

DIGITALE ÜBERFORDERUNG IM ARBEITSALLTAG

2016

Delivering Transformation. Together.

sopra  steria
CONSULTING

DIGITALE ÜBERFORDERUNG IM ARBEITSALLTAG

Datum: Juli 2016

Impressum

Dieses Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt.

Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen schriftlichen Zustimmung der Sopra Steria GmbH, nachfolgend auch Sopra Steria Consulting.

Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischer Form. Eine Weitergabe an Dritte ist nicht gestattet.

Realisierung: Faktenkontor GmbH
Ludwig-Erhard-Straße 37
D-20459 Hamburg
Tel.: +49 40 253185-111
Fax: +49 40 253185-311

Sopra Steria GmbH
Hans-Henny-Jahnn-Weg 29, 22085 Hamburg
Telefon: +49 40 22703-0
Fax: +49 40 22703-7999
E-Mail: info.de@soprasteria.com

Vorsitzender des Aufsichtsrates: Vincent Paris
Geschäftsführer: Urs Michael Krämer

Gesellschaftssitz: Hamburg - HRB 130 165 Amtsgericht Hamburg - USt-ID-Nr.: DE118671351



AGENDA

1 | **Untersuchungsansatz**

2 | Management Summary

3 | Ergebnisse Digitale Überforderung

Umgang mit digitalen Technologien

Digitale Kompetenz

Digitale Arbeits- und Kommunikationsmittel

Digitale Fähigkeiten im Unternehmen

Statistik



UNTERSUCHUNGSANSATZ

Thema der Studie

Der Berichtsband stellt die Ergebnisse einer Online-Befragung zum Thema „Digitale Überforderung im Arbeitsalltag“ dar, die im Auftrag von Sopra Steria Consulting durchgeführt wurde.

Befra- gungs- zeitraum

Die Daten sind im Juli 2016 erhoben worden. Die Befragung wurde über ein Online-Panel durchgeführt. Die Ergebnisse sind auf ganze Zahlen gerundet.

Zielgruppe

211 Mitarbeiter und Führungskräfte aus Unternehmen ab 500 Mitarbeitern der Branchen Banken, Versicherungen, sonstige Finanzdienstleister, Energieversorger, Automotive, sonstiges Verarbeitendes Gewerbe, Telekommunikation und Medien, Öffentliche Verwaltung. Explizit ausgeschlossen wurden Beratungsunternehmen und Anbieter von IT-Lösungen.



AGENDA

1 | Untersuchungsansatz

2 | Management Summary

3 | Ergebnisse Digitale Überforderung

Umgang mit digitalen Technologien

Digitale Kompetenz

Digitale Arbeits- und Kommunikationsmittel

Digitale Fähigkeiten im Unternehmen

Statistik



MANAGEMENT SUMMARY

- Für die Übernahme digitaler Technologien in den Arbeitsalltag entscheiden sich Mitarbeiter in der Regel nicht selbst. Die Hürde, lang erlernte und etablierte Arbeitsprozesse zu digitalisieren, ist dann naturgemäß hoch. Ob in der Folge Ablehnung oder Annahme entsteht, ist keine Entscheidung „von oben“, kann aber durchaus beeinflusst werden. Das beginnt oft schon bei der Einführung einer neuen digitalen Anwendung.
- Ein wichtiger Schritt bei der Einführung eines neuen Tools ist eine begleitende Schulung. Knapp vier von zehn Mitarbeiter signalisieren hier Bedarf. Erwartungsgemäß steigt dieser Bedarf mit dem Alter der Befragten (S. 10f.). Überraschend ist hingegen die Tendenz bei den unter 30-jährigen Mitarbeitern, die sich im Vergleich schwerer mit der Einbindung digitaler Technologie in ihren Alltag tun und skeptischer auf die Einführung neuer Digitaltechnologie reagieren (S. 12).
- Eine Entwicklung, die durch die steigende Verbreitung digitaler Technologien im Arbeitsalltag zweifelsohne gefördert wird, ist die permanente Erreichbarkeit. Zwei Drittel der Befragten geben an, für Kunden, Kollegen und Vorgesetzte permanent und in knapp vier von zehn Fällen sogar nach Feierabend erreichbar sein zu müssen (S. 13). Führungskräfte und die Altersgruppe zwischen 30 und 40 Jahren am Beginn der Karriere sind hier am stärksten betroffen (S. 14f.).



MANAGEMENT SUMMARY

- Aufgrund der weitreichenden Änderungen der Digitalisierung in der Arbeitswelt und der zeitlichen Verzögerung, mit der neue Anforderungen ihren Eingang in das Bildungssystem finden, hat die Mehrheit der Arbeitsbevölkerung ihre digitale Kompetenz erwartungsgemäß über die betriebliche Praxis erworben (75%, S. 16). In der Altersverteilung zeigt sich folglich ein starkes Gefälle in den Bildungsbereichen (S. 18). Studium und Schule sollen, wenn es nach den befragten Führungskräften geht, zukünftig einen deutlich größeren Anteil bei der Vermittlung digitaler Fähigkeiten übernehmen als es bisher der Fall ist – ein klarer Auftrag an die Bildungspolitik, sich entsprechend einzubringen (S. 20).
- Um Praxisnähe herzustellen, soll nach Ansicht der Führungskräfte die betriebliche Weiterbildung zukünftig im Bereich der Kompetenzvermittlung die Hauptrolle spielen (S. 12). Dass Investitionen in die digitale Ausbildung für alle Seiten eine Win-win-Situation darstellen, wird dadurch bestätigt, dass 83 Prozent der Befragten angeben, durch digitale Technologie ihre tägliche Arbeit schneller oder deutlich schneller erledigen zu können (S. 21).
- Ein Blick auf die verwendeten digitalen Arbeitsmittel zeigt: Die „Klassiker“ – Office-Programme und Kommunikationstools – rangieren auf den ersten Plätzen. Hier hat die Marktdurchdringung bei den großen Unternehmen annähernd 100 Prozent erreicht (S. 23). Social-Media-Tools kämpfen dagegen noch um Akzeptanz: Vier von zehn Mitarbeitern können sich in der täglichen Arbeit nicht mit deren Nutzung anfreunden (S. 27).



MANAGEMENT SUMMARY

- In der Kundenkommunikation, die nahezu alle Mitarbeiter in großen Unternehmen betrifft, steht die E-Mail als Kommunikationstool an der Spitze, gefolgt von telefonischer und persönlicher Beratung. Chat-Funktionen nutzen drei von zehn Mitarbeitern, um mit Kunden zu kommunizieren (S. 25 und S. 28).
- Diese Entwicklung haben neu eingeführte Digitaltechnologien noch vor sich. Immerhin können fast neun von zehn Befragten auf Spezialisten im Unternehmen zurückgreifen, wenn sie mit einer solchen nicht zurechtkommen (S. 29). Die Information bezüglich neuer Technologien erfolgt für knapp zwei Drittel der befragten Mitarbeiter großer Unternehmen durch Kollegen statt durch externe Fachleute (S. 31). Dass es hier bisweilen auch Defizite bei der Deckung des Wissensbedarfs gibt, vermelden vergleichsweise häufig die unter 30-Jährigen (S. 32).
- Diese angezeigte Wissenslücke sollten Entscheider ernstnehmen. Denn für fast neun von zehn befragten Führungskräften spielt das Digital-Know-how der Mitarbeiter eine besondere Rolle (S. 33). Dem Argument, dass nur durch digitale Fähigkeiten die Marktposition ausgebaut werden kann, stimmen 93 Prozent der befragten Entscheider zu (S. 34). Gleichzeitig herrscht bei Digitalthemen ein hoher Wettbewerbsdruck: Knapp sieben von zehn befragten Führungskräften attestieren ihrem Unternehmen Nachholbedarf auf die Konkurrenz (S. 35).



AGENDA

1 | Untersuchungsansatz

2 | Management Summary

3 | Ergebnisse Digitale Überforderung

Umgang mit digitalen Technologien

Digitale Kompetenz

Digitale Arbeits- und Kommunikationsmittel

Digitale Fähigkeiten im Unternehmen

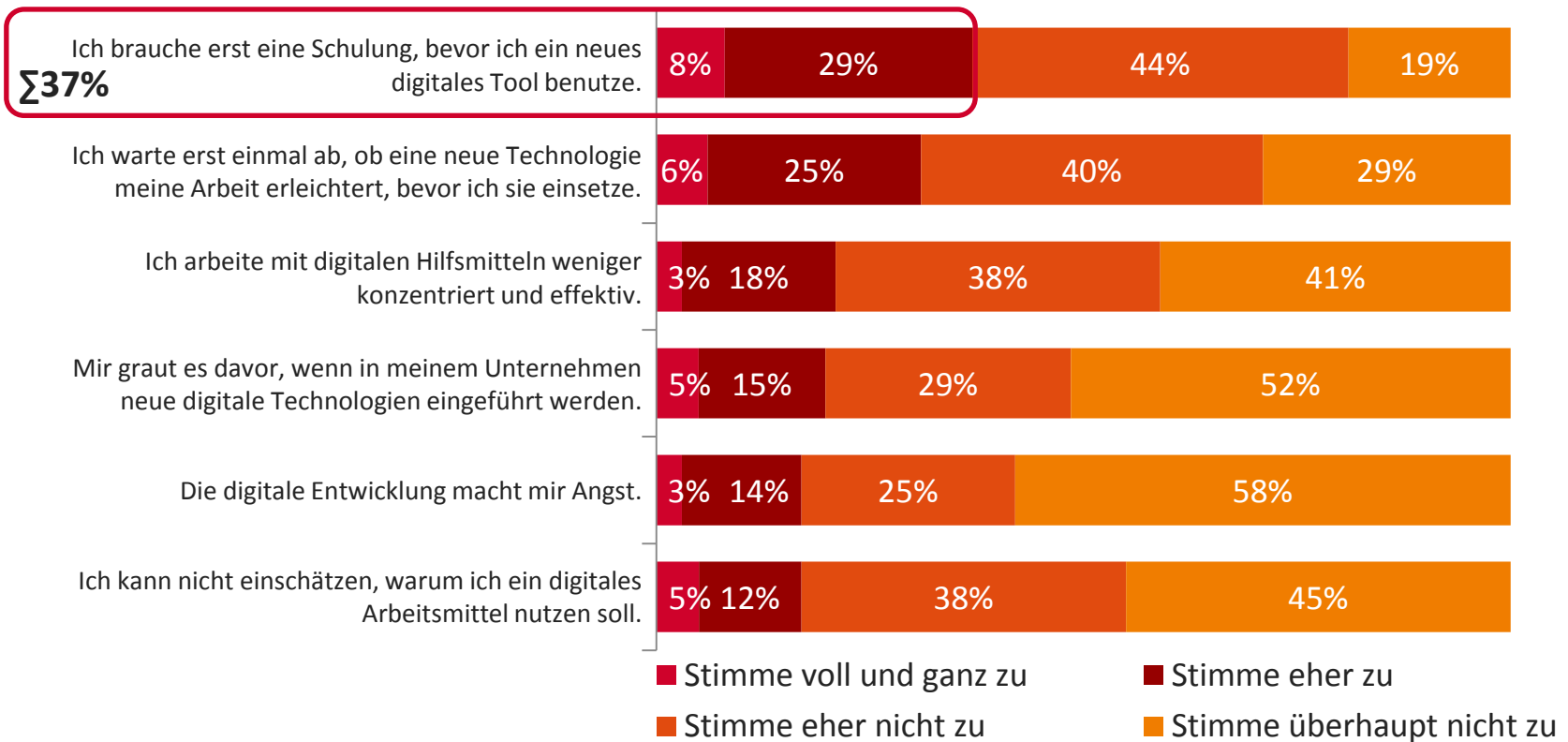
Statistik



ERGEBNISSE

UMGANG MIT DIGITALEN TECHNOLOGIEN

- Fast vier von zehn Mitarbeitern in großen Unternehmen benötigen eine begleitende Schulung zur Einführung eines digitalen Tools.



