

# DIGITALE ZUSAMMENARBEIT

## DIE EFFIZIENZ VON SOCIAL-COLLABORATION-TOOLS

von Boris Ovcak

An Social Collaboration führt kein Weg mehr vorbei. Die Situation seit Mitte März hat es bewiesen: Viele Mitarbeiter sind dauerhaft im Home Office gewesen, und zukünftig wird dieses Arbeitsmodell eindeutig mehr an Bedeutung und Akzeptanz gewinnen. Doch nicht immer verfügen die Mitarbeiter über geeignete Tools oder Geräte.



Eine stetige Steigerung des Social-Collaboration-Reifegrades.

Die Schweizer Social-Collaboration-Studie hat in den vergangenen Jahren zwar Fortschritte in den Unternehmen festgestellt, doch nach wie vor bleibt die Bereitstellung moderner Tools ausbaufähig. Immerhin sind bei 53 Prozent der Unternehmen in der Schweiz Collaboration-Tools bereits eingeführt oder derartige Projekte schon vor der Corona-Krise angelaufen. «Unternehmen, in denen digitale Zusammenarbeit vor der Krise bereits

etabliert war, sind eindeutig im Vorteil. Sie konnten ihren Arbeitsalltag sehr schnell und mit weniger Reibung umstellen. All diejenigen, die jetzt Wege finden müssen, sollten von den Erfahrungen der anderen lernen», erläutert Dr. Eric Schott, CEO von Campana & Schott. «Dabei können sie vor allem eines direkt besser machen: die umsichtig und kommunikativ gut begleitete Einführung der Tools, denn die war bislang häufig mangelhaft.»

### DIE SOCIAL-COLLABORATION-STUDIE

Als mehrjährige Zeitreihenuntersuchung liefert die Schweizer Social-Collaboration-Studie einen tool- und herstellerunabhängigen Gesamtüberblick über die Entwicklung digital vernetzter Zusammenarbeit in deutschsprachigen Unternehmen. Neben wissenschaftlichen Aussagen zum Status quo der Social-Collaboration-Adaption in der Wirtschaft bietet die Studie empirisch

abgesicherte Erfolgsfaktoren für den praktischen Einsatz in Unternehmen. Die Technische Universität Darmstadt und die Management- und Technologieberatung Campana & Schott führen die Studie seit 2016 jährlich durch – seit 2017 ebenfalls für die Schweiz. In diesem Jahr wurden 1079 Mitarbeiter aus der Schweiz, Österreich und Deutschland zu ihren Erfahrungen mit der vernetzten Zusammenarbeit befragt. Mehr als ein Viertel davon ist im direkten Kundenkontakt oder der Fertigung tätig und zählt somit zu den Firstline Worker. Unternehmen, die bereits auf Social-Collaboration-Tools setzen, sind deutlich im Vorteil: Einerseits muss ihre IT nun nicht hektisch Basisdienste für Remote-Arbeit einführen. Andererseits besitzt ihre Belegschaft eine höhere digitale Fitness, die sowohl die funktionale Toolnutzung als auch ein entsprechendes Mindset umfasst. Neben Arbeitsfähigkeit und -effizienz fördert Social Collaboration eine digitale Unternehmenskultur. Diese positiven Aspekte stellen sich aber nicht von selbst ein, vielmehr sind praxisnahe Use Cases und ein darauf aufbauendes, umfassendes Change Management die Voraussetzung.

Höherer Reifegrad, höhere Arbeitseffizienz  
Auf einer Skala von eins bis sieben ist der Social-Collaboration-Reifegrad seit 2016

fast jedes Jahr gestiegen. Stets zunehmend von 2016 mit 3.48 auf 4.8 dieses Jahr. Ein hoher Reifegrad bedeutet, dass häufig aktuelle digitale Technologien für Information und Kommunikation zum Einsatz kommen, während es bei einem niedrigen Reifegrad weitgehend analoge Lösungsansätze oder etablierte Technologien wie E-Mails sind. Für die Schweiz liegt der Social-Collaboration-Reifegrad bei 4.7 und somit knapp unter dem Gesamtreifegrad. Noch vor fünf Jahren haben in 43 Prozent der Unternehmen Social-Collaboration-Initiativen überhaupt keine Rolle gespielt, aber bereits vor Covid-19 hat sich diese Situation wesentlich verändert. So gaben zu diesem Zeitpunkt nur 29 Prozent der Befragten an, dass ihr Unternehmen noch keine entsprechenden Projekte plant oder umsetzt. Anhand des Datenverlaufs belegt die Studie, dass sich die Zusammenarbeit in Unternehmen zunehmend digitalisiert. Die Förderung einer digitalen Unternehmenskultur, die Steigerung der Kundenzufriedenheit, die Verbesserung der Innovationsfähigkeit sowie Effizienzsteigerung sind dabei die zentralen Motive. Dass die Einführung von Social-Collaboration-Tools sinnvoll für Unternehmen ist, beweist der Zusammenhang zwischen Social-Collaboration-Reifegrad und Arbeitseffizienz der Mitarbeiter. Ein hoher Reifegrad geht ganz

