

E-MAIL-NUTZUNG IN DEUTSCHEN UNTERNEHMEN

Ergebnisse einer Umfrage von SofTrust Consulting

Inhalt

Inhalt	2
Einführung	3
Zusammenfassung	4
Bedeutung von E-Mail und Akzeptanz	5
Einzelergebnisse der Umfrage	6
SofTrust E-Mail-Productivity-Services	12
Ansprechpartner	13

Einführung

1971 erfand Ray Tomlinson den E-Mail-Versand für den Internet-Vorgänger Arpanet und etablierte dabei den berühmten @-Klammeraffen als Trennzeichen. Von da an kommunizierte eine immer größer werdende Gemeinschaft an Hochschulen und in Forschungseinrichtungen über das neue Medium. Für die Beschäftigten in der Wirtschaft blieb E-Mail dagegen noch für lange Zeit ein Fremdwort.

In den 80er-Jahren fanden erste elektronische Bürokommunikationssysteme ihren Weg in die Unternehmen. Doch diese waren (groß-) rechnerzentriert, teuer und herstellerspezifisch. Wie der Name „Bürokommunikationssystem“ impliziert, endete die Kommunikationsfähigkeit der Systeme an den Firmengrenzen. Hinzu kam, dass damals nur ein Teil der Beschäftigten über eigene Bildschirme verfügte und die meisten Mitarbeiter deshalb auf die Erfassung und den Ausdruck ihrer Texte durch eine Sekretärin angewiesen waren. Die Kommunikations-Revolution der 80er-Jahre verursachte deshalb nicht das E-Mail sondern ein anderes Medium: Das Fax. Fax hatte alles, was den Bürokommunikationssystemen damals fehlte: Es war international, einfach zu bedienen, für (fast) jeden zugänglich, relativ preiswert und es erforderte vom Anwender bei der Erstellung der Dokumente keine Verhaltensänderung.

Erst mit der Explosion des Internets trat das E-Mail seinen Siegeszug an. Zum Einsatz kam der Softwarestandard, der an Hochschulen und Forschungseinrichtungen entwickelt worden war.

Heute ist E-Mail auf RFC822-Basis die am meisten genutzte Internet-Technologie. Es gibt kaum noch ein Unternehmen, das nicht per E-Mail zu erreichen ist. Weltweit haben über 500 Millionen Personen eine E-Mail-Adresse – und täglich werden es mehr.

Die E-Mail-Technologie bietet Unternehmen unzählige Möglichkeiten zur Effizienzsteigerung und Qualitätsverbesserung. Sie stellt die Wirtschaft aber auch gleichzeitig vor massive Herausforderungen: Im Gegensatz zum Fax setzt E-Mail nämlich ein anderes Kommunikationsverhalten voraus. Sofern die Nutzer nicht auf die spezifischen Belange der E-Mail-Technologie eingehen kann sich E-Mail schnell als Produktivitätsfalle und Sicherheitsloch entpuppen.

Ganz entscheidend für den effizienten Einsatz von E-Mail ist die Einstellung der E-Mail-Nutzer. Um deren aktuelle Befindlichkeit näher zu beleuchten hat SofTrust Consulting 115 Unternehmen befragt und die Ergebnisse, kombiniert mit einigen Empfehlungen, in dieser Publikation zusammengefasst.

Allen Unternehmen, die an der Umfrage teilgenommen haben, danken wir für ihre Unterstützung.

Canan Konrat & Günter Weick

Zusammenfassung

Als Dienstleistungsunternehmen für Softwareproduktivität setzt sich SofTrust Consulting intensiv mit der E-Mail-Nutzung auseinander. Im August 2002 ermittelte SofTrust Consulting im Rahmen einer Umfrage den aktuellen E-Mail-Status in deutschen Unternehmen. Da die Effizienz des E-Mail-Einsatzes primär durch die Einstellung der Mitarbeiter zu dem Medium bestimmt wird, lag der Schwerpunkt der Umfrage auf der subjektiven Befindlichkeit der Mitarbeiter.

Befragt wurden die Marketing-, Vertriebs- und Kundendienstbereiche von 115 Unternehmen. Diese Abteilungen zeichnen sich durch eine hohe Kommunikationsdichte aus und kommunizieren sowohl intern als auch extern. Da die kundennahen Bereiche in den meisten Unternehmen Vorreiterfunktionen bezüglich Kommunikation innehaben, wird davon ausgegangen, dass sich das jetzt ermittelte Bild innerhalb eines Jahres in anderen Unternehmensbereichen findet. Die befragten Unternehmen wurden nach dem Zufallsprinzip ausgewählt und rekrutierten sich aus allen Größenklassen und Branchen.