Frage 8: Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

Basis: Alle Befragten, N = 211 (Skalierte Abfrage, sortiert nach „Stimme voll und ganz zu“ und „Stimme eher zu“)



ERGEBNISSE

UMGANG MIT DIGITALEN TECHNOLOGIEN

- Mitarbeiter mit fünf bis zehn Jahren Unternehmenszugehörigkeit stehen digitalen Technologien im Vergleich tendenziell skeptischer gegenüber.

Top-2	Total	Position		Beschäftigungsdauer			
		Führungskraft	Fachkraft	Unter 5 Jahre	5 bis unter 10 Jahre	10 bis unter 20 Jahre	20 Jahre und länger
Basis	211	101	110	36	52	68	55
Ich brauche erst eine Schulung, bevor ich ein neues digitales Tool benutze.	37%	41%	34%	25%	35%	37%	47%
Ich warte erst einmal ab, ob eine neue Technologie meine Arbeit erleichtert, bevor ich sie einsetze.	31%	39%	24%	22%	37%	29%	33%
Ich arbeite mit digitalen Hilfsmitteln weniger konzentriert und effektiv.	21%	24%	17%	22%	31%	15%	16%
Mir graut es davor, wenn in meinem Unternehmen neue digitale Technologien eingeführt werden.	20%	22%	17%	17%	31%	10%	22%
Die digitale Entwicklung macht mir Angst.	17%	15%	19%	14%	25%	12%	18%
Ich kann nicht einschätzen, warum ich ein digitales Arbeitsmittel nutzen soll.	17%	19%	15%	17%	25%	10%	16%

■ 5 Prozentpunkte und mehr unter Gesamtdurchschnitt

■ 5 Prozentpunkte und mehr über Gesamtdurchschnitt

Frage 8: Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

Basis: Alle Befragten, N = 211 (Skalierte Abfrage Top-2: Stimme voll und ganz zu + Stimme eher zu)



ERGEBNISSE

UMGANG MIT DIGITALEN TECHNOLOGIEN

- Erstaunlich: Die unter 30-Jährigen sind tendenziell skeptischer beim Umgang mit und der Einführung von digitalen Technologien.

Top-2	Total	Alter			
		Unter 30 Jahre	30 bis unter 40 Jahre	40 bis unter 50 Jahre	50 Jahre und älter
Basis	211	33	51	77	50
Ich brauche erst eine Schulung, bevor ich ein neues digitales Tool benutze.	37%	33%	31%	38%	44%
Ich warte erst einmal ab, ob eine neue Technologie meine Arbeit erleichtert, bevor ich sie einsetze.	31%	27%	25%	34%	34%
Ich arbeite mit digitalen Hilfsmitteln weniger konzentriert und effektiv.	21%	33%	22%	14%	20%
Mir graut es davor, wenn in meinem Unternehmen neue digitale Technologien eingeführt werden.	20%	27%	22%	14%	20%
Die digitale Entwicklung macht mir Angst.	17%	18%	18%	13%	22%
Ich kann nicht einschätzen, warum ich ein digitales Arbeitsmittel nutzen soll.	17%	24%	18%	12%	18%

■ 5 Prozentpunkte und mehr unter Gesamtdurchschnitt

■ 5 Prozentpunkte und mehr über Gesamtdurchschnitt

Frage 8: Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

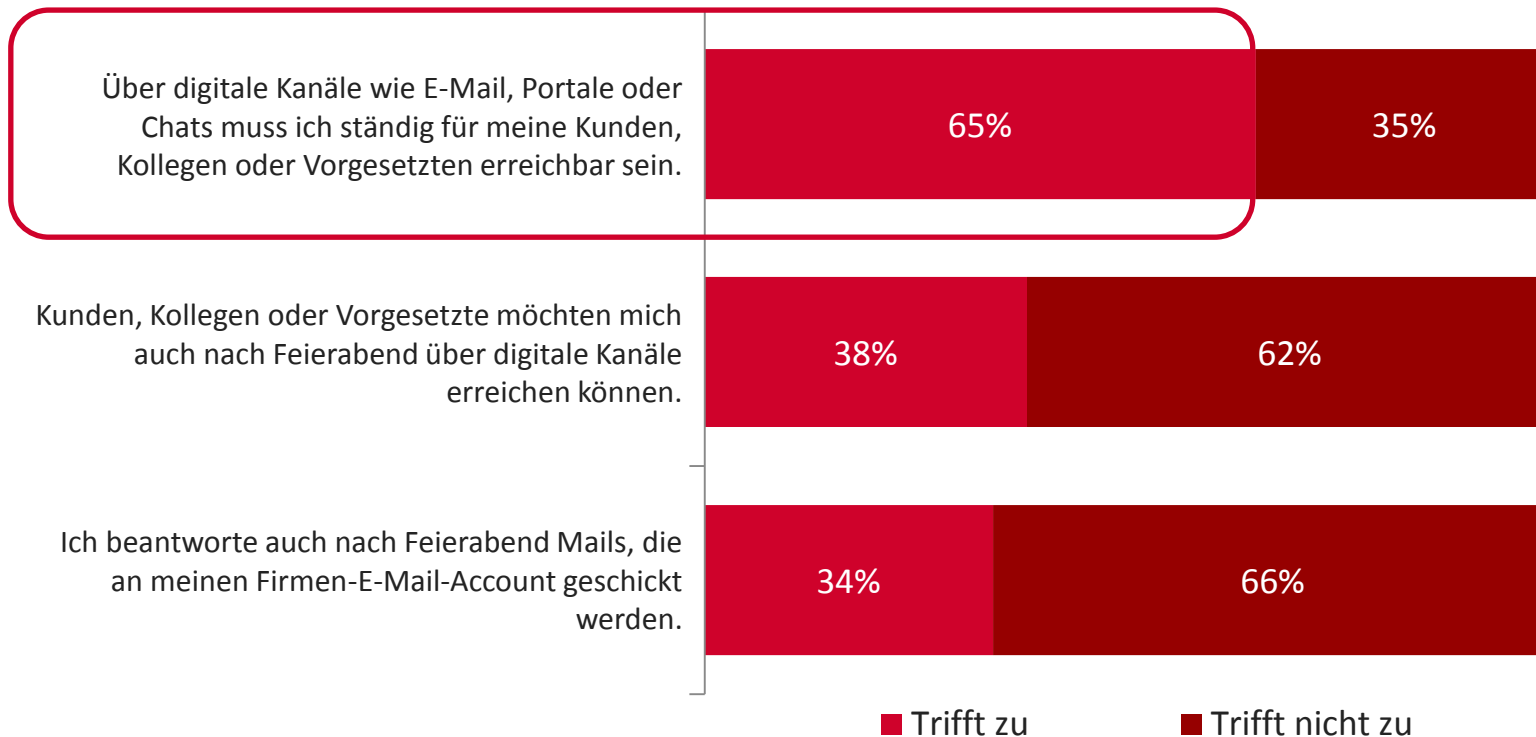
Basis: Alle Befragten, N = 211 (Skalierte Abfrage Top-2: Stimme voll und ganz zu + Stimme eher zu)



ERGEBNISSE

UMGANG MIT DIGITALEN TECHNOLOGIEN

- Zwei Drittel der Mitarbeiter, die Kundenkontakt haben, müssen für Kunden, Kollegen und Vorgesetzte ständig erreichbar sein.



Frage 9: Denken Sie für die nächste Frage einmal daran, wie digitale Technologien Ihre Arbeit mit Kunden beeinflussen. Treffen die folgenden Aussagen auf Ihre Arbeit zu?
Basis: Alle Befragten, die Kundenkontakt haben, N = 198 (Skalierte Abfrage, sortiert nach „Trifft zu“)



ERGEBNISSE

UMGANG MIT DIGITALEN TECHNOLOGIEN

- Führungskräfte in großen Unternehmen müssen im Vergleich deutlich häufiger nach Feierabend für Kunden und Kollegen erreichbar sein.

	Total	Position		Beschäftigungsdauer			
		Führungskraft	Fachkraft	Unter 5 Jahre	5 bis unter 10 Jahre	10 bis unter 20 Jahre	20 Jahre und länger
Basis	198	98	100	34	50	64	50
Über digitale Kanäle wie E-Mail, Portale oder Chats muss ich ständig für meine Kunden, Kollegen oder Vorgesetzten erreichbar sein.	65%	68%	61%	62%	74%	64%	58%
Kunden, Kollegen oder Vorgesetzte möchten mich auch nach Feierabend über digitale Kanäle erreichen können.	38%	55%	21%	21%	50%	48%	24%
Ich beantworte auch nach Feierabend Mails, die an meinen Firmen-E-Mail-Account geschickt werden.	34%	54%	15%	15%	44%	45%	24%

■ 5 Prozentpunkte und mehr unter Gesamtdurchschnitt

■ 5 Prozentpunkte und mehr über Gesamtdurchschnitt

Frage 9: Denken Sie für die nächste Frage einmal daran, wie digitale Technologien Ihre Arbeit mit Kunden beeinflussen. Treffen die folgenden Aussagen auf Ihre Arbeit zu?
Basis: Alle Befragten, die Kundenkontakt haben, N = 198 (Skalierte Abfrage)



ERGEBNISSE

UMGANG MIT DIGITALEN TECHNOLOGIEN

- Ständige Erreichbarkeit über digitale Kanäle betrifft insbesondere die Altersgruppe der 30- bis unter 40-Jährigen.

