DIGITALE KOMMUNIKATION IN DEUTSCHEN UNTERNEHMEN

Eine repräsentative Bevölkerungsumfrage von Kantar EMNID im Auftrag von HIRSCHTEC

2017

HERAUSGEBER

HIRSCHTEC GmbH & Co. KG

Herausgeber:

HIRSCHTEC GmbH & Co. KG
Lutz Hirsch
Burchardstraße 17
20095 Hamburg

Telefon: +49(0)40 822 17 940
Fax: +49(0)40 822 17 94 99
E-Mail: *info@hirschtec.eu*

Juni 2017

Hinweis:
Die Copyright-Angabe bei der redaktionellen Nutzung von Illustrationen lautet: HIRSCHTEC.

© 2017 by HIRSCHTEC. All rights reserved.

Seit 2003 erarbeitet HIRSCHTEC innovative, digitale Kommunikationsplattformen. Als Full-Service Intranet Agentur hat sich HIRSCHTEC auf die ganzheitliche, schlüsselfertige Einführung von Intranets und Mitarbeiterportalen spezialisiert.

Der Hauptstandort in Hamburg wird durch Büros in Düsseldorf, Berlin und Aalen ergänzt. Das heute 50-köpfige HIRSCHTEC-Team besteht aus Informationsarchitekten, Kommunikationsberatern und Systemspezialisten.

Zu den Kunden gehören Unternehmen wie die Deutsche Bundesbank, RTL, Air Liquide, Veolia, FRoSTA, Uniper und Weleda.

Sie werden unterstützt von der Strategieentwicklung über die Konzeptions- und Umsetzungsphase bis hin zum Betrieb und der redaktionellen Intranet-Betreuung. HIRSCHTEC transformiert die Arbeits- und Kommunikationslandschaft in Unternehmen in die digitale Welt und begleitet den damit verbundenen Wandel. Die 360-Grad-Agentur gehört laut BVDW-Ranking zu den Top 5 der Intranet Agenturen in Deutschland sowie zu den Finalisten beim Innovationspreis-IT 2017.

INHALTSVERZEICHNIS

1. Einleitung 4

2. Erhebungsverfahren 4

3. Zusammenfassung der Kernergebnisse 4

4. Fazit und Ausblick 9

5. Anhang: Detailauswertung der Ergebnisse 11

5.1 Geschlecht 11

5.2 Alter 15

5.3 Formale Bildung 19

5.4 Wohnregion 23

5.5 Wohnortgröße 31

5.6 Personenzahl im Haushalt 34

5.7 Monatliches Haushaltsnettoeinkommen 39

1. EINLEITUNG

Liest man Studien zum digitalen Arbeitsplatz, so ist der Tenor meist: In deutschen Unternehmen gibt es noch Nachholbedarf bei Themen wie IT-Ausstattung, mobiles Arbeiten und Social Collaboration. Die virtuelle Zusammenarbeit in Teams oder auch der Austausch über interne Social-Media-Tools rangieren damit weit oben auf der Anforderungsliste an einen Arbeitsplatz im digitalen Zeitalter. Doch wie sehen das die Berufstätigen in Deutschland eigentlich selbst? Welche Kommunikationsinstrumente würden sie am häufigsten nutzen, um sich direkt mit ihren Kollegen auszutauschen? Und was zählt für sie heute mehr – der digitale Austausch oder das persönliche Gespräch?
Diesen Fragen ging das Marktforschungsinstitut Kantar EMNID im Auftrag von HIRSCHTEC im Rahmen einer repräsentativen Bevölkerungsumfrage nach. Die vorliegende Zusammenfassung der Studie zeigt, welche Kommunikationswerkzeuge Berufstätige am häufigsten nutzen würden. Sie gibt zudem Aufschluss darüber, welchen Stellenwert die persönliche und die digitale Kommunikation heute für Beschäftigte in Deutschland haben. Darüber hinaus wird anhand der Ergebnisse prognostiziert, worauf es bei der zukünftigen Gestaltung des digitalen Arbeitsplatzes ankommen wird.