Die wesentlichen Ergebnisse der Umfrage lassen sich wie folgt zusammenfassen:

- **E-Mail hat sich bei den Mitarbeitern als tägliches Kommunikationswerkzeug etabliert.** Jedes der zufällig ausgewählten Unternehmen verfügte über E-Mail. 81 Prozent der Befragten nutzen E-Mail seit mindestens zwei Jahren. Über 58 Prozent blicken gar schon auf mehr als 5 Jahre Erfahrung zurück.
- Das durchschnittliche E-Mail-Aufkommen beträgt 26 Mails pro Tag. **Es gibt einen klaren Zusammenhang zwischen E-Mail-Erfahrung und Anzahl erhaltener E-Mails.** Langjährige E-Mail-Nutzer berichten von täglich bis zu 100 E-Mails.
- **Über ein Drittel aller E-Mails sind irrelevant für die tägliche Arbeit.**
- Der größere Teil der unproduktiven Mails stammt nicht von Spam-Versendern, sondern von Kollegen und Geschäftspartnern. **Das Aussortieren von Spam-Mails ist kein Problem. Das Aussortieren irrelevanter Mails von bekannten Absendern dauert dagegen zur Zeit durchschnittlich 10 Minuten pro Tag.**
- **Pro Mitarbeiter geht pro Jahr Arbeitszeit in Höhe von 900 Euro durch unnötige Mails verloren.**
- **Bei 41 Prozent der Unternehmen bearbeiten alle Mitarbeiter** (ausgenommen die erste Führungsschicht) **ihre Mails selbst.** Bei 56 Prozent der Unternehmen werden die Manager noch von Sekretärinnen unterstützt. 43 Prozent der Unternehmen geben auch ihren Sachbearbeitern Unterstützung.
- **Der größte Teil (61 Prozent) der E-Mail-Anwender erwartet innerhalb des nächsten Jahres für sich selbst eine Intensivierung der E-Mail-Nutzung.** Selbst Anwender mit bereits sehr hohem E-Mail-Volumen erwarten ein weiteres Ansteigen.
- **Über 67 Prozent der Anwender erwarten nicht, dass sich ihre Zufriedenheit mit dem Medium E-Mail innerhalb des nächsten Jahres ändern wird.** 25 Prozent sind optimistisch, dass sie zufriedener werden könnten.

SofTrust Consulting wird die Studie in regelmässigen Abständen wiederholen um Trends aufzuzeigen. Die Einzelergebnisse sind in der Folge näher beschrieben.

Bedeutung von E-Mail und Akzeptanz

Moderne Wirtschaften sind auf den effizienten und sicheren Austausch von Informationen angewiesen. Bereits heute ist für viele Unternehmen wettbewerbsentscheidend, wie effizient sie relevante Informationen erkennen, bearbeiten und kommunizieren können.

Mit steigender Informationsflut und schnellerer Entwertung relevanter Information wird diese Fähigkeit noch entscheidender - vor allem in einer globalen Wirtschaft.

Die E-Mail-Technologie ist eine der Schlüsseltechnologien für die Lösung der Herausforderung. Sie ist allerdings zweischneidig: E-Mail kann nämlich nicht nur helfen das Problem zu lösen – sie kann es auch drastisch verschärfen.

Die Fähigkeit, riesige Datenmengen an große Kreise zu versenden und die Möglichkeit, sehr zeitnah - aber doch asynchronen - zu kommunizieren, bergen große Potentiale aber auch riesige Gefahren in sich: Informationsflut, Mehrarbeit und Ablenkung.