	Total	Geschlecht		Alter			
		Männlich	Weiblich	Unter 30 Jahre	30 bis unter 40 Jahre	40 bis unter 50 Jahre	50 Jahre und älter
Basis	198	127	71	31	49	72	46
Über digitale Kanäle wie E-Mail, Portale oder Chats muss ich ständig für meine Kunden, Kollegen oder Vorgesetzten erreichbar sein.	65%	71%	54%	61%	76%	64%	57%
Kunden, Kollegen oder Vorgesetzte möchten mich auch nach Feierabend über digitale Kanäle erreichen können.	38%	43%	28%	26%	53%	39%	28%
Ich beantworte auch nach Feierabend Mails, die an meinen Firmen-E-Mail-Account geschickt werden.	34%	41%	23%	26%	41%	36%	30%

■ 5 Prozentpunkte und mehr unter Gesamtdurchschnitt

■ 5 Prozentpunkte und mehr über Gesamtdurchschnitt

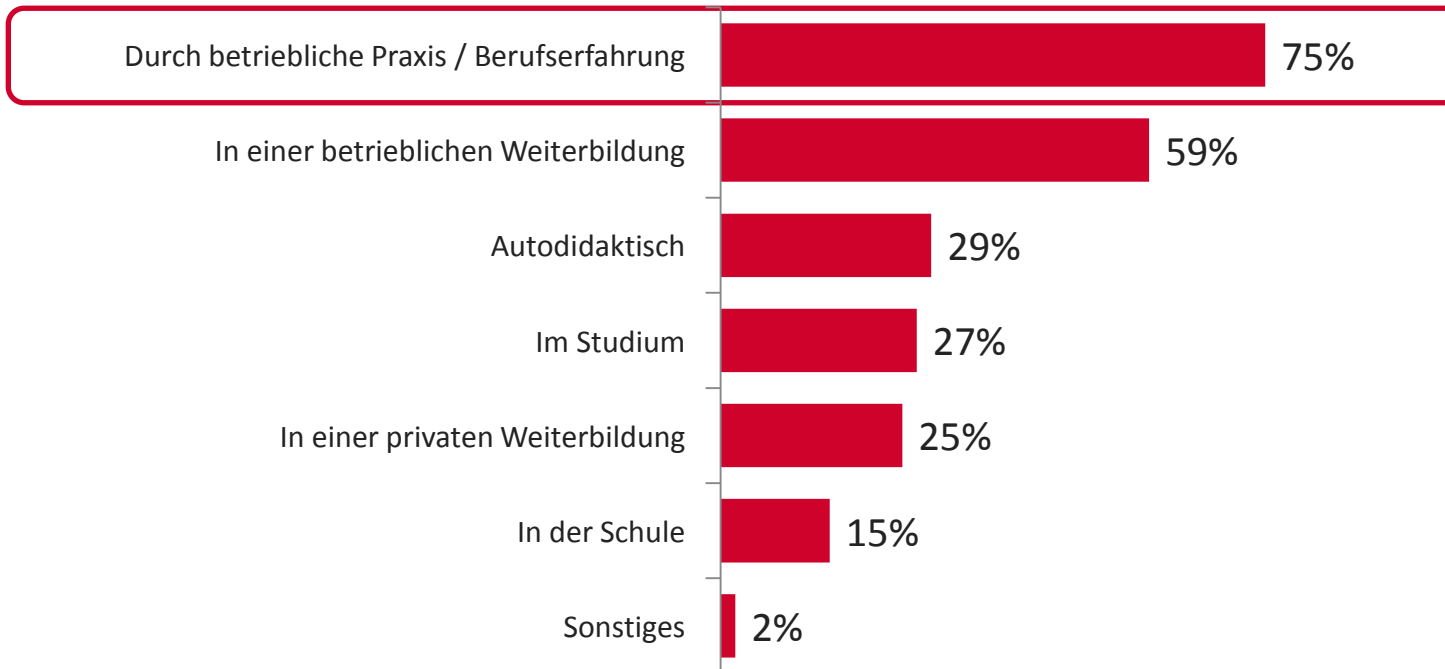
Frage 9: Denken Sie für die nächste Frage einmal daran, wie digitale Technologien Ihre Arbeit mit Kunden beeinflussen. Treffen die folgenden Aussagen auf Ihre Arbeit zu?
Basis: Alle Befragten, die Kundenkontakt haben, N = 198 (Skalierte Abfrage)



ERGEBNISSE

DIGITALE KOMPETENZ

- Drei Viertel der Mitarbeiter in großen Unternehmen haben ihre digitale Kompetenz durch Anwendung im Beruf erworben.



Frage 4: Der Umgang mit digitalen Arbeitsmitteln und Kommunikationskanälen erfordert wie jedes Werkzeug, dass man den Umgang damit lernt. Wie ist das bei Ihnen, wo haben Sie ihre digitale Kompetenz erworben?

Basis: Alle Befragten, N = 211 (Mehrfachnennung)

ERGEBNISSE

DIGITALE KOMPETENZ

- Mitarbeiter in sehr großen Unternehmen erwerben digitale Kompetenz im Vergleich seltener in betrieblichen Weiterbildungen.

	Total	Position		Unternehmensgröße		
		Führungskraft	Fachkraft	500 bis unter 1.000 Mitarbeiter	1.000 bis unter 5.000 Mitarbeiter	5.000 Mitarbeiter und mehr
Basis	211	101	110	47	74	90
Durch betriebliche Praxis / Berufserfahrung	75%	70%	80%	81%	77%	71%
In einer betrieblichen Weiterbildung	59%	70%	49%	64%	69%	49%
Autodidaktisch	29%	30%	29%	19%	31%	33%
Im Studium	27%	44%	12%	40%	28%	19%
In einer privaten Weiterbildung	25%	34%	16%	38%	28%	14%
In der Schule	15%	11%	19%	19%	12%	16%
Sonstiges	2%	1%	3%	2%	1%	2%

■ 5 Prozentpunkte und mehr unter Gesamtdurchschnitt

■ 5 Prozentpunkte und mehr über Gesamtdurchschnitt

Frage 4: Der Umgang mit digitalen Arbeitsmitteln und Kommunikationskanälen erfordert wie jedes Werkzeug, dass man den Umgang damit lernt. Wie ist das bei Ihnen, wo haben Sie ihre digitale Kompetenz erworben?

Basis: Alle Befragten, N = 211 (Mehrfachnennung)



ERGEBNISSE

DIGITALE KOMPETENZ

- Der Kompetenzerwerb in Digitalthemen weist ein deutliches Altersgefälle in den Rubriken betriebliche Praxis und betriebliche Weiterbildung auf.

	Total	Alter			
		Unter 30 Jahre	30 bis unter 40 Jahre	40 bis unter 50 Jahre	50 Jahre und älter
Basis	211	33	51	77	50
Durch betriebliche Praxis / Berufserfahrung	75%	61%	67%	83%	82%
In einer betrieblichen Weiterbildung	59%	42%	53%	58%	78%
Autodidaktisch	29%	21%	31%	32%	28%
Im Studium	27%	30%	43%	27%	8%
In einer privaten Weiterbildung	25%	18%	29%	22%	28%
In der Schule	15%	48%	18%	6%	4%
Sonstiges	2%	3%	2%	0%	4%

■ 5 Prozentpunkte und mehr unter Gesamtdurchschnitt

■ 5 Prozentpunkte und mehr über Gesamtdurchschnitt

Frage 4: Der Umgang mit digitalen Arbeitsmitteln und Kommunikationskanälen erfordert wie jedes Werkzeug, dass man den Umgang damit lernt. Wie ist das bei Ihnen, wo haben Sie ihre digitale Kompetenz erworben?

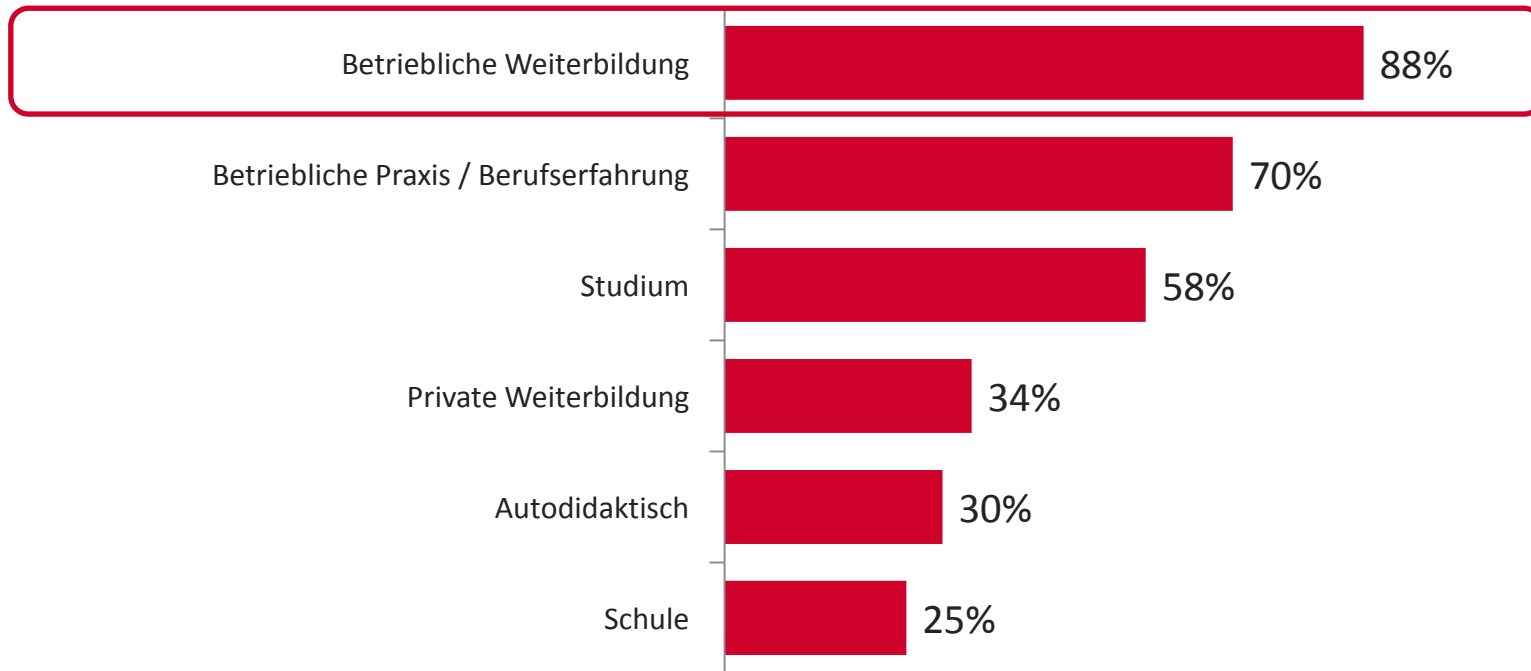
Basis: Alle Befragten, N = 211 (Mehrfachnennung)



ERGEBNISSE

DIGITALE KOMPETENZ

- Die betriebliche Weiterbildung zu digitalen Fähigkeiten ist nach Ansicht der Führungskräfte zukünftig die wichtigste Vermittlungsform.