2. ERHEBUNGSVERFAHREN

Im Zeitraum vom 28. April bis 5. Mai 2017 führte das Marktforschungsinstitut Kantar EMNID im Auftrag von HIRSCHTEC eine telefonische, repräsentative Befragung unter 1.002 Berufstätigen in Deutschland zum Thema „Digitaler Arbeitsplatz“ durch. Anhand einer sechsstufigen Skala („sehr häufig“, „häufig“, „eher häufig“, „eher selten“, „selten, „nie“) sollten die Befragten angeben, wie häufig sie die firmeneigenen Kommunikationsinstrumente *Telefon, E-Mail* und *Chat-Dienste* (wenn es entsprechende Dienste im Unternehmen gibt oder gäbe) zum direkten Austausch mit ihren Kollegen nutzen würden. Zudem galt es, die Aussage *„Der digitale Austausch ist für mich heute produktiver als das persönliche Gespräch“* mit ja oder nein zu beantworten.

3. ZUSAMMENFASSUNG DER KERNERGEBNISSE

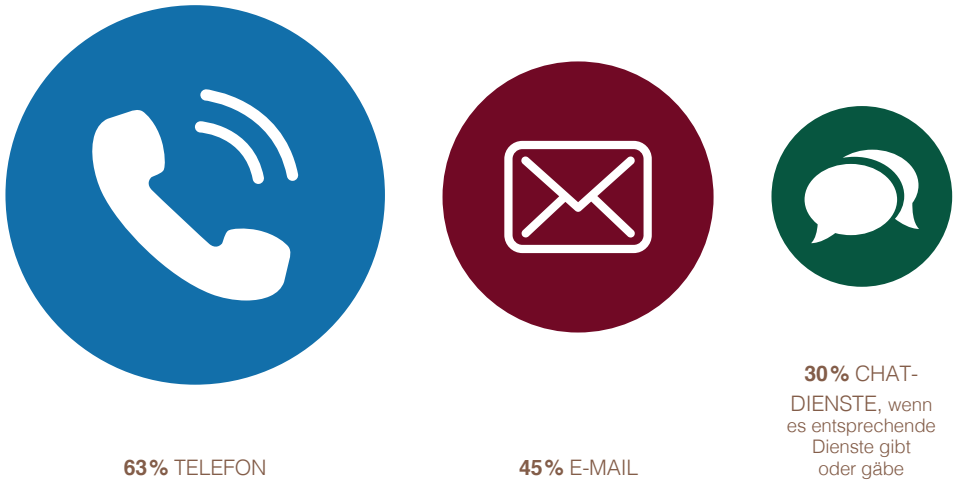
Auch im Zeitalter der Digitalisierung gilt: Wenn sie sich direkt mit ihren Kollegen austauschen möchten, so ist für fast zwei Drittel (63 Prozent) der Berufstätigen in Deutschland der Griff zum Telefonhörer sehr naheliegend. Fest steht aber auch: Insofern firmeninterne Chat-Dienste in ihrem Unternehmen vorhanden sind, würden schon heute fast ein Drittel (30 Prozent) der Beschäftigten diese „sehr häufig“ bzw. „häufig“ nutzen. Fast die Hälfte (45 Prozent) der Befragten gibt dies auch für die traditionelle E-Mail an.

Grafik: HIRSCHTEC

Grafik: HIRSCHTEC

ABBILDUNG 3.1:
INTERESSE AN KOMMUNIKATIONSWERKZEUGEN: ÜBERSICHT „SEHR HÄUFIG“ + „HÄUFIG“

Wenn Sie an die Kommunikation in Ihrem Unternehmen denken, wie häufig würden Sie dann diese firmeneigenen Werkzeuge zum direkten Austausch mit Ihren Kollegen nutzen?
Befragungszeitraum: 28.04. – 05.05.2017



Generation Y und Silver Surfer sind Vorreiter bei der Chat-Nutzung

Dabei scheinen moderne Chat-Dienste, die auch über mobile Geräte nutzbar sind, besonders bei jungen Berufstätigen hoch im Kurs zu stehen:

Fast die Hälfte (47 Prozent) der 14- bis 29-Jährigen würde diese besonders häufig zur internen Kommunikation im Arbeitsalltag verwenden. Die Generation Y liegt damit 17 Prozent über dem Bundesdurchschnitt, dicht gefolgt von den sogenannten „Silver Surfern“.

Mehr als ein Drittel (34 Prozent) der über 60-Jährigen würde sich oft über Chat-Funktionen austauschen. Weit abgeschlagen rangiert hier die Altersklasse der 50- bis 59-Jährigen. Nicht einmal ein Viertel (23 Prozent) von ihnen präferiert den Gebrauch dieser modernen Kommunikationstools.