Bereits jetzt klagen viele Mitarbeiter, dass sie vor lauter E-Mail nicht mehr zum Arbeiten kommen. Zunehmend fühlen sich Mitarbeiter durch E-Mail überfordert, gehetzt und getaktet. Deshalb bleiben namhaften Studien zufolge in vielen Unternehmen bereits heute unzählige E-Mail-Anfragen unbeantwortet

Dabei stehen wir gerade am Anfang einer Entwicklung: Immer mehr Kommunikationsprozesse werden auf E-Mail umgestellt. Die Anzahl der E-Mails wird in den kommenden Jahren drastisch steigen. Es geht dabei nicht nur um Dokumente, die bisher gefaxt oder per Post gesandt wurden. Vielmehr werden viele Dokumente überhaupt nicht mehr in die bisherige Form gebracht, sondern nur noch als E-Mail verschickt. Zusätzlich kommen ganz neue Kommunikationsformen hinzu: vom einzeiligen Instant-Message-E-Mail über das Unified-Message-E-Mail bis zur riesigen Newsgroup. Dabei ändern sich sowohl die Form als auch der Ton der Kommunikation. Das hat zwingend Auswirkungen auf die Beziehungsebene zwischen den handelnden Personen. Nichts wäre falscher als anzunehmen, dass jeder, der einen Brief schreiben oder telefonieren kann auch automatisch effizient und zielgruppenkonform e-mailt.

Nicht die Technik, sondern die konkrete Nutzung durch den Menschen entscheidet darüber, ob E-Mail eher eine Lösung oder eher ein Problem ist. Falscher Umgang produziert Frustration, Informationsüberflutung, zurückgehende Produktivität und Sicherheitsrisiken. Da bei Kommunikation automatisch mehrere Parteien involviert sind, haben schlechte Praktiken zwingend auch immer Einfluss auf die Produktivität und Einstellung Dritter – seien es Kollegen, Kunden oder Geschäftspartner. Das schlägt sowohl auf der Sach- als auch auf der Beziehungsebene zurück. Das Gleiche gilt natürlich für gute Praktiken. Diese werden mit guten Informationen und gutem Arbeitsklima belohnt.

Unternehmen ist anzuraten ihre Mitarbeiter bestens mit dem Medium E-Mail vertraut zu machen soie die Effizienz und Außenwirkung ständig zu überwachen. Erfolgreiche Unternehmen zeichnen sich dadurch aus, dass sie bei ihren Mitarbeitern eine „E-Mail-Kultur“ etabliert haben, die automatisch bestimmten Regeln folgt. Dadurch können bis zu 50 Prozent der auf E-Mail verwendeten Zeit eingespart werden.

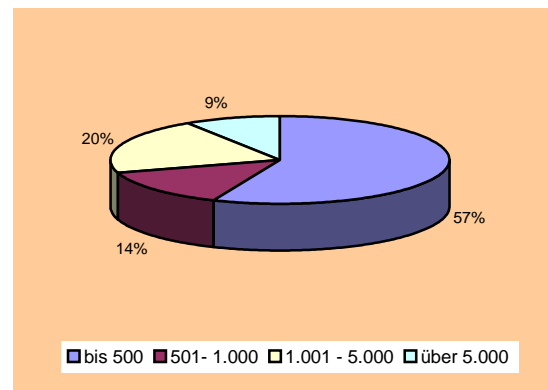
Einzelergebnisse der Umfrage

Interview und Umfragebasis

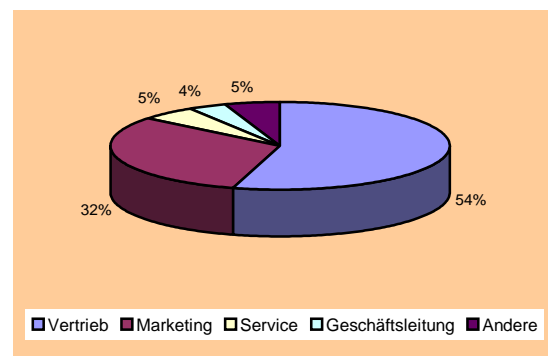
Die Umfrage wurde im August 2002 durchgeführt. Dabei wurden 160 Firmen angerufen. Vertreter von 115 Unternehmen erklärten sich zu einem Telefoninterview bereit. Das Interview bestand aus Fragen zur allgemeinen Einstellung zu E-Mail und zur künftigen Erwartungshaltung. Es ging bei der Befragung um die subjektive Wahrnehmung der Interviewten. Eine Überprüfung der gemachten Angaben fand nicht statt.

Die einbezogenen Unternehmen wurden nach dem Zufallsprinzip ausgewählt. Dabei wurde darauf geachtet, dass kleinere und mittlere Unternehmen entsprechend repräsentiert waren. Diese setzen erfahrungsgemäß moderne IT-Technologien erst zeitversetzt ein.