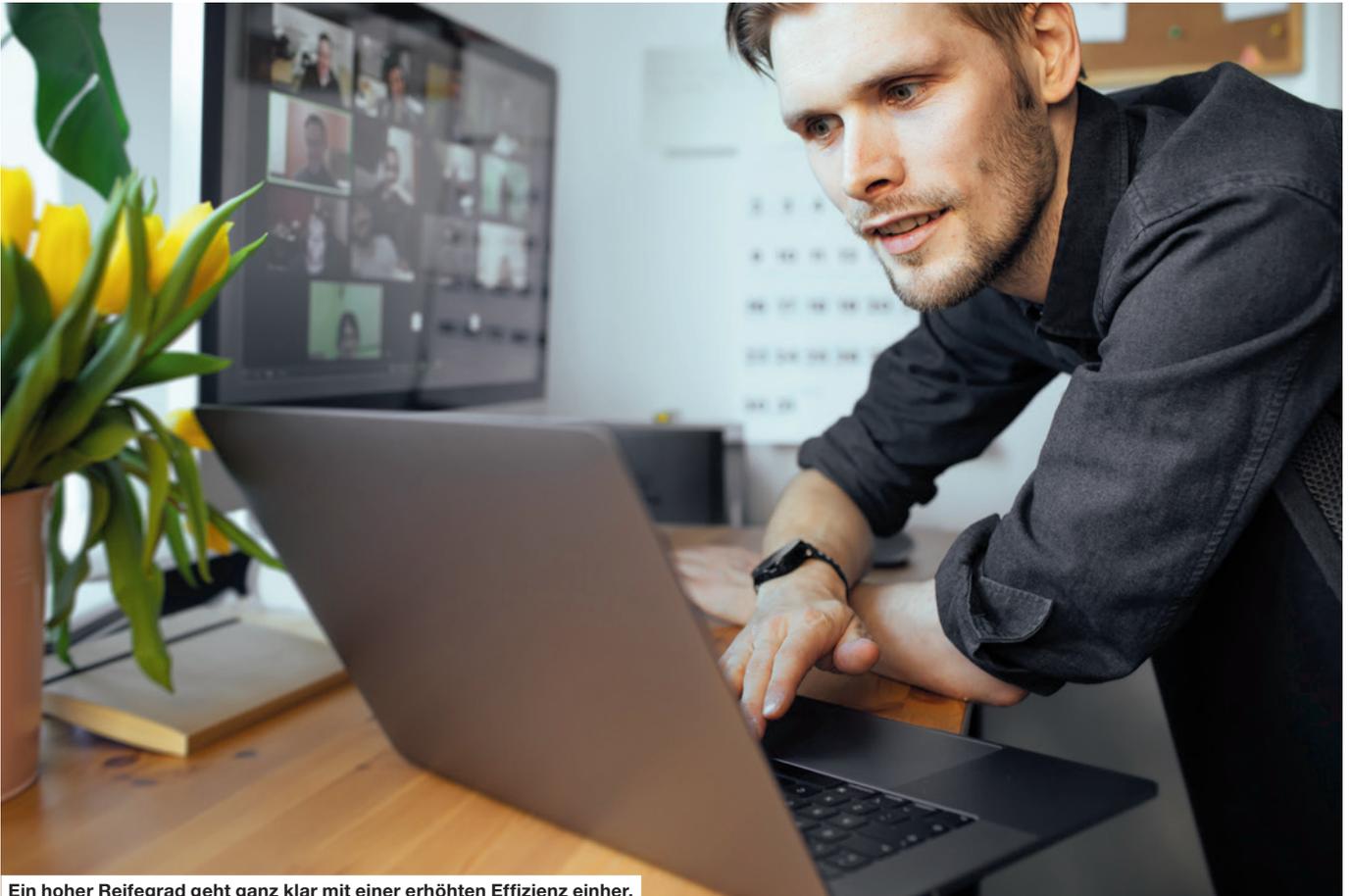
klar mit einer erhöhten Effizienz einher. Diese Korrelation liess sich über die vergangenen fünf Jahre stetig nachweisen. So profitieren Unternehmen ganz konkret davon, wenn Mitarbeiter intensiv Social-Collaboration-Tools verwenden.

