Treiber bei der Einführung neuer E-Collaboration-Tools.

Die Geschäftsleitung/das Management gibt bei 46% der Befragten den Ausschlag, ob ein neues E-Collaboration-Tool eingesetzt wird oder nicht. Weitere wichtige Instanzen sind die IT-Abteilung (22%) oder die Fachabteilung (21%). Externe Berater oder Regulatoren haben einen weniger grossen Einfluss.

Bedeutende Einflussgrössen, ob ein neues E-Collaboration-Tool eingesetzt wird oder nicht, sind gemäss den Befragten die Akzeptanz der Mitarbeitenden gegenüber Neuem (64%), die finanziellen Ressourcen (42%) und die Belegschaftsstruktur (41%).

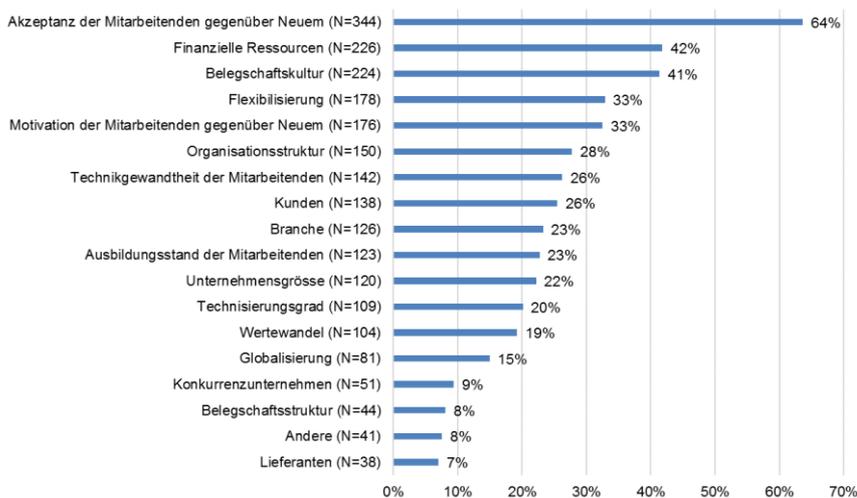


Abbildung 5: Bedeutende Einflussfaktoren bei der Auswahl von E-Collaboration-Tools.

Einen wichtigen Einfluss bei der Auswahl neuer E-Collaboration-Tools haben gemäss den Befragten die Branche und die Kunden. Lieferanten, Konkurrenz und externe Berater haben eher weniger Einfluss.

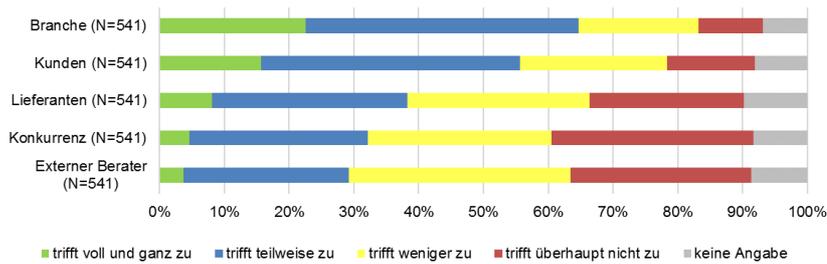


Abbildung 6: Beeinflusser bei der Auswahl von neuen E-Collaboration-Tools.

Die finanziellen Möglichkeiten bei der Auswahl von neuen E-Collaboration-Tools haben für 17% der Befragten eine sehr hohe, für 45% eine hohe Bedeutung und für 29% haben sie eine mittelmässige Bedeutung. 64% der Untersuchungsteilnehmenden sind zudem der Meinung, dass in Zukunft das IT-Budget im Bereich E-Collaboration zunehmen wird.