57 Prozent der beteiligten Unternehmen hatten unter 500 Mitarbeiter.

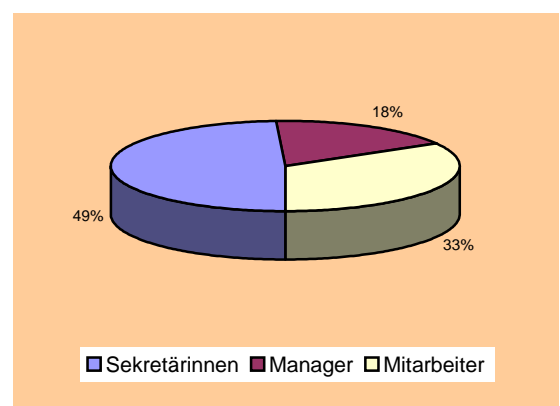


Die Umfrage konzentrierte sich ausschließlich auf die kundennahen Bereiche Vertrieb, Marketing und Services. Diese stehen sowohl intern als auch extern in Kommunikationsbeziehungen und sehen sich deshalb mit unterschiedlichen Anforderungen konfrontiert. Dort wo der Geschäftsführer die Fragen beantwortete, war dieser i.d.R. für Vertrieb und Marketing zuständig.



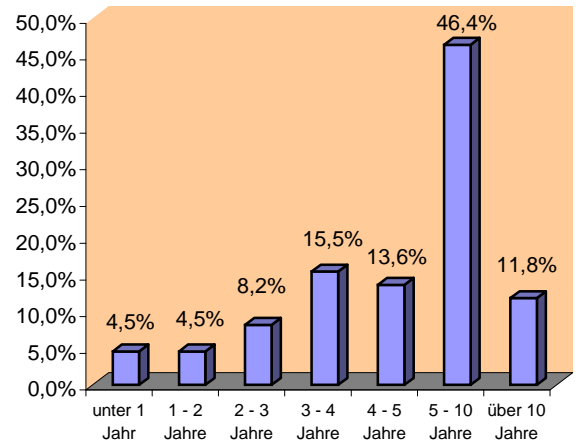
Interviewt wurden Management, Sekretariate und Mitarbeiterschaft. Die deutliche Übergewichtung von Sekretärinnen ergab sich aus ihrer Rolle in der E-Mail-Bearbeitung.

Die Interviewten deckten alle Altersbereiche zwischen 20 und 60 ab. Den größten Anteil nahm die Altersklasse der 30- bis 39-Jährigen ein. Diese stellten 37% der Interviewpartner.



E-Mail hat sich als Medium etabliert

E-Mail hat das Stadium des Neuen schon längst verlassen. Alle angesprochenen Unternehmen hatten E-Mail-Anschluss. Nur 9 Prozent aller Befragten gaben an, E-Mail erst seit weniger als 2 Jahren zu nutzen. Der überwiegende Teil der Interviewten versteht sich als E-Mail-erfahren. Über 58 Prozent der Befragten blicken bereits auf mehr als 5 Jahre E-Mail-Erfahrung zurück.

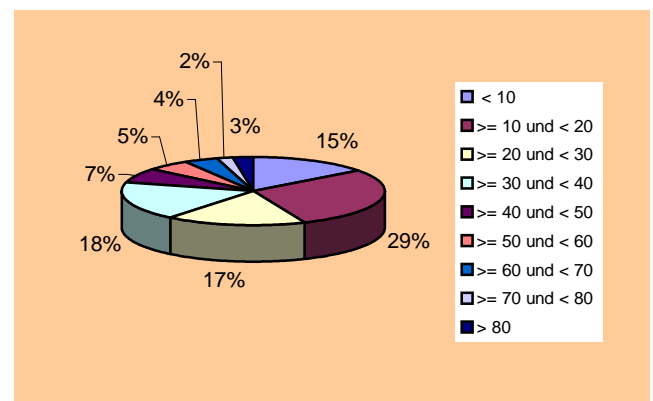


Empfehlung:

Maßnahmen zur E-Mail-Produktivität müssen die Befindlichkeit der Mitarbeiter berücksichtigen. Die Maßnahmen dürfen nicht vordergründig auf die technische Nutzung von E-Mail abheben, da sich ein Großteil der Beschäftigten inzwischen als über die Grundlagen erhaben betrachtet.