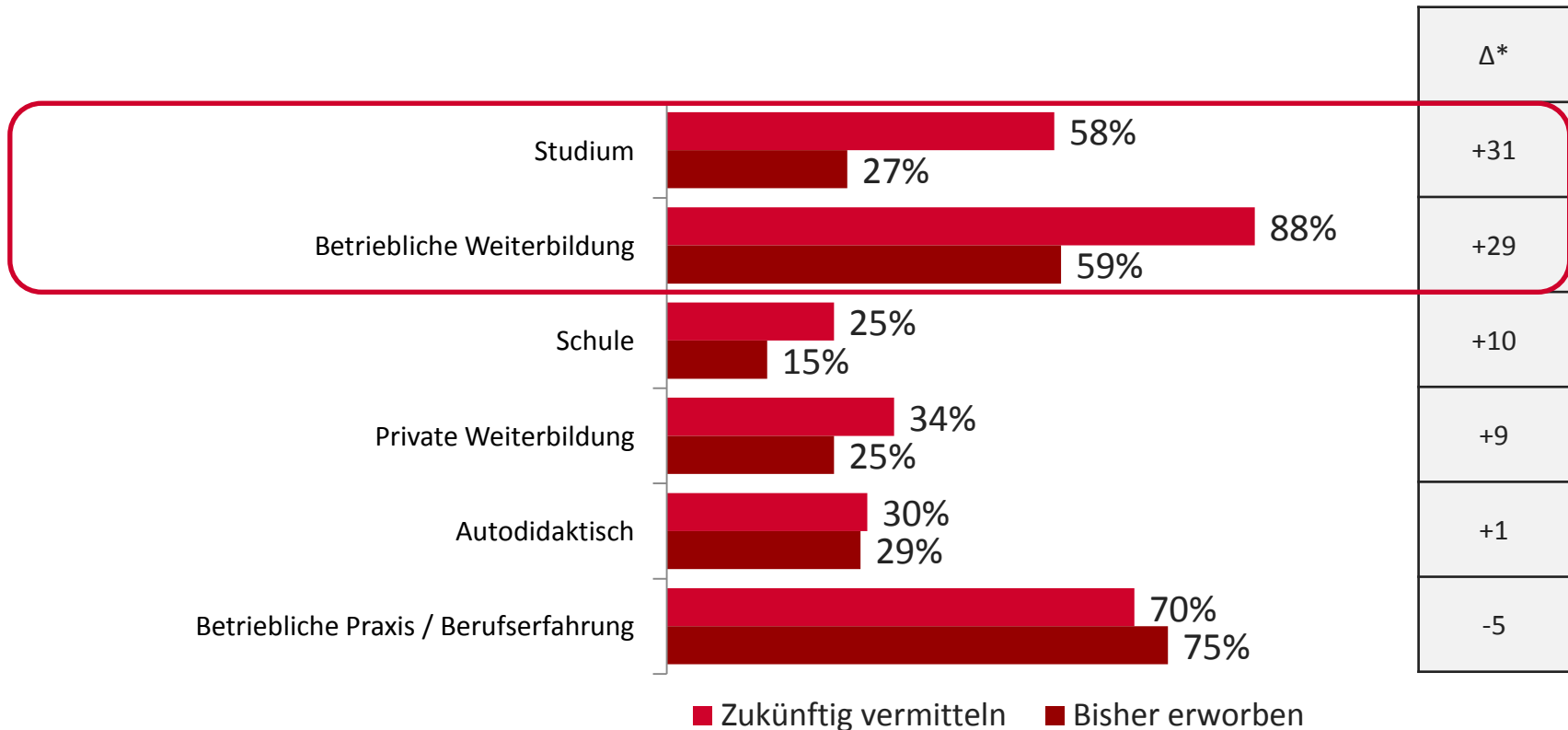


Frage 12: Mit Blick auf Ihre Mitarbeiter: Von welcher Quelle sollten Ihre Mitarbeiter ihre digitalen Fähigkeiten vermittelt bekommen?
Basis: Alle befragten Führungskräfte, N = 101 (Mehrfachnennung)

ERGEBNISSE

DIGITALE KOMPETENZ

- Die Führungskräfte erwarten zukünftig einen deutlichen Ausbau der universitären Vor- und der betrieblichen Weiterbildung zu Digitalthemen.



Gegenüberstellung Frage 4 und Frage 12
 Basis Frage 4: Alle Befragten, N = 211 (Mehrfachnennung)
 Basis Frage 12: Alle befragten Führungskräfte, N = 101 (Mehrfachnennung)

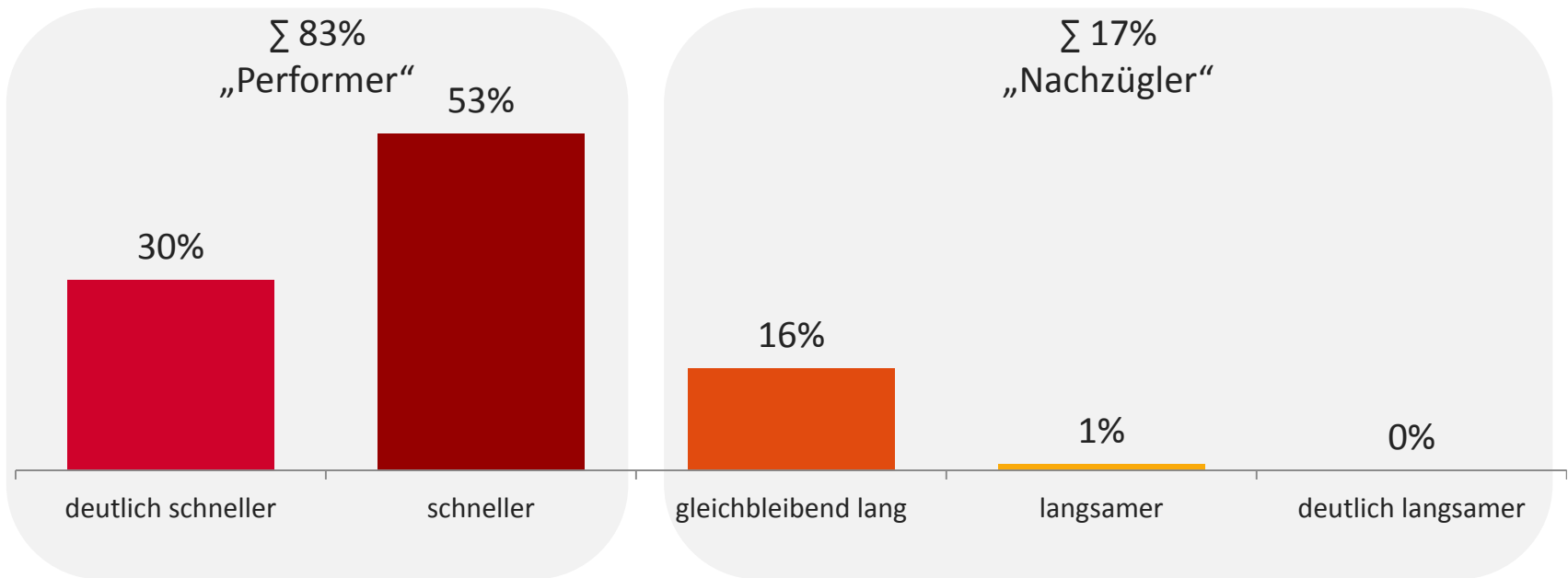
* Veränderung in Prozentpunkten



ERGEBNISSE

DIGITALE KOMPETENZ

- In großen Unternehmen können mehr als acht von zehn Mitarbeitern ihre tägliche Arbeit durch digitale Technik effizienter erledigen.



Meine tägliche Arbeit ist durch digitale Technologien ... zu bewältigen.

Frage 7: Denken Sie für die nächste Frage einmal daran, wie sich digitale Technologien auf die Bewältigung Ihrer täglichen Arbeit auswirken. Welche Aussage trifft zu?
Basis: Alle Befragten, N = 211 (Einfachnennung)

ERGEBNISSE

DIGITALE KOMPETENZ

- Die ältere Generation ab 50 Jahre hat im Vergleich am ehesten Probleme, durch digitale Technologie im Alltag effizienter zu arbeiten.

	Total	Position		Alter			
		Führungskraft	Fachkraft	Unter 30 Jahre	30 bis unter 40 Jahre	40 bis unter 50 Jahre	50 Jahre und älter
Basis	211	101	110	33	51	77	50
deutlich schneller	30%	35%	25%	30%	35%	34%	18%
schneller	53%	49%	56%	61%	57%	44%	56%
gleichbleibend lang	16%	17%	15%	6%	8%	19%	26%
langsamer	1%	0%	3%	3%	0%	3%	0%
deutlich langsamer	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Top-2: Deutlich schneller + schneller	83%	84%	81%	91%	92%	78%	74%

■ 5 Prozentpunkte und mehr unter Gesamtdurchschnitt

■ 5 Prozentpunkte und mehr über Gesamtdurchschnitt

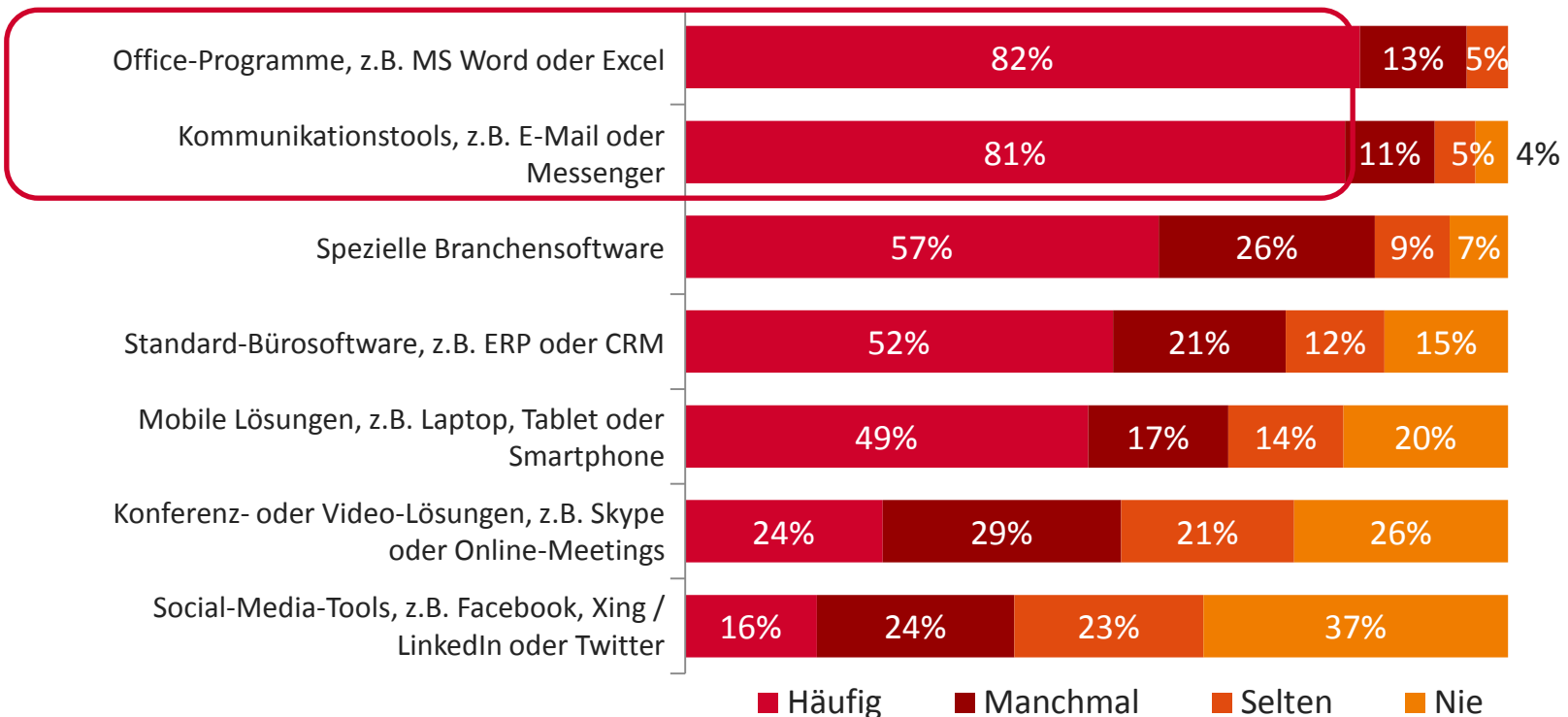
Frage 7: Denken Sie für die nächste Frage einmal daran, wie sich digitale Technologien auf die Bewältigung Ihrer täglichen Arbeit auswirken. Welche Aussage trifft zu?
Basis: Alle Befragten, N = 211 (Einfachnennung)



ERGEBNISSE

DIGITALE ARBEITS- UND KOMMUNIKATIONSMITTEL

- Die Top-2 der am häufigsten verwendeten digitalen Arbeitsmittel in großen Unternehmen: Office-Programme und Kommunikationstools.