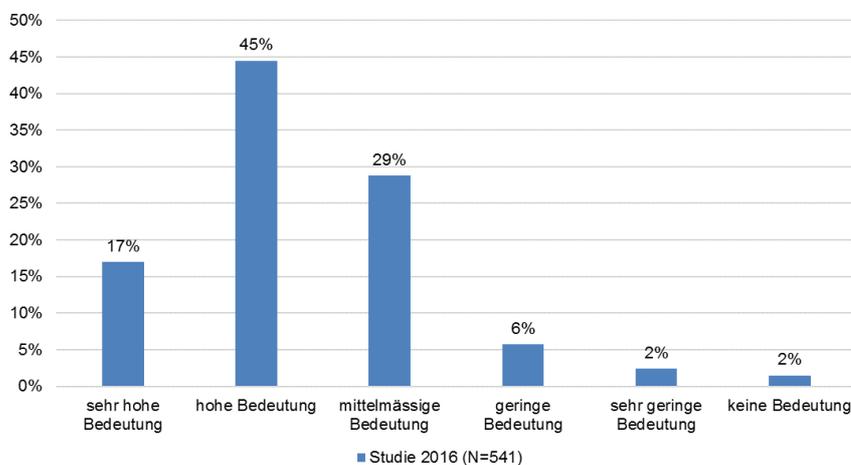


Abbildung 7: Bedeutung der finanziellen Mittel bei der Auswahl von neuen E-Collaboration-Tools.

5 Nutzen und Produktivität

Die Vernetzung der Mitarbeitenden, die vernetzte Kommunikation, die schnelle Verbreitung von Informationen über verschiedene Kanäle sowie Prozessbeschleunigung werden von den Befragten als sehr bedeutende Nutzen genannt (mit jeweils über 80% Zustimmung). Über 60% der Befragten sehen weitere Nutzen in der administrativen Unterstützung, Prozessverbesserungen, ein attraktiver Arbeitgeber zu sein, Prozessvereinfachungen, Zeiteinsparungen, die Erhaltung der Arbeitsmarktfähigkeit, Qualitätsverbesserungen, Standardisierungen sowie in der systematischeren und zielgerichteten Arbeit. Der Nutzen hinsichtlich Fehlerreduktion, Kosteneinsparungen und Ertragssteigerungen spielt eine weniger hohe Bedeutung.

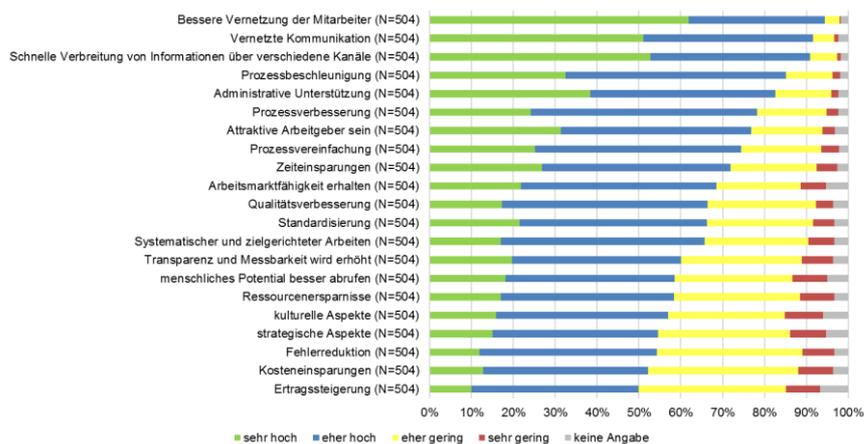


Abbildung 8: Nutzen von E-Collaboration-Tools.

Danach gefragt, welche drei Instrumente sich besonders positiv auf die Arbeitsproduktivität ausgewirkt haben, antworten die Befragten, dass dies E-Mail (56%), das Dokumentenmanagementsystem (31%) und der Teamkalender (30%) sei. Weiter folgen das Intranet (28%), Telefon/VoIP (27%), Audio-/Videokonferenzen (26%) und Chat/Instant Messaging (20%). Instrumente der dritten Generation (Social Software und Web 2.0) werden momentan noch nicht als besonders positiv hinsichtlich der Arbeitsproduktivität empfunden. Für 80% der Befragten haben E-Collaboration-Tools eine sehr hohe oder hohe Bedeutung als Wettbewerbsfaktor für das Unternehmen.