Über 56 Prozent der Nutzer erhalten täglich mehr als 20 E-Mails

Noch ist das Mailaufkommen einigermaßen überschaubar. Nur 11 Prozent aller Befragten erhalten 50 oder mehr E-Mails pro Tag. Im Durchschnitt sind es 26 Mails. Wie zu erwarten steigt das Mailaufkommen mit der Erfahrung an. 79% jener Nutzer die weniger als 3 Jahren Erfahrung haben bekommen weniger als 10 Mails pro Tag. Bei Nutzern mit über 5 Jahren Erfahrung sinkt dieser Wert unter 2 Prozent. Die große Abweichung deutet an, dass das Mailaufkommen nicht primär durch die Aufgabenstellung, sondern durch das Kommunikationsverhalten des Mitarbeiters bestimmt wird.

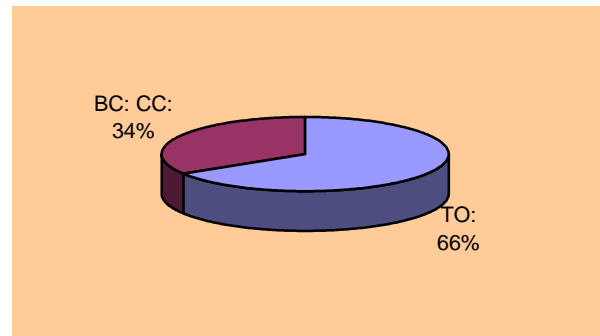


Empfehlung:

Unternehmen sollten versuchen E-Mail-Anfänger schneller an die professionelle Nutzung von E-Mail heranzuführen. Das „Hineintasten“ verschwendet Zeit und Ressourcen. Zudem birgt es das Risiko, dass falsche Vorgehensweisen eingeschliffen werden.

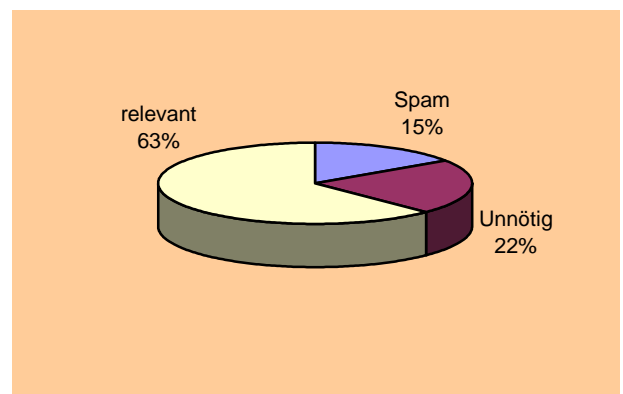
Nur jede zweite E-Mail ist direkt an den Empfänger adressiert

Der überwiegende Teil der E-Mails ist direkt (mit An: bzw. to:) adressiert. Allerdings sind darin auch die E-Mails enthalten, die die Empfänger als Teil von Verteilern und als Spam (siehe unten) erhalten. Unter Abzug dieser Bestandteile sinkt der Anteil der wirklich direkt an einen Empfänger adressierten Mails auf unter 50 Prozent.



Jede Dritte E-Mail ist irrelevant

Nur 63 Prozent aller empfangenden E-Mails werden auch als wirklich relevant für die Arbeit betrachtet. Spam-Mails (also unverlangte Massenaussendungen) machen etwa 40 Prozent der unerwünschten Mails aus. Bei Nutzern unter 3 Jahren E-Mail-Erfahrung taucht Spam nur ganz vereinzelt auf. Danach nimmt der Anteil deutlich zu. Spam wird von den meisten Nutzern als ärgerlich aber wenig dramatisch empfunden. Spam, so die Nutzer, sei einfach zu erkennen, weshalb die Zeiten für die Sichtung und Löschung pro Tag insgesamt nur wenige Minuten betrage.