Mehr als die Hälfte (52 Prozent) würde sie sogar „nie“ bzw. „selten“ nutzen. Sie scheinen demnach die größte Skepsis gegenüber interaktiven, digitalen Plattformen an den Tag zu legen.

TABELLE 3.1:
INTERESSE AN KOMMUNIKATIONSWERKZEUGEN:
CHAT-DIENSTE, WENN ES ENTSPRECHENDE DIENSTE GIBT ODER GÄBE

Wenn Sie an die Kommunikation in Ihrem Unternehmen denken, wie häufig würden Sie dann diese firmeneigenen Werkzeuge zum direkten Austausch mit Ihren Kollegen nutzen?
Befragungszeitraum: 28.04. – 05.05.2017

	Total	Alter				
		14 - 29 Jahre	30 - 39 Jahre	40 - 49 Jahre	50 - 59 Jahre	60+ Jahre
Basis (=100%)	1002 %	146 %	228 %	273 %	284 %	71 %
(1) sehr häufig	12	31	17	7	5	9
(2) häufig	18	16	14	21	18	25
(3) eher häufig	8	7	18	3	5	2
(4) eher selten	13	7	9	14	18	15
(5) selten	13	10	10	15	16	15
(6) nie	34	29	33	37	35	34
Top-Two (1+2)	30	47	31	28	23	34
Bottom-Two (5+6)	48	39	43	52	52	49
weiß nicht, keine Angabe	2	0	-	3	3	3
Summe	100	100	100	100	100	100

Je höher der Bildungsabschluss, desto häufiger kommt es zur E-Mail-Nutzung

Ist die Häufigkeit der Nutzung von Chat-Diensten eher unabhängig vom Bildungsniveau, so zeigt sich bei der E-Mail-Nutzung ein anderes Bild: Sie scheint vor allem unter Akademikern besonders verbreitet und beliebt zu sein.

63 Prozent der Befragten mit Abitur bzw. Universitätsabschluss würden „sehr häufig“ bzw. „häufig“ via E-Mail mit ihren Kollegen und Vorgesetzten korrespondieren. Bei nur fast der Hälfte (47 Prozent) der Beschäftigten mit mittlerem Bildungsabschluss ist dies der Fall und bei den Befragten mit Volks- bzw. Hauptschulabschluss sind es lediglich ein Viertel (24 Prozent).
Ein Grund hierfür könnte sein, dass Volks- bzw. Hauptschulabsolventen oft in handwerklichen oder produktionsnahen Berufen arbeiten, die meist nicht mit einem PC-Arbeitsplatz ausgestattet sind.

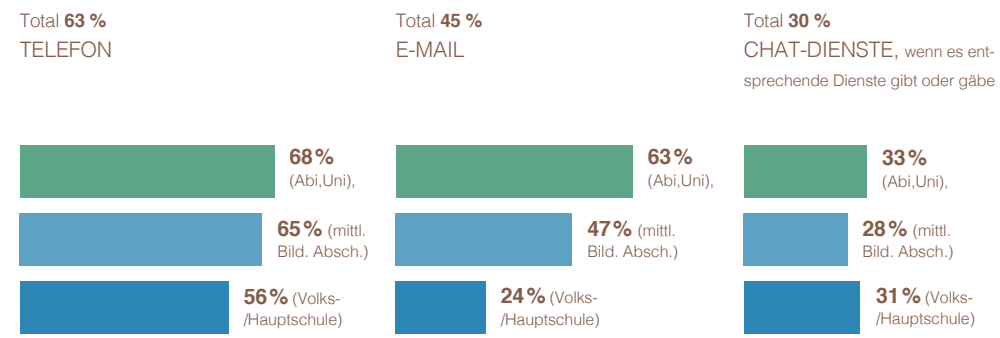
Grafik: HIRSCHTEC

Grafik: HIRSCHTEC

ABBILDUNG 3.2:
INTERESSE AN KOMMUNIKATIONSWERKZEUGEN: ÜBERSICHT „SEHR HÄUFIG“ + „HÄUFIG“

Wenn Sie an die Kommunikation in Ihrem Unternehmen denken, wie häufig würden Sie dann diese firmeneigenen Werkzeuge zum direkten Austausch mit Ihren Kollegen nutzen?
Befragungszeitraum: 28.04. – 05.05.2017