6 Motivation, Flexibilität, Bildung und Gesundheitsrisiken

Die Motivation der Befragten ist seit der Einführung von E-Collaboration-Tools in den meisten Unternehmen angestiegen (72% Zustimmung). Nur 2% der Befragten gaben an, dass ihre Motivation gesunken sei. 90% der Untersuchungsteilnehmenden sind mit den eigenen E-Collaboration-Tools zufrieden. Ebenfalls 90% sind der Meinung, dass sich die Flexibilität (bspw. Heimarbeit, Arbeiten von unterwegs aus, Bildung von virtuellen Teams, Kommunikation zwischen Unternehmensbereichen) seit der Einführung von E-Collaboration-Tools erhöht hat.

In 21% der befragten Unternehmen wird das Thema E-Collaboration-Tools quartalsweise thematisiert. 15% besprechen dies jährlich, 14% halbjährlich, 13% monatlich und 13% sogar öfters als einmal im Monat. 8% der Befragten gaben an, dass diese Thematik nie gemeinsam besprochen wird.

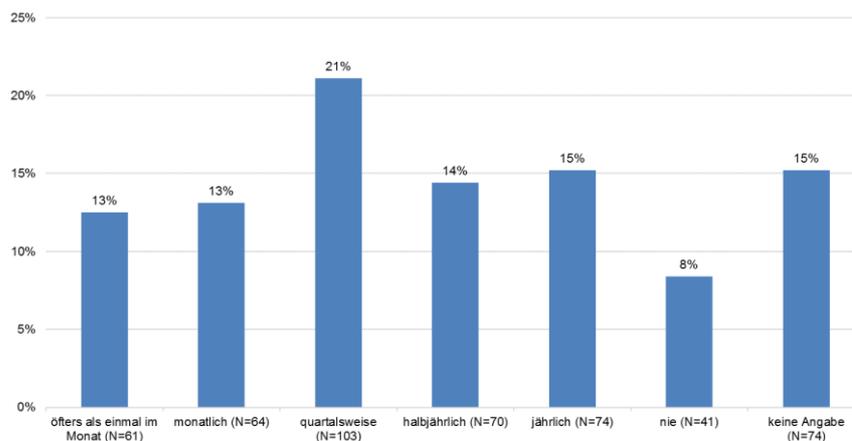


Abbildung 9: Thematisierung von E-Collaboration-Tools in Sitzungen.

18% der Untersuchungsteilnehmenden nehmen vermehrt Gesundheitsrisiken (bspw. Arbeitsunfähigkeit, erhöhte Erschöpfung, erhöhter Stress oder psychische Störungen) seit der Einführung von E-Collaboration-Tools im Unternehmen wahr. 66% der Befragten konnten keine solchen Beobachtungen machen.

7 Chancen, Risiken und Erfolgsfaktoren

Für die Befragten sind folgende fünf Chancen im Zusammenhang mit E-Collaboration-Tools am relevantesten:

1. Bessere Vernetzung der Mitarbeitenden (64%)
2. Prozessbeschleunigungen (44%)
3. Administrative Unterstützung (41%)
4. Vernetzte Kommunikation (41%)
5. Schnellere Verbreitung von Informationen über verschiedene Kanäle (32%)

Die Untersuchungsteilnehmenden sehen im Umgang mit E-Collaboration-Tools auch folgende Risiken:

1. Informationsflut (56%)
2. Datenschutz und Sicherheit (52%)
3. Verwendung von zu vielen Instrumenten (42%)
4. Konzeptlose Einführung (36%)
5. Anpassungsschwierigkeiten (32%)

Schliesslich nennen die Befragten auch Erfolgsfaktoren, die den Umgang mit E-Collaboration-Tools positiv beeinflussen:

1. Anpassungsfähigkeit auf neue Gegebenheiten z. B. bezüglich neuer Instrumente (64%)
2. Kommunikative Fähigkeiten (60%)
3. Passende Instrumente auswählen (56%)
4. Positives Arbeitsumfeld (Betriebsklima) (45%)

10

8 Fazit

E-Collaboration-Tools

Die klassischen Instrumente (E-Mail, Teamkalender und Telefon) werden am häufigsten eingesetzt. E-Collaboration-Tools der 3. Generation (Social Software, Social Networking, Wikis, Social Bookmarking, RSS-Feeds, Weblogs, Tag-Clouds etc.) werden noch weniger häufig eingesetzt.

Kommunikation

Bei der internen und externen Kommunikation wird gegenwärtig der internen Kommunikation noch eine höhere Bedeutung zugeschrieben. In Zukunft wird sich

gemäss den Befragten sowohl der internen, als auch der externen Kommunikation eine noch höhere Bedeutung eingeräumt.