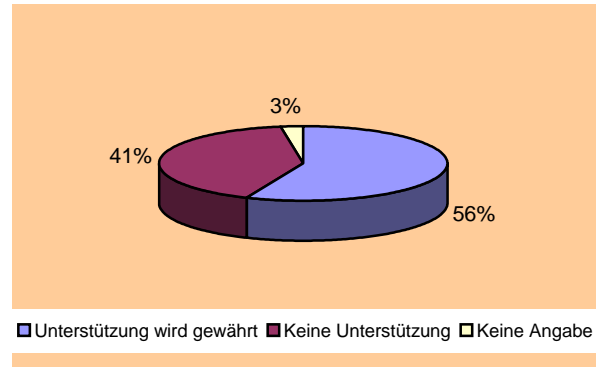
Ein wesentlich größeres Problem stellen irrelevante Mails dar, die von bekannten Absendern stammen. Diese machen 22 Prozent aller Mails aus und repräsentieren damit einen größeren Anteil als Spam. Diese Klasse beinhaltet unnötige Kopien, falsch verwendete Verteiler, unerwünschte Rundbriefe sowie Spaßmails. Es dauert wesentlich länger diese E-Mails zu sichten und als irrelevant zu beurteilen. Die benötigte Zeit bis zur Entscheidung über die Irrelevanz beträgt im Durchschnitt ca. 10 Minuten pro Tag. Die Studie fragte absichtlich nicht ab, wie viel Zeit zur anschließenden „Bearbeitung“ aufgewendet wird (Weitersendung von Spaßmails, Tratsch, etc.) da darauf keine aussagekräftige Antwort erwartet werden konnte. Aus erläuternden Kommentaren einzelner Interview-Partner kann jedoch geschlossen werden, dass die dazu benötigte Zeit die reine Sichtszeit übersteigt. Selbst bei vorsichtigster Abschätzung geht durch irrelevante E-Mails jährlich Arbeitszeit im Wert von 900 Euro pro Mitarbeiter verloren.

Empfehlung:

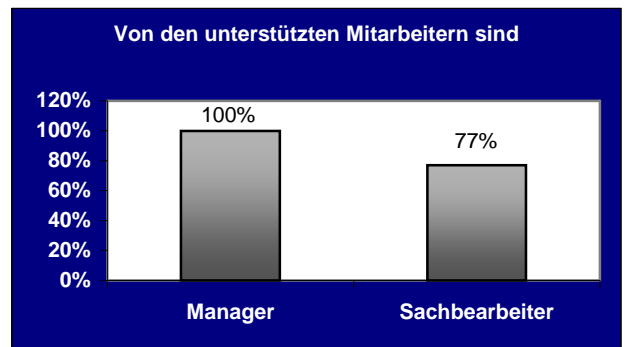
Irrelevante E-Mails sollten so weit als möglich unterbunden werden. Sie unterbrechen den Arbeitsrhythmus, lenken ab und kosten Zeit.

Über die Hälfte der Unternehmen bieten Ihren Mitarbeitern noch Unterstützung bei der E-Mail-Bearbeitung

Das Bild vom Manager, der alle seine E-Mails selbst bearbeitet, ist in Deutschland (noch) nicht zutreffend. 56 Prozent der befragten Unternehmen bieten Ihren Managern (nicht berücksichtigt: Vorstände und Geschäftsführer) über Sekretariate in der ein oder anderen Form Unterstützung bei der Bearbeitung ihrer E-Mails. Die Unterstützung reicht von einfacher Vorsichtung eingegangener Mails über den Ausdruck, die Ablage, die Verteilung bis hin zum vollständigen Bearbeiten von Teilgebieten. Auch das Beantworten von E-Mails nach Diktat findet sich noch. Trotzdem ist der Anteil von Unternehmen, in denen das Management nicht mehr unterstützt wird mit 41 Prozent beachtlich. Es zeigt, welche Kommunikationsrevolution in den vergangenen Jahren in den Verwaltungen stattgefunden hat. Vor der E-Mail-Revolution lief noch nahezu alle schriftliche Kommunikation über Sekretariate und Schreibbüros.



Die Sekretariatsleistung, die in 56 Prozent der Unternehmen zur E-Mail-Bearbeitung bereitgestellt wird, erstreckt sich stets auf das Management. Immerhin 77 Prozent dieser Firmen dehnen die Unterstützung aber auch auf normale Sachbearbeiter aus.



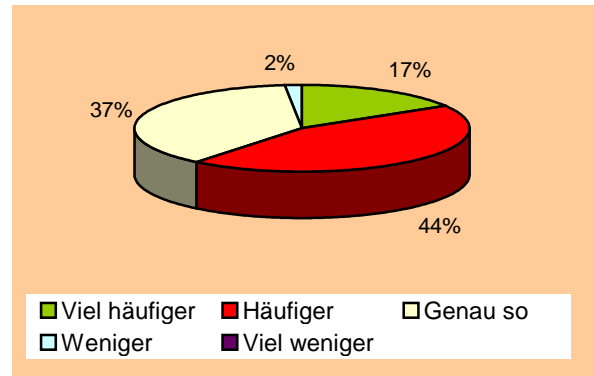
Empfehlung:

Der Trend das Sekretariat aus dem Kommunikationsfluss auszublenden, ist unübersehbar. Dies gilt auch als zeitgemäß. Trotzdem sollten Unternehmen hinterfragen, ob das in jedem Fall sinnvoll ist.