Frage 1: Denken Sie einmal an einen ganz normalen Arbeitstag. Wie häufig nutzen Sie die folgenden Arbeitsmittel in Ihrer täglichen Arbeit?
Basis: Alle Befragten, N = 211 (Skalierte Abfrage, sortiert nach „Häufig“)



ERGEBNISSE

DIGITALE ARBEITS- UND KOMMUNIKATIONSMITTEL

- Führungskräfte nutzen Social-Media-Tools im Vergleich häufiger für ihre Arbeit als Fachkräfte.

Top	Total	Position		Unternehmensgröße		
		Führungskraft	Fachkraft	500 bis unter 1.000 Mitarbeiter	1.000 bis unter 5.000 Mitarbeiter	5.000 Mitarbeiter und mehr
Basis	211	101	110	47	74	90
Office-Programme, z.B. MS Word oder Excel	82%	82%	82%	87%	84%	78%
Kommunikationstools, z.B. E-Mail oder Messenger	81%	80%	81%	87%	89%	70%
Spezielle Branchensoftware	57%	55%	59%	55%	53%	62%
Standard-Bürosoftware, z.B. ERP oder CRM	52%	66%	39%	60%	55%	46%
Mobile Lösungen, z.B. Laptop, Tablet oder Smartphone	49%	67%	32%	66%	54%	36%
Konferenz- oder Video-Lösungen, z.B. Skype oder Online-Meetings	24%	38%	12%	23%	32%	18%
Social-Media-Tools, z.B. Facebook, Xing / LinkedIn oder Twitter	16%	21%	12%	19%	23%	9%

■ 5 Prozentpunkte und mehr unter Gesamtdurchschnitt

■ 5 Prozentpunkte und mehr über Gesamtdurchschnitt

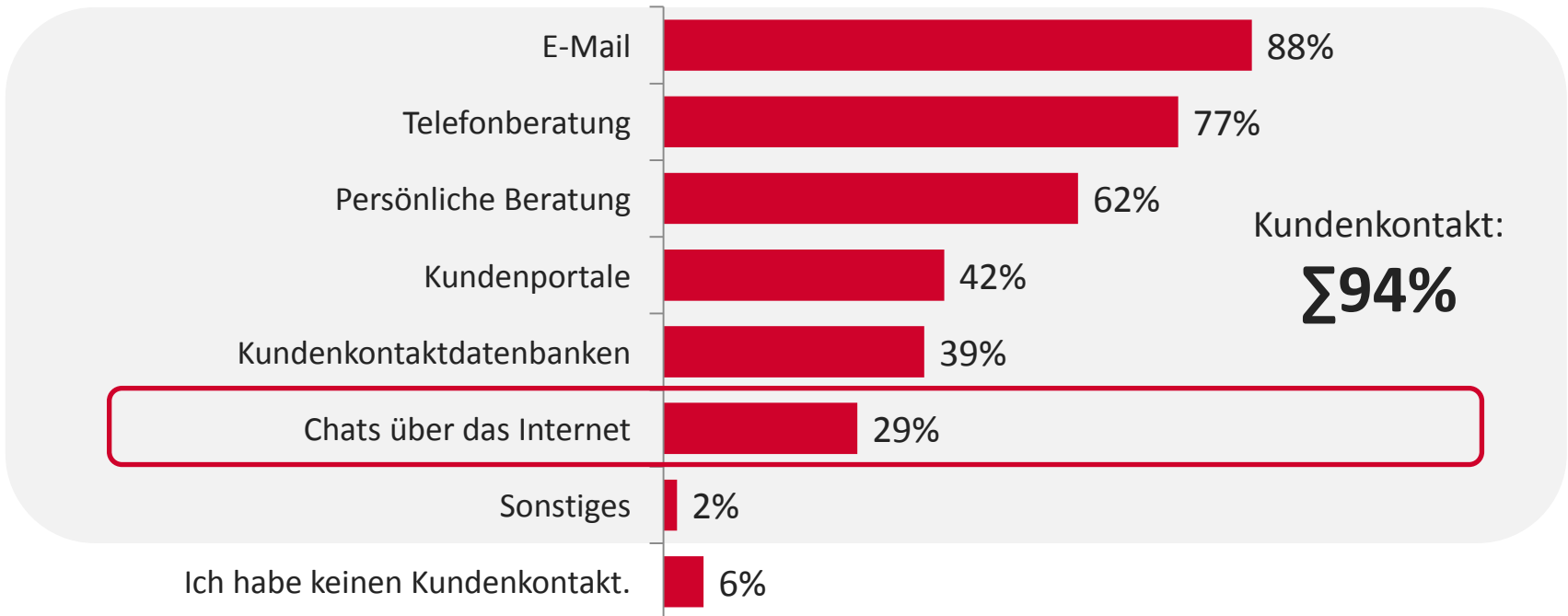
Frage 1: Denken Sie einmal an einen ganz normalen Arbeitstag. Wie häufig nutzen Sie die folgenden Arbeitsmittel in Ihrer täglichen Arbeit?
 Basis: Alle Befragten, N = 211 (Skalierte Abfrage Top: Häufig)



ERGEBNISSE

DIGITALE ARBEITS- UND KOMMUNIKATIONSMITTEL

- Drei von zehn Mitarbeiter großer Unternehmen nutzen bereits Chat-Funktionen zur Kundenkommunikation.



Frage 2: Viele Unternehmen nutzen in der Kommunikation mit ihren Kunden vielfältige, digitale Kanäle. Denken Sie jetzt einmal an Ihre persönliche Zusammenarbeit mit Kunden. Welche der folgenden Kanäle nutzen Sie dafür?

Basis: Alle Befragten, N = 211 (Mehrfachnennung)

ERGEBNISSE

DIGITALE ARBEITS- UND KOMMUNIKATIONSMITTEL

- Führungskräfte nutzen im Vergleich zu anderen Mitarbeitern deutlich mehr die persönliche Beratung in der Kundenkommunikation.

	Total	Position		Alter			
		Führungskraft	Fachkraft	Unter 30 Jahre	30 bis unter 40 Jahre	40 bis unter 50 Jahre	50 Jahre und älter
Basis	211	101	110	33	51	77	50
E-Mail	88%	93%	84%	82%	92%	92%	82%
Telefonberatung	77%	80%	75%	70%	82%	78%	76%
Persönliche Beratung	62%	73%	51%	39%	63%	68%	66%
Kundenportale	42%	62%	24%	33%	53%	45%	32%
Kundenkontaktdatenbanken	39%	54%	25%	33%	49%	43%	28%
Chats über das Internet	29%	48%	12%	15%	41%	31%	22%
Sonstiges	2%	2%	2%	0%	2%	3%	2%
Ich habe keinen Kundenkontakt.	6%	3%	9%	6%	4%	6%	8%

■ 5 Prozentpunkte und mehr unter Gesamtdurchschnitt

■ 5 Prozentpunkte und mehr über Gesamtdurchschnitt

Frage 2: Viele Unternehmen nutzen in der Kommunikation mit ihren Kunden vielfältige, digitale Kanäle. Denken Sie jetzt einmal an Ihre persönliche Zusammenarbeit mit Kunden. Welche der folgenden Kanäle nutzen Sie dafür?

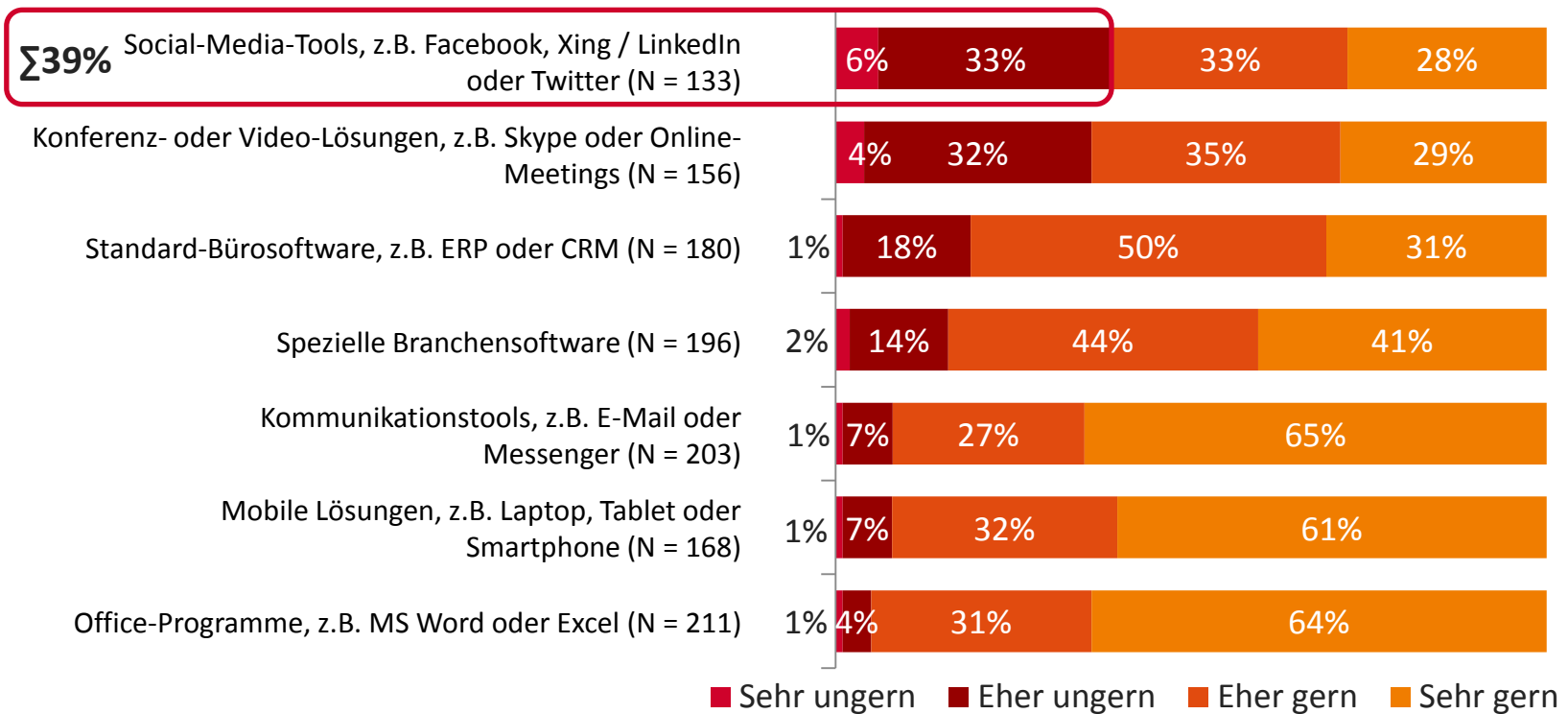
Basis: Alle Befragten, N = 211 (Mehrfachnennung)



ERGEBNISSE

DIGITALE ARBEITS- UND KOMMUNIKATIONSMITTEL

- Social-Media-Tools treffen bei vier von zehn Mitarbeitern in der täglichen Arbeit eher auf Ablehnung.