Schulbildung der Befragten: Total: 1.002 Befragte, Basis (=100%)



Noch zählt das persönliche Gespräch mehr als der digitale Austausch

Zudem kommt die Umfrage zu dem Ergebnis, dass ein Arbeitsalltag ohne persönliches Gespräch mit Kollegen und Vorgesetzten nach wie vor undenkbar ist. Die absolute Mehrheit (81 Prozent) der Befragten hält es für produktiver als den digitalen Austausch (18 Prozent). Allerdings geben auch bereits mehr als ein Viertel (27 Prozent) der 30- bis 39-Jährigen und immerhin 23 Prozent der 14- bis 29-Jährigen an, dass die digitale Kommunikation nützlicher für sie ist als die persönliche. „Spätzünder“ scheinen auch hier die 50- bis 59-Jährigen zu sein, nur 12 Prozent von ihnen sehen dies so. Mit Blick auf die Schulbildung der Befragten fällt auf: Abiturienten und Uni-Absolventen (22 Prozent) halten den digitalen Austausch am ehesten für produktiver. Lediglich 18 Prozent der Befragten mit mittlerem Bildungsabschluss und nur 14 Prozent der Volks- und Hauptschulabsolventen würden dem zustimmen.

ABBILDUNG 3.3: DIGITALER AUSTAUSCH VS. PERSÖNLICHES GESPRÄCH

Bitte beantworten Sie die folgende Aussage mit ja oder nein: „Der digitale Austausch ist für mich heute produktiver als das persönliche Gespräch. Befragungszeitraum: 28.04. – 05.05.2017

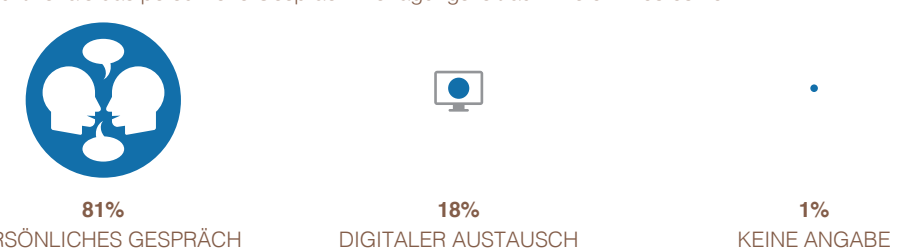
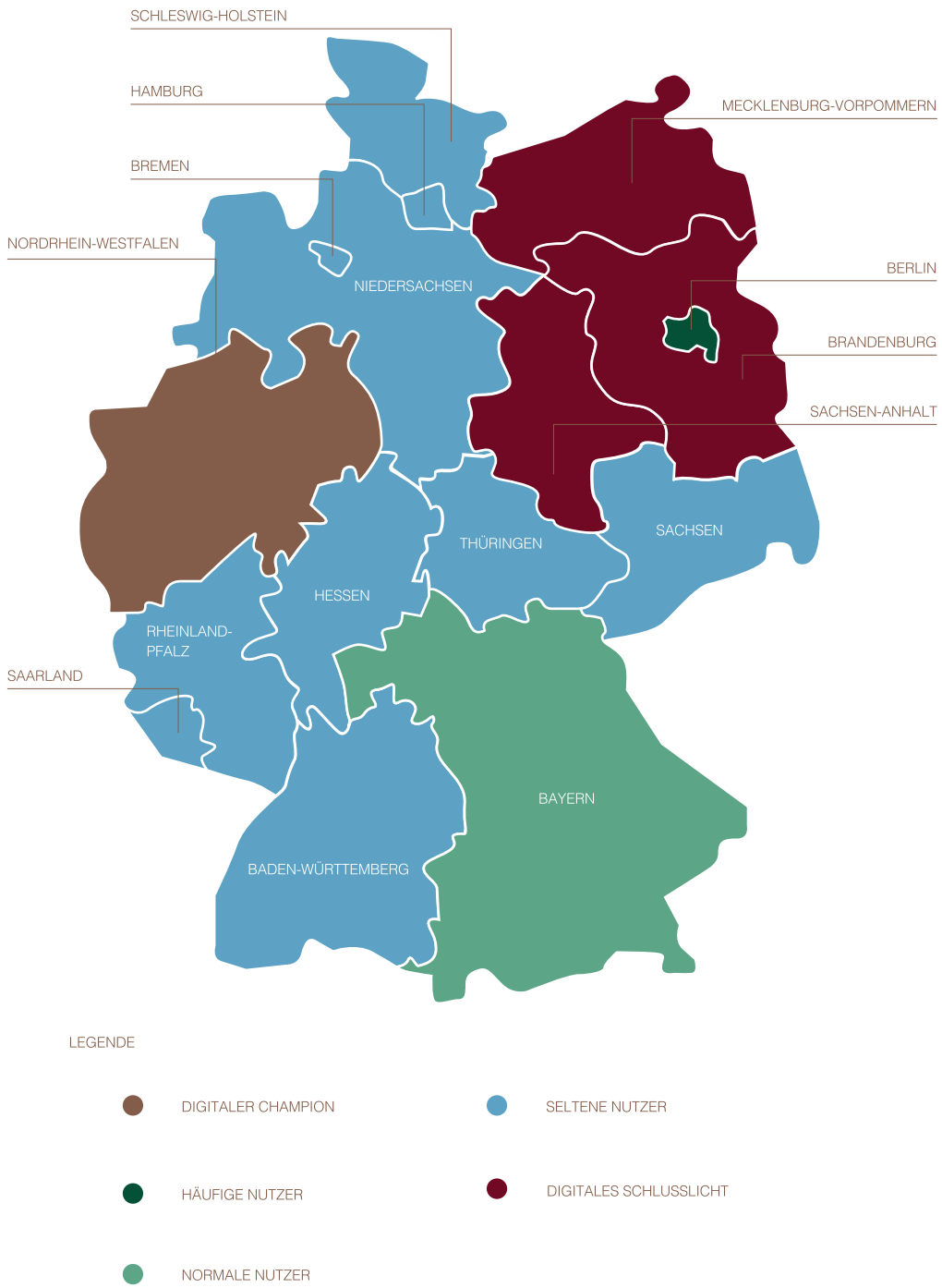