Virtuelle Teams

Virtuelle Teams werden vor allem in national- und internationaltätigen Unternehmen sowie in Grossunternehmen eingesetzt.

Treiber

Bei den meisten Unternehmen sind sowohl die Mitarbeiter als auch die Führungskräfte Treiber bei der Einführung von neuen E-Collaboration-Tools.

Zuständige Instanz

Die Geschäftsleitung/das Management wird als zuständige Instanz für die Einführung von E-Technologien genannt.

IT-Budget

Das IT-Budget wird in Zukunft gemäss den Befragten zunehmen.

Nutzen

Durch den Einsatz von E-Collaboration-Tools werden die Mitarbeitenden gemäss den Untersuchungsteilnehmenden besser vernetzt, Informationen schneller über verschiedene Kanäle verbreitet, die Kommunikation wird vernetzter und es findet eine Prozessbeschleunigung und eine administrative Unterstützung statt.

Produktivität

E-Collaboration-Tools der ersten Generation (E-Mail, Telefon und Teamkalender), Dokumentmanagementsysteme und das Intranet wirken sich am positivsten auf die Produktivität der Befragten aus.

Zufriedenheit/Motivation

Die meisten Befragten sind mit den verwendeten E-Collaboration-Tools zufrieden und deren Motivation ist durch den Einsatz von E-Collaboration-Tools angestiegen.

Gesundheitsrisiken

Die Befragten nehmen grossmehrheitlich eher weniger oder überhaupt keine Gesundheitsrisiken seit der Einführung von E-Collaboration-Tools bei ihren Arbeitskollegen wahr.

Wettbewerbsfaktor

Die Nutzung von E-Collaboration-Tools als Wettbewerbsfaktor wird von den meisten Untersuchungsteilnehmenden mit einer hohen bis sehr hohen Bedeutung bewertet.

Erfolgsfaktoren

Für die Befragten spielen folgende Erfolgsfaktoren in Bezug auf E-Collaboration-Tools eine wichtige Rolle:

- Anpassungsfähigkeit auf neue Gegebenheiten, z. B. bezüglich neuer Tools
- Kommunikative Fähigkeiten
- Passende Instrumente auswählen
- Positives Arbeitsumfeld (Betriebsklima)

Chancen

Die Befragten haben folgende fünf Chancen mit E-Collaboration-Tools verbunden:

- Bessere Vernetzung der Mitarbeiter
- Prozessbeschleunigungen
- Administrative Unterstützung
- Vernetzte Kommunikation
- Schnellere Verbreitung von Informationen über verschiedene Kanäle

Risiken

Für die Untersuchungsteilnehmenden sind folgende Risiken im Zusammenhang mit E-Collaboration-Tools am relevantesten:

- Informationsflut
- Datenschutz und Sicherheit
- Verwendung von zu vielen Instrumenten
- Konzeptlose Einführung
- Anpassungsschwierigkeiten

12

9 Struktur der Datenbasis

Die Studie «Wie wenden Unternehmen E-Collaboration an?» wurde im Sommer 2016 online vom Institut für Organisation und Personal (IOP) der Universität Bern in Zusammenarbeit mit der Dr. Pascal Sieber & Partners AG durchgeführt. Dazu wurden 10'356 Personen per E-Mail kontaktiert (versandte Fragebogen). Damit konnten 7'379 Personen erreicht werden. Davon haben 836 Personen auf die Umfrage reagiert und insgesamt haben 482 Personen die Onlinebefragung vollständig ausgefüllt. Die Untersuchungsteilnehmenden arbeiten u. a. in folgenden Geschäftsbereichen: Geschäftsleitung (17%), IT (11%), Andere (10%), Personal (6%), Marketing (5%), Produktion (4%), Forschung und Entwicklung (4%). 53% arbeiten in einem Grossunternehmen, 17% in einem Mittelunternehmen, 18% in einem Kleinunternehmen und 9% in einem Kleinstunternehmen. 42% arbeiten in

einem internationaltätigen Unternehmen, 39% in einem nationaltätigen Unternehmen, 17% in einem regionaltätigen Unternehmen und 2% in einem lokaltätigen Unternehmen. 90% sind im 3. Sektor tätig, 9% im 2. Sektor und 1% im 1. Sektor.