Frage 3a: Wie gern nutzen Sie diese Arbeitsmittel? (Skalierte Abfrage)

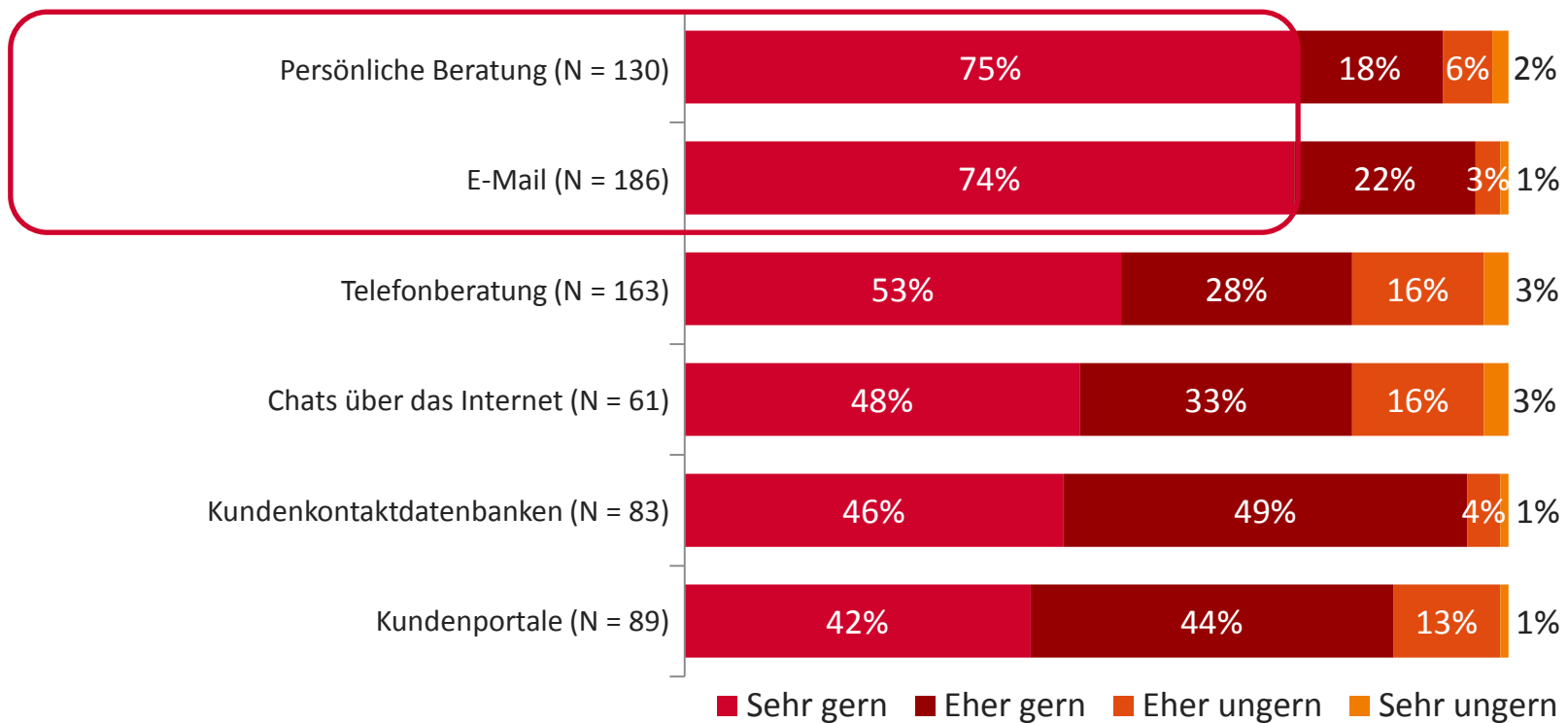
Basis: Befragte, die das jeweilige Arbeitsmittel nutzen, sortiert nach „Sehr ungerne“ und „Eher ungerne“



ERGEBNISSE

DIGITALE ARBEITS- UND KOMMUNIKATIONSMITTEL

- Persönliche Beratung und E-Mails sind die beliebtesten Kanäle zur Kommunikation mit Kunden in großen Unternehmen.



Frage 3b: Wie gern nutzen Sie diese Kanäle? (Skalierte Abfrage)

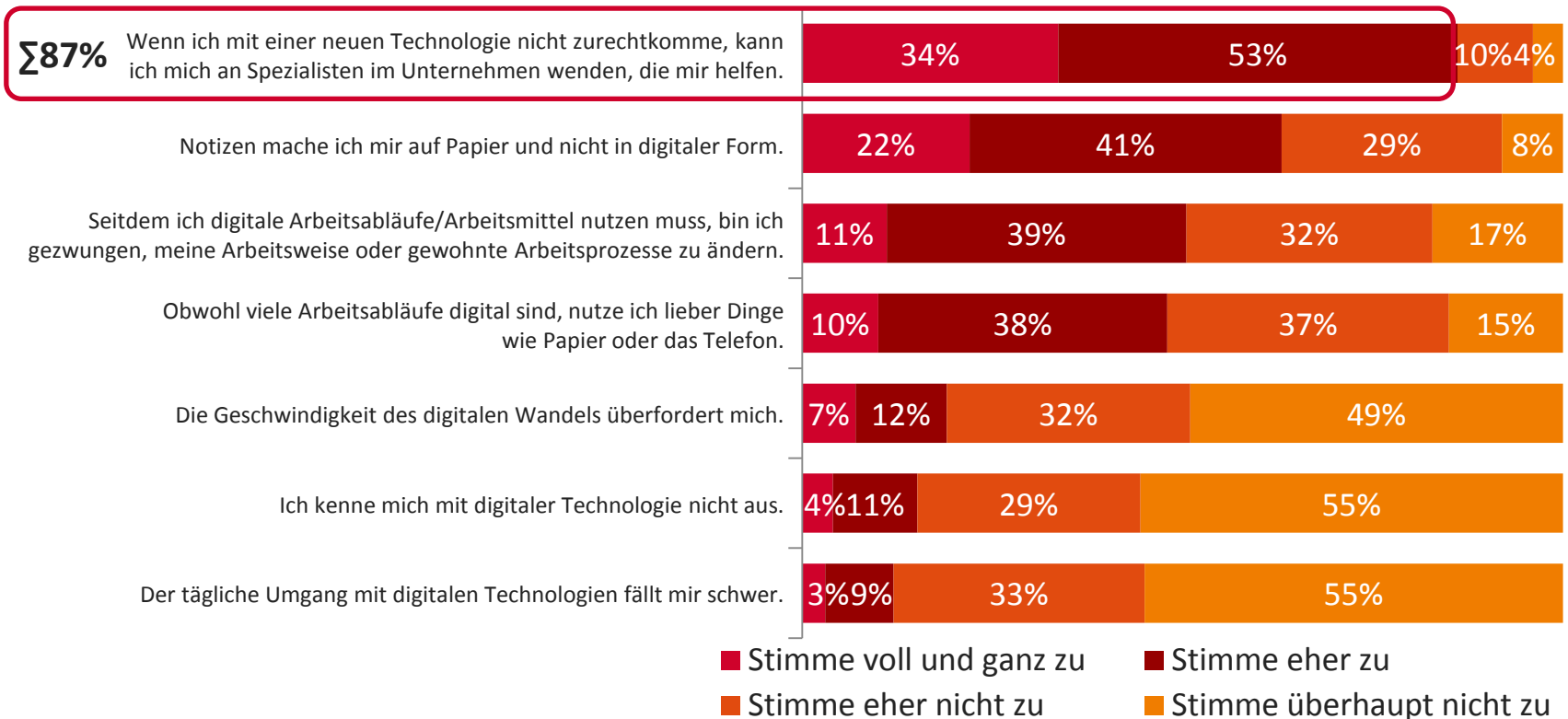
Basis: Befragte, die das jeweilige Arbeitsmittel nutzen, sortiert nach „Sehr gern“



ERGEBNISSE

DIGITALE ARBEITS- UND KOMMUNIKATIONSMITTEL

- Fast neun von zehn Mitarbeitern können sich an Spezialisten im Unternehmen wenden, wenn ihre digitale Kompetenz an Grenzen stößt.



Frage 5: Denken Sie für die nächste Frage einmal an Ihren eigenen Umgang mit digitalen Arbeitsmitteln in Ihrer täglichen Arbeit. Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?
Basis: Alle Befragten, N = 211 (Skalierte Abfrage, sortiert nach „Stimme voll und ganz zu“ und „Stimme eher zu“)



ERGEBNISSE

DIGITALE ARBEITS- UND KOMMUNIKATIONSMITTEL

- Insbesondere die Altersgruppe ab 50 Jahre ist mit der Geschwindigkeit des digitalen Wandels im Vergleich etwas häufiger überfordert.