ABBILDUNG 3.4:
DIGITALER AUSTAUSCH VS. PERSÖNLICHES GESPRÄCH IM BUNDESLÄNDERVERGLEICH

Bundesländervergleich: Wo setzen Berufstätige schon heute verstärkt auf den digitalen Austausch und wo gibt es noch Nachholbedarf?



Grafik: HIRSCHTEC

Nordrhein-Westfalen ist Vorreiter bei digitaler Kommunikation

Doch auch im Hinblick auf die einzelnen Bundesländer zeigen sich deutliche Unterschiede. So scheint Nordrhein-Westfalen bei der digitalen Kommunikation schon sehr fortschrittlich zu sein. Mehr als ein Drittel (34 Prozent) der Berufstätigen aus NRW halten schon heute den digitalen Austausch für produktiver als das persönliche Gespräch. Mit nur neun Prozent der Befragten, die dem zustimmen würden, rangieren hier Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern und Sachsen-Anhalt auf dem letzten Platz.

Die Ergebnisse zeigen: Das persönliche Gespräch wird auch zukünftig nicht an Bedeutung verlieren, wenn es darum geht, effektiv und effizient im Arbeitsalltag zusammenzuarbeiten. Doch mit Blick auf die schnelle und einfache Kommunikation über verschiedene Teams, Abteilungen und Standorte hinweg, wird auch der digitale Austausch zunehmend unverzichtbar. Dies zeigt sich zum Beispiel daran, dass Chat-Dienste in den jüngeren Altersklassen besonders häufig verwendet würden oder Berufstätige in den Dreißigern überdurchschnittlich oft den Nutzen digitaler Kommunikation für sich erkennen.

4. FAZIT UND AUSBLICK

Die Studienergebnisse zeigen: Wer denkt, dass Telefon und E-Mail im Zeitalter der Digitalisierung obsolet werden und die Kommunikation in Unternehmen zukünftig nur noch über moderne Chat-Dienste erfolgen wird, der irrt. Auch wird der digitale Austausch keineswegs das persönliche Gespräch mit Kollegen und Vorgesetzten ersetzen. Doch bedeutet das im Umkehrschluss, dass der Arbeitsplatz der Zukunft vielleicht gar nicht so digital sein muss wie immer behauptet wird? Die Antwortet lautet ganz klar: „Nein“.