### FIRSTLINE WORKER BLEIBEN DIGITALE NACHZÜGLER

Aktuell sind die Mitarbeiter von Unternehmen in der Schweiz mit hohem Social-Collaboration-Reifegrad um insgesamt 30 Prozent effizienter als die Mitarbeiter von Unternehmen mit niedrigem Reifegrad. Bei den Firstline Worker liegt dieser bei 23 Prozent. Obwohl sie stärker von Social-Collaboration-Tools profitieren würden, bleiben Firstline Worker bei ihrem Reifegrad deutlich hinter den Information Worker zurück. Entsprechend ist auch die Arbeitseffizienz in der DACH-Region (Deutschland, Österreich, Schweiz) bei Firstline Worker geringer als bei Information Worker. Dies liegt vor allem an der mangelnden Ausstattung. So hat jeder sechste Firstline Worker kein digitales Endgerät, um auf Social-Collaboration-Tools zuzugreifen. Dadurch sind sie um rund 26 Prozent ineffizienter als Kollegen, die solche Tools nutzen können. Bei den Firstline Worker verwenden 30 Prozent einen gemeinsamen Computer und knapp ein Viertel ein ▶



Unternehmen, die auf Social-Collaboration-Tools setzen, sind deutlich im Vorteil.



Ein hoher Reifegrad geht ganz klar mit einer erhöhten Effizienz einher.

privates Gerät für Social-Collaboration-Tools. So verwundert es nicht, dass nur rund 40 Prozent der Firstline Worker mit der digitalen Ausstattung des Arbeitsplatzes zufrieden sind. Etwa 60 Prozent sehen hier erheblichen Verbesserungsbedarf. Bei Mitarbeitern ohne Zugriff auf Social-Collaboration-Tools sind sogar 86 Prozent unzufrieden mit der Ausstattung. Wie in den Vorjahren bleibt in der DACH-Region die Verbesserung der Unternehmenskultur das wichtigste Ziel (16 Prozent). Im Fokus stehen dabei vor allem die interdisziplinäre Zusammenarbeit, Innovationsorientierung, Veränderungsbereitschaft und Technologieaffinität. Bei den Zielen der Einführung von Social-Collaboration-Tools hat die Kundenzufriedenheit erstmals den zweiten Platz erreicht (15 Prozent). Dieser Aspekt ist seit 2016 in der Relevanz kontinuierlich gestiegen, damals belegte er noch Rang sieben.

## UMFASSENDES CHANGE MANAGEMENT

Mitarbeiter müssen die Social-Collaboration-Tools akzeptieren und nutzen. Doch rund 65 Prozent aller Unternehmen in der Schweiz ergreifen keinerlei Massnahmen

dafür. Wer überhaupt Change Management betreibt, konzentriert sich auf die Unterstützung durch die Unternehmensleitung (31 Prozent). Weniger im Fokus stehen die konkreten Anforderungen der Mitarbeiter (21 Prozent) sowie die Zeit, um sich damit auseinanderzusetzen (26 Prozent). So ist nur rund ein Viertel der Mitarbeiter mit dem Ablauf der Einführung zufrieden. Unternehmen mit umfassenden Change-Management-Massnahmen erzielen hingegen eine höhere Zufriedenheit ihrer Mitarbeiter und eine deutlich gestiegene Arbeitseffizienz.

## SOCIAL COLLABORATION UNTERSTÜTZT

Bereits in knapp zwei Dritteln der Unternehmen unterstützen Social-Collaboration-Tools agile Methoden, insbesondere Scrum, Kanban und Design Thinking. Fast 70 Prozent meinen, dass dies die Effizienz der Kommunikation unter den Mitarbeitern erhöht und sich Projekte schneller anpassen lassen. Etwas mehr als ein Viertel der Befragten in der Schweiz glaubt, dass KI noch in den Kinderschuhen steckt. Doch trotz des anerkannt hohen Potenzials nutzen fast drei Viertel überhaupt keine

Business-Intelligence- oder Analytics-Tools, um geschäftsrelevante Daten auszuwerten. Als grösste Hindernisse gelten IT-Security, Datenschutz sowie die hohe Komplexität der Technologie. Das wird sich aber in naher Zukunft ändern, denn vor allem im Bereich Chatbots, automatischer Bildverarbeitung sowie maschineller Übersetzung sehen die Unternehmen aufkommende Einsatzszenarien. Das bedeutet: Sie möchten eher praktisch nutzbare Lösungen, die mit wenig Aufwand einen hohen Nutzen versprechen. ●



**BORIS OVČAK**

ist Leiter des Geschäftsbereichs «Social Collaboration» und verantwortet Strategieentwicklung, Einführung und Verankerung von Collaboration-Technologien.

[www.campana-schott.com](http://www.campana-schott.com)