Top-2	Total	Digitale Kompetenz		Alter			
		Performer	Nachzügler	Unter 30 Jahre	30 bis unter 40 Jahre	40 bis unter 50 Jahre	50 Jahre und älter
Basis	211	174	37	33	51	77	50
Wenn ich mit einer neuen Technologie nicht zurechtkomme, kann ich mich an Spezialisten im Unternehmen wenden, die mir helfen.	87%	86%	89%	82%	84%	88%	88%
Notizen mache ich mir auf Papier und nicht in digitaler Form.	63%	60%	76%	61%	61%	60%	72%
Seitdem ich digitale Arbeitsabläufe/Arbeitsmittel nutzen muss, bin ich gezwungen, meine Arbeitsweise oder gewohnte Arbeitsprozesse zu ändern.	50%	48%	62%	39%	51%	52%	56%
Obwohl viele Arbeitsabläufe digital sind, nutze ich lieber Dinge wie Papier oder das Telefon	48%	47%	54%	52%	41%	43%	62%
Die Geschwindigkeit des digitalen Wandels überfordert mich.	19%	17%	27%	27%	18%	13%	24%
Ich kenne mich mit digitaler Technologie nicht aus.	15%	15%	19%	24%	18%	9%	18%
Der tägliche Umgang mit digitalen Technologien fällt mir schwer.	12%	10%	19%	15%	14%	8%	14%

■ 5 Prozentpunkte und mehr unter Gesamtdurchschnitt

■ 5 Prozentpunkte und mehr über Gesamtdurchschnitt

Frage 5: Denken Sie für die nächste Frage einmal an Ihren eigenen Umgang mit digitalen Arbeitsmitteln in Ihrer täglichen Arbeit. Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

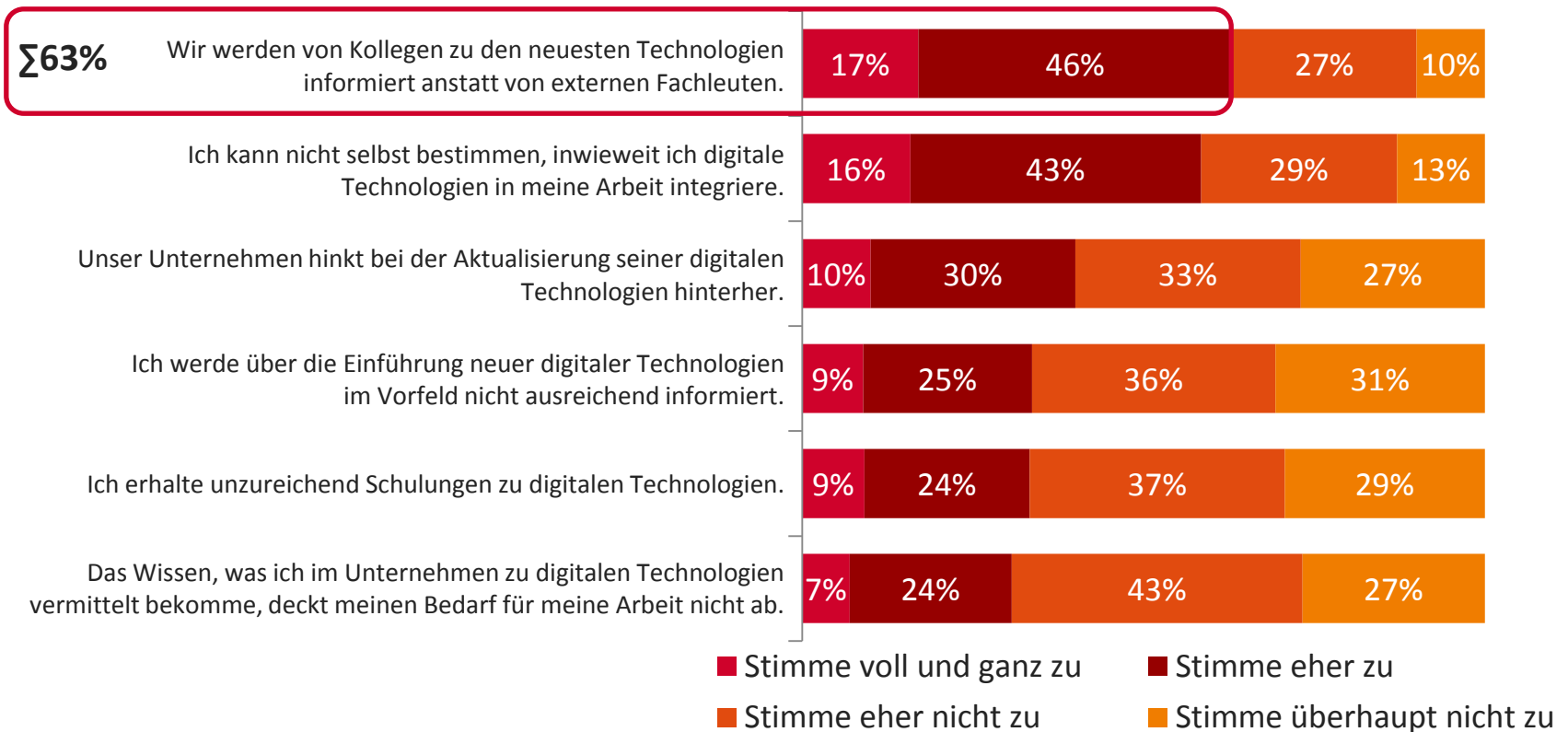
Basis: Alle Befragten, N = 211 (Skalierte Abfrage Top-2: Stimme voll und ganz zu + Stimme eher zu)



ERGEBNISSE

DIGITALE ARBEITS- UND KOMMUNIKATIONSMITTEL

- Fast zwei Drittel der Mitarbeiter in großen Unternehmen werden von Kollegen statt externen Fachleuten zu digitalen Themen geschult.



Frage 6: Denken Sie für die nächste Frage einmal daran, wie Ihr Unternehmen mit digitalen Arbeitsmitteln umgeht. Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?
Basis: Alle Befragten, N = 211 (Skalierte Abfrage, sortiert nach „Stimme voll und ganz zu“ und „Stimme eher zu“)



ERGEBNISSE

DIGITALE ARBEITS- UND KOMMUNIKATIONSMITTEL

- Junge Mitarbeiter fühlen sich im Vergleich häufiger von ihren Arbeitgebern nicht ausreichend zu Digitalthemen geschult.

Top-2	Total	Position		Alter			
		Führungskraft	Fachkraft	Unter 30 Jahre	30 bis unter 40 Jahre	40 bis unter 50 Jahre	50 Jahre und älter
Basis	211	101	110	33	51	77	50
Wir werden von Kollegen zu den neuesten Technologien informiert anstatt von externen Fachleuten.	63%	63%	64%	48%	67%	69%	62%
Ich kann nicht selbst bestimmen, inwieweit ich digitale Technologien in meine Arbeit integriere.	59%	49%	67%	52%	65%	55%	62%
Unser Unternehmen hinkt bei der Aktualisierung seiner digitalen Technologien hinterher.	40%	33%	47%	45%	45%	34%	42%
Ich erhalte unzureichend Schulungen zu digitalen Technologien.	34%	35%	33%	33%	35%	35%	30%
Ich werde über die Einführung neuer digitaler Technologien im Vorfeld nicht ausreichend informiert.	33%	30%	36%	33%	37%	34%	28%
Das Wissen, was ich im Unternehmen zu digitalen Technologien vermittelt bekomme, deckt meinen Bedarf für meine Arbeit nicht ab.	31%	35%	27%	39%	33%	29%	26%

■ 5 Prozentpunkte und mehr unter Gesamtdurchschnitt

■ 5 Prozentpunkte und mehr über Gesamtdurchschnitt

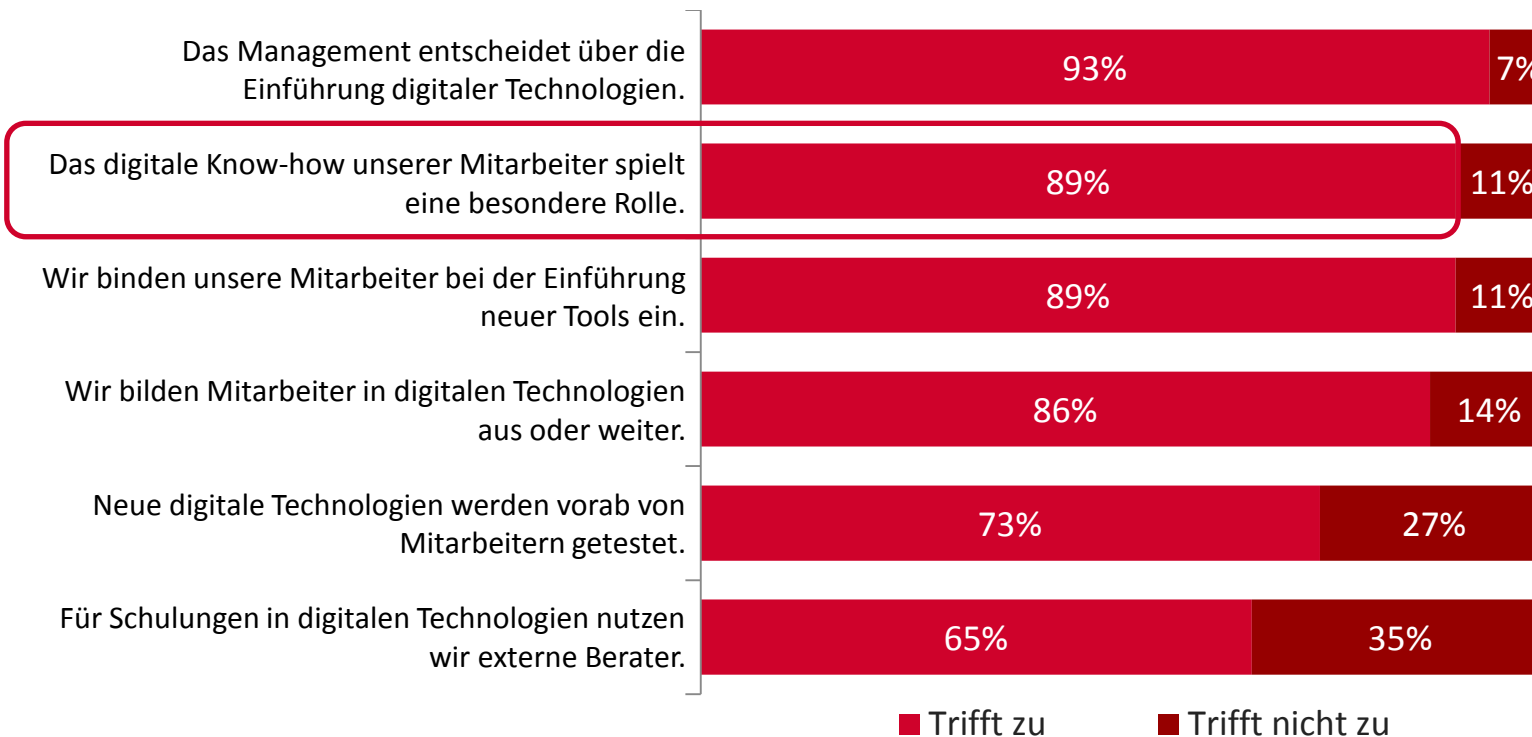
Frage 6: Denken Sie für die nächste Frage einmal daran, wie Ihr Unternehmen mit digitalen Arbeitsmitteln umgeht. Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?
Basis: Alle Befragten, N = 211 (Skalierte Abfrage Top-2: Stimme voll und ganz zu + Stimme eher zu)



ERGEBNISSE

DIGITALE FÄHIGKEITEN IM UNTERNEHMEN

- Neun von zehn Führungskräften in großen Unternehmen messen dem Digital-Know-how der Belegschaft eine besondere Rolle bei.



Frage 10: Welche Aussagen treffen mit Blick auf Ihr Unternehmen zu?