Denn was sich anhand der Umfrageergebnisse auch ablesen lässt, ist: Je nach Alter, Bildungsniveau, Einkommen oder auch Wohnort der Befragten unterscheiden sich Deutschlands Berufstätige durchaus stark, wenn sie angeben sollen, wie häufig sie verschiedene Kommunikationsinstrumente nutzen würden. Das Gleiche gilt, wenn sie beurteilen sollen, ob der digitale Austausch für sie heute produktiver ist als das persönliche Gespräch.

Für Unternehmen heißt das: Bei der Gestaltung des digitalen Arbeitsplatzes sollten sie die unterschiedlichen Bedürfnisse ihrer Mitarbeiter berücksichtigen und ihnen damit ermöglichen, so zu arbeiten, wie sie es sich wünschen. Dabei kommt es auf den richtigen Mix von persönlicher und digitaler Kommunikation an. So haben Befragungen bei Kunden von HIRSCHTEC ergeben, dass an digitalen Kanälen gerade die schnellere Vorbereitung und Anbahnung des persönlichen Gespräches als Bereicherung empfunden wird.

Zum Beispiel würde fast die Hälfte der jungen Berufstätigen schon heute Chat-Dienste „sehr häufig“ und „häufig“ nutzen. Die „Digital Natives“ sind mit der einfachen und schnellen

Nutzung von Messenger-Diensten aufgewachsen und wünschen sie sich auch als effektive Instrumente am Arbeitsplatz. Auf der Suche nach den besten Talenten sollten sich Unternehmen dessen bewusst sein.

Es gilt für sie diese modernen Tools bereitzustellen, wollen sie Mitarbeiter aus der Generation Y für sich gewinnen und langfristig an sich binden. Allerdings legen die Ergebnisse der Umfrage nahe, dass die digitale Kluft in Unternehmen nicht unterschätzt werden darf. Über solche Chat-Dienste werden nicht alle Alters- und Funktionsgruppen erreicht.

Informationen, die alle Mitarbeiter erreichen müssen, sollten daher in einem ausgewogenen Medienmix verbreitet werden.

Was zudem auffällt: Die Häufigkeit der E-Mail- und Chat-Nutzung steigt mit dem Haushaltsnettoeinkommen. Das legt die Vermutung nahe, dass Beschäftigte mit einem eher hohen Einkommen oft auch diejenigen sind, die sich in leitenden Positionen befinden.

Sie sind viel auf Reisen und in Meetings und empfinden folglich E-Mail und Chat als wichtige Kommunikationsmittel bei der Erledigung ihrer Aufgaben. Allerdings sind es auch genau diese Beschäftigten, die häufig bzw. täglich mit sensiblen oder vertraulichen Informationen konfrontiert sind.

In Unternehmen sollte daher festgelegt sein, wann der Chat (z.B. für schnelle Terminabsprachen, Feedback an Teams bzw. einzelne Teammitglieder) das geeignetste Kommunikationsinstrument ist und für welche Themen es nach wie vor offizielle Wege und Marschrouten gibt (z.B.: Bei Personalgesprächen werden weiterhin E-Mails verschickt.)

Ein drittes, prägnantes Ergebnis der Befragung: Je größer der Wohnort, in dem die Berufstätigen leben, desto mehr von ihnen stimmen auch der Aussage zu, der digitale Austausch sei für sie heute produktiver als das persönliche Gespräch.

Speziell Unternehmen mit Standorten in Regionen mit 500.000 und mehr Einwohnern tun folglich gut daran, ihren Mitarbeitern digitale Tools für die interne Kommunikation und Zusammenarbeit zur Verfügung zu stellen.

Das gilt vor allem für solche, die in Bundesländern (wie zum Beispiel Nordrhein-Westfalen) ansässig sind, in denen die digitale Kommunikation von Berufstätigen heute schon überdurchschnittlich häufig als nützlich gesehen wird.

Interessant ist dieser Befund, da interaktive Plattformen, wie zum Beispiel ein Social Intranet, unternehmensweit eingeführt werden, die Nutzung aber je Standort durchaus unterschiedlich ausfallen kann.

Dem kann mit regional abgestimmten Kommunikationsmaßnahmen und Schulungen entgegengesteuert werden.