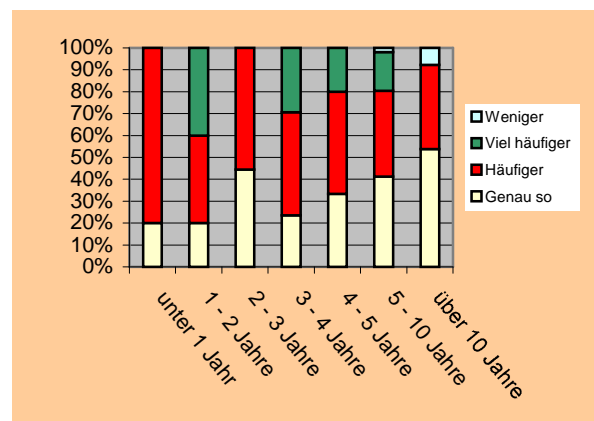
Die Tatsache, dass in 56 Prozent der Unternehmen ein E-Mail neben dem Empfänger auch von einer Assistenz gelesen wird, sollte beim Versand persönlicher oder vertraulicher Informationen berücksichtigt werden.

61 Prozent aller Nutzer erwarten für sich persönlich künftig eine intensivere E-Mail-Nutzung

Das Potential von E-Mail ist nach Meinung der Befragten noch lange nicht ausgeschöpft. Danach gefragt, ob sie ihrer Ansicht nach E-Mail in einem Jahr genau so häufig, häufiger, viel häufiger, weniger oder viel weniger nutzen würden, antworten 61 Prozent mit „häufiger“ oder „viel häufiger“.



Die Einschätzung bezüglich der zunehmenden Nutzung wird nicht nur von den Neulingen geäußert, sondern zieht sich durch alle Erfahrungsklassen. Selbst in der Gruppe derjenigen, die bereits zwischen fünf und zehn Jahren Erfahrung haben, gehen 27 Prozent der Nutzer davon aus, dass sie E-Mail künftig häufiger oder noch viel häufiger einsetzen. Nur ganz wenige der erfahrensten Anwender äußerten sich dahingehend, dass sie E-Mail künftig weniger einsetzen würden. Diese Einzelfälle waren Anwender mit hohem täglichen Mailaufkommen. Oft gaben diese Interviewten im Gespräch auch eine Erklärung für ihre Einschätzung ab: Die jetzige Belastung müsse einfach abgebaut werden, da sie langfristig nicht durchhaltbar sei.

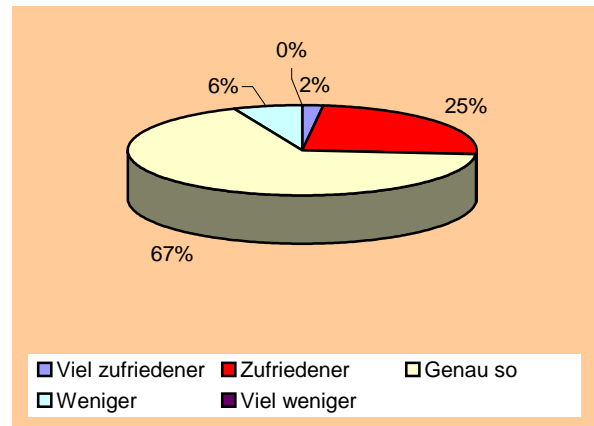


Empfehlung:

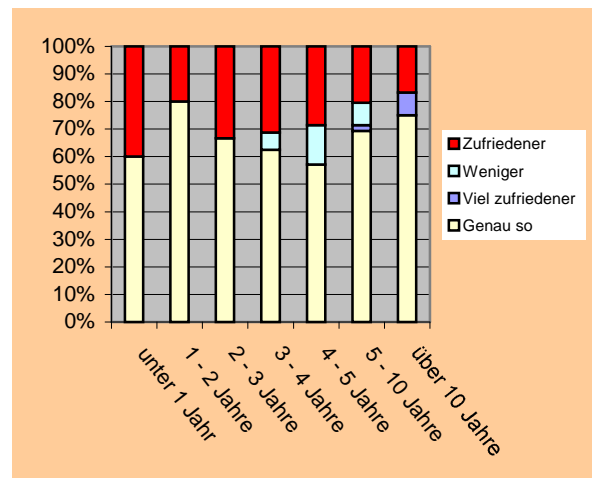
Mitarbeiter sind bereit, dem Medium E-Mail in ihrem Kommunikationsmix künftig eine noch größere Rolle zuzugestehen. Damit diese Bereitschaft nicht gestresst wird, sollten die Unternehmen Sorge tragen ihre Mitarbeiter so zu schulen, dass sie das erhöhte Transaktionsvolumen abarbeiten können.