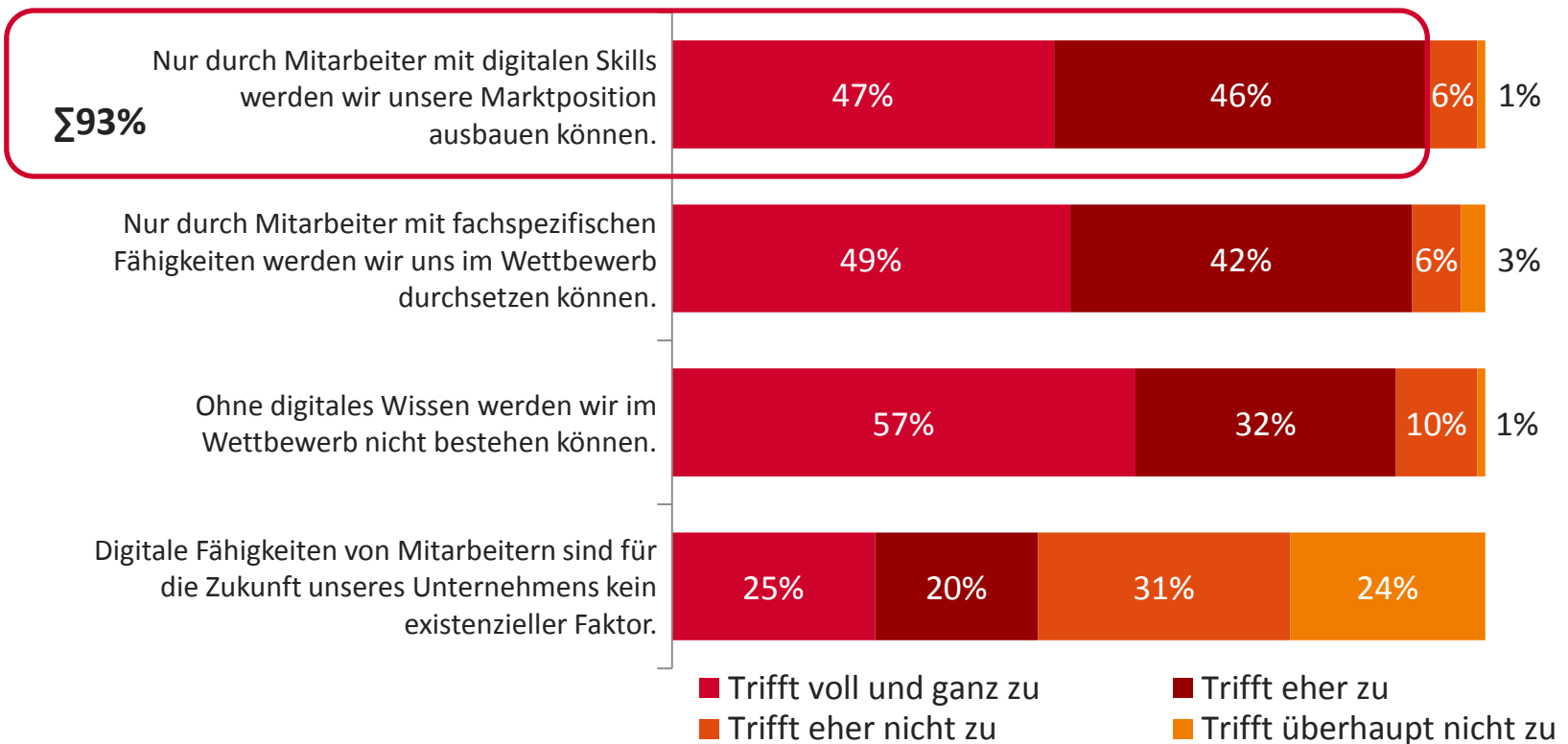
Basis: Alle befragten Führungskräfte, N = 101 (Skalierte Abfrage, sortiert nach „Trifft zu“)



ERGEBNISSE

DIGITALE FÄHIGKEITEN IM UNTERNEHMEN

- Digital geschulte Mitarbeiter sehen mehr als neun von zehn Führungskräften großer Unternehmen als essenziell für den Ausbau der Marktposition an.



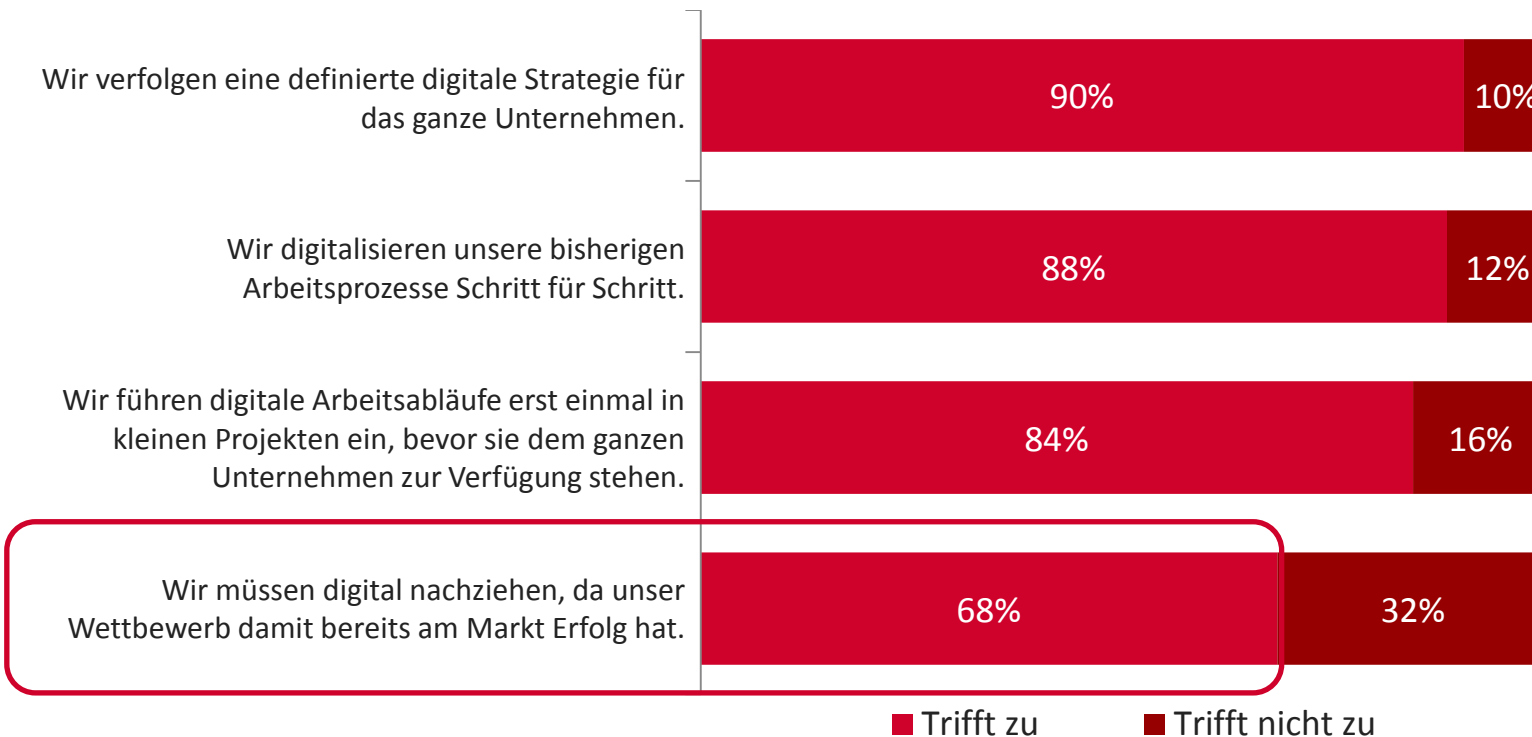
Frage 11: Wenn Sie eine Einschätzung zu den benötigten digitalen Fähigkeiten von Mitarbeitern in Ihrem Arbeitsumfeld ziehen müssten, inwiefern treffen die folgenden Aussagen zu?
Basis: Alle befragten Führungskräfte, N = 101 (Skalierte Abfrage, sortiert nach „Trifft voll und ganz zu“ und „Trifft eher zu“)



ERGEBNISSE

DIGITALE FÄHIGKEITEN IM UNTERNEHMEN

- Fast sieben von zehn Führungskräften großer Unternehmen attestieren ihrem Betrieb Nachholbedarf auf die Konkurrenz bei Digitalthemen.



Frage 13: Welche Aussagen treffen mit Blick auf Ihr Unternehmen zu?

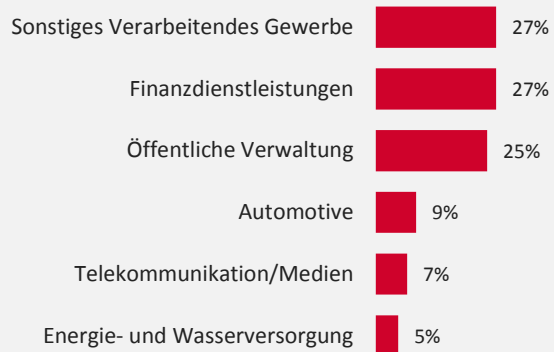
Basis: Alle befragten Führungskräfte, N = 101 (Skalierte Abfrage, sortiert nach „Trifft zu“)



ERGEBNISSE

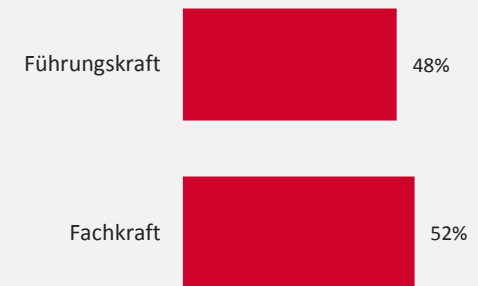
STATISTIK

• Branchen



Basis: Alle Befragten, N = 211

• Position



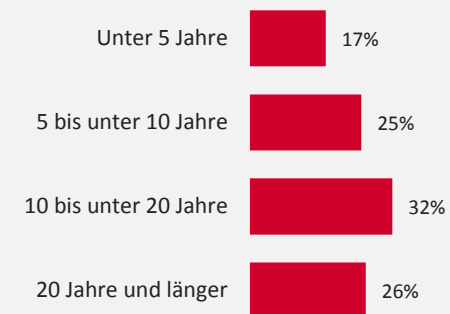
Basis: Alle Befragten, N = 211

• Unternehmensgröße



Basis: Alle Befragten, N = 211

• Beschäftigungsdauer im Unternehmen



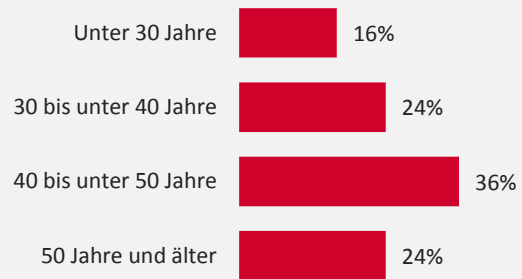
Basis: Alle Befragten, N = 211



ERGEBNISSE

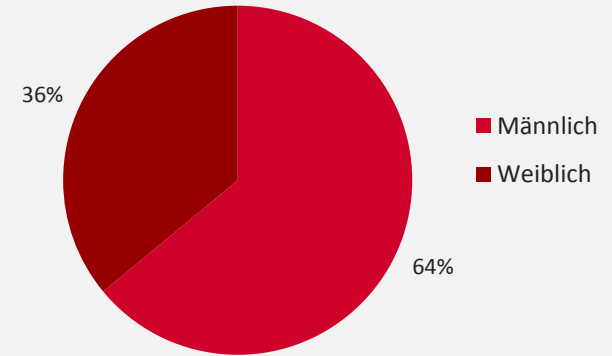
STATISTIK

• Alter



Basis: Alle Befragten, N = 211

• Geschlecht



Basis: Alle Befragten, N = 211