Grafik: HIRSCHTEC

Grafik: HIRSCHTEC

Fest steht: Der Chat etabliert sich als bedeutender Kanal für die Mitarbeiterkommunikation. Die E-Mail ist und wird mittelfristig noch das Medium für die Kommunikation über alle Mitarbeitergenerationen hinweg bleiben. Das persönliche Gespräch, auch via Telefon, ist die effektivste Form des Austausches und damit auch der Wissensvermittlung. Es ist also nicht ein „entweder, oder“ bei der Wahl digital oder persönlich. Vielmehr muss jedes Unternehmen den richtigen Mix finden und sowohl auf die eigene Altersstruktur als auch auf die regionale Verteilung achten. Und im Zweifel gilt immer noch der alte Spruch: „Lieber mal zum Höher, pardon, zum Smartphone greifen und anrufen.“

5. DETAILAUSWERTUNG DER ERGEBNISSE

Es folgt eine detaillierte Auswertung der Ergebnisse in Bezug auf die folgenden soziodemografischen Faktoren:

- *Geschlecht*
- *Alter*
- *Formale Bildung*
- *Wohnregion*
- *Wohnortgröße*
- *Personenzahl im Haushalt*
- *Monatliches Haushaltsnettoeinkommen*

5.1 Geschlecht

Ob Telefon, E-Mail oder Chat: Bei der Bewertung dieser Kommunikationswerkzeuge unterscheiden sich Frauen und Männer nicht signifikant voneinander. Fast zwei Drittel (66 Prozent) der Männer würden das Telefon „sehr häufig“ und „häufig“ nutzen. Bei den Frauen sind dies 60 Prozent. Lediglich 19 Prozent der Männer und 19 Prozent der Frauen würden „selten“ bzw. „nie“ von diesem Instrument Gebrauch machen.

TABELLE 5.1:
INTERESSE AN KOMMUNIKATIONSWERKZEUGEN

Wenn Sie an die Kommunikation in Ihrem Unternehmen denken, wie häufig würden Sie dann diese firmeneigenen Werkzeuge zum direkten Austausch mit Ihren Kollegen nutzen?
Befragungszeitraum: 28.04. – 05.05.2017

Telefon

	Total	Geschlecht	
		M	W
Basis (=100%)	1002 %	495 %	507 %
(1) sehr häufig	31	33	30
(2) häufig	32	34	30
(3) eher häufig	8	8	8
(4) eher selten	8	5	12
(5) selten	12	12	12
(6) nie	7	6	7
Top-Two (1+2)	63	66	60
Bottom-Two (5+6)	19	19	19
weiß nicht, keine Angabe	1	2	1
Summe	100	100	100

Ähnlich sieht es beim Blick auf die E-Mail aus: Fast die Hälfte der Männer (44 Prozent) und Frauen (47 Prozent) würde sie besonders oft nutzen. Allerdings würde auch mehr als ein Drittel sie so gut wie gar nicht verwenden (Männer: 38 Prozent, Frauen: 34 Prozent).

Grafik: HIRSCHTEC

TABELLE 5.2:
INTERESSE AN KOMMUNIKATIONSWERKZEUGEN

Wenn Sie an die Kommunikation in Ihrem Unternehmen denken, wie häufig würden Sie dann diese firmeneigenen Werkzeuge zum direkten Austausch mit Ihren Kollegen nutzen?
Befragungszeitraum: 28.04. – 05.05.2017

E-Mail

	Total	Geschlecht	
		M	W
Basis (=100%)	1002 %	495 %	507 %
(1) sehr häufig	24	24	24
(2) häufig	22	21	3
(3) eher häufig	6	6	5
(4) eher selten	11	10	12
(5) selten	12	12	12
(6) nie	24	26	22
Top-Two (1+2)	45	44	47
Bottom-Two (5+6)	36	38	34
weiß nicht, keine Angabe	2	1	2
Summe	100	100	100

Auch bei den Chat-Diensten zeigen sich keine gravierenden Unterschiede zwischen den Geschlechtern. 32 Prozent der männlichen Befragten würden diese oft für den direkten Austausch nutzen, 28 Prozent der weiblichen.

Grafik: HIRSCHTEC

TABELLE 5.3:
INTERESSE AN KOMMUNIKATIONSWERKZEUGEN

Wenn Sie an die Kommunikation in Ihrem Unternehmen denken, wie häufig würden Sie dann diese firmeneigenen Werkzeuge zum direkten Austausch mit Ihren Kollegen nutzen?
Befragungszeitraum: 28.04. – 05.05.2017

Chat-Dienste, wenn es entsprechende Dienste gibt oder gäbe