67 Prozent der Anwender erwarten künftig keine wesentliche Änderung ihrer Zufriedenheit

Die überwältigende Mehrheit der Befragten erwartet innerhalb des nächsten Jahres keine wesentliche Änderung ihrer Zufriedenheit mit dem Medium E-Mail. Das ergab die Frage, ob sie in einem Jahr erwarten viel zufriedener, zufriedener, weniger zufrieden, viel weniger zufrieden oder genau so zufrieden zu sein.



Wenn Änderungen erwartet werden sind sie meist positiv. Nur in der Klasse der mittelmäßig Erfahrenen wird die Befürchtung geäußert, dass sich die Zufriedenheit verschlechtern könnte. Offenbar ist diese Gruppe in den Bereich vorgestoßen, in dem die negativen Effekte von E-Mail sichtbar werden. Nur in der Klasse der sehr Erfahrenen ist die Erwartung vertreten, dass die Zufriedenheit stark zunimmt. Dies wurde in den Gesprächen damit begründet, dass maßgebliche Verbesserungen des E-Mailsystems und der E-Mail-Nutzung zwingend erhofft werden, da ohne diese eine Überlastung stattfinden würde. Diese Gruppe leidet unter der hohen Anzahl von E-Mails, die sie täglich zu bewältigen hat.



Empfehlung:

Die Unternehmen müssen vor allem den starken E-Mail-Nutzern Arbeitserleichterungen anbieten. Dies können technische Lösungen, Sekretariatsunterstützung oder klare E-Mail-Nutzungskonzepte sein. Nutzungskonzepte bringen allerdings nur dann durchschlagenden Erfolg, wenn sie von allen internen Kommunikationspartnern gleichermaßen befolgt werden.

SofTrust E-Mail-Productivity-Services

SofTrust Consulting führt integrierte Maßnahmen zur Erhöhung der E-Mailproduktivität durch. Unter E-Mailproduktivität versteht SofTrust Consulting die E-Mail-Effizienz, die E-Mail-Akzeptanz, die E-Mail-Sicherheit und die E-Mail-Qualität. SofTrust-Berater helfen, Schwachpunkte zu identifizieren, sie zeigen Lösungswege auf und sie setzen diese im Unternehmen um.

SofTrust – Berater kennen die Grundkonzepte der Kommunikation, die Möglichkeiten der E-Mail-Technologie sowie alle erprobten Verfahrensmodelle. Diese stellen jedoch lediglich die Basis für erfolgreiche Projekte bereit. Wesentlich zum Erfolg ist eine Änderung falschen Verhaltens, das sich in der Regel über längere Zeit eingeschliffen hat. Tief verwurzelte Gewohnheiten müssen aufgebrochen und neue, effiziente Verhaltensweisen langfristig etabliert werden. Der SofTrust-Ansatz ist deshalb primär verhaltensorientiert.

Im Einzelnen bietet SofTrust Consulting Unternehmen folgende Leistungen im E-Mail-Umfeld:

- Erhebung des Ist-Zustandes (vorhandene Kenntnisse, technische Möglichkeiten, Akzeptanz, Sicherheit, etc.)
- Ermittlung ungenutzter Potentiale und bestehender Problembereiche
- Konzeptentwicklung
- Implementierung der Änderungen

Neben diesen unternehmensspezifischen Projekten bietet SofTrust Consulting

- Schulungen
- Seminare
- Workshops

zur E-Mailproduktivität

Ansprechpartner

Für Fragen stehen Ihnen die Ersteller der Studie gerne zur Verfügung

Günter Weick
Pirazzistr. 12 A
D-63067 Offenbach
Telefon: 069-857007-26
Telefax: 069-857007-22
gweick@softrust.com

Canan Konrat
Pirazzistr. 12 A
D-63067 Offenbach
Telefon: 069-857007-25
Telefax: 069-857007-22
ckonrat@softrust.com

SofTrust Consulting GmbH
Pirazzistr. 12 A
63067 Offenbach a. Main
www.softrust.com