21% der Befragten bezeichnen sich selber als Normalnutzer von E-Collaboration-Tools, 46% als fortgeschrittene Nutzer und 34% als Experten.

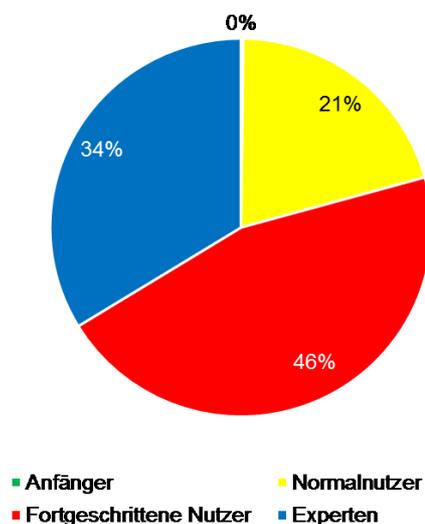


Abbildung 10: Erfahrung im Umgang mit E-Collaboration-Tools.

10 Machen Sie den nächsten Schritt

Sie interessieren sich für das Thema E-Collaboration? Machen Sie den nächsten Schritt und nehmen Sie Kontakt mit uns auf!

Sehr gerne senden wir Ihnen den Abschlussbericht der Studie und diskutieren mit Ihnen Ihre Situation.

Dr. Renato C. Müller Vasquez Callo freut sich auf Ihre Kontaktaufnahme!

renato.mueller@sieberpartners.com

+41 78 864 22 04

Ansprechpartner	Funktion	Unternehmen
Dr. Renato C. Müller Vasquez Callo	Studienleiter, Transformation Consultant	Dr. Pascal Sieber & Partners AG
Olivier Roten	Studienmitarbeiter, Masterkandidat	Universität Bern
Ralph Zurbriggen	Studienmitarbeiter, Masterkandidat	Universität Bern

11 CNO Netzwerk – The Interchange of New Ideas

Im Chief Networking Officer (CNO) Netzwerk erforschen und entwickeln wir Ideen und Lösungen für ein besseres Verständnis der Anforderungen an die Informatik und ein besseres Verständnis für die Nützlichkeit der Informatik für Unternehmen und Verwaltungen. Das Projekt wird getragen von Partnern aus Wissenschaft, Wirtschaft, Verwaltung und Medien.

Ein jährlicher Kongress, das CNO Panel, ist die Schweizer Plattform für das Top-Management mit Schwerpunktreferaten, Workshops und viel Raum für persönliches Networking.

Mit Chief Networking Officer (CNO) ist jene Person gemeint, die im Top-Management die Verantwortung für die Vernetzung des Unternehmens mit Kunden, Lieferanten und Partnern übernimmt. Der oder die CNO unterstützt unternehmensinterne und betriebsübergreifende Geschäftsprozesse mit Informatik und Telekommunikation, damit die beteiligten Mitarbeiter/innen effizient und effektiv zusammenarbeiten können, damit neue Geschäftsfelder erschlossen und die Wertschöpfung im Unternehmen oder in der Verwaltung gesteigert werden kann.

Wissenschaftliche Partner des CNO Netzwerks 2016 sind: IWI Institut für Wirtschaftsinformatik Universität Bern, Abteilung Information Management; IWI Institut für Wirtschaftsinformatik Universität Bern, Forschungsstelle Digitale Nachhaltigkeit; IWI Institut für Wirtschaftsinformatik Universität Bern, Abteilung Information Engineering; KPM Kompetenzzentrum für Public Management Universität Bern; IfM Institute of Marketing Universität St. Gallen.

Verbandspartner des CNO Netzwerks 2016 sind: asut; ICT-Berufsbildung Schweiz; IFJ Institut für Jungunternehmen; Internet Briefing / Erfa-Gruppe; simsa; Swico; Swiss Marketing; WinLink.

Medienpartner des CNO Netzwerks 2016 sind: Netzmedien; IT Business; Der Organisator.

Kontakt

Dr. Pascal Sieber & Partners AG
+41 31 566 93 00
www.cno-panel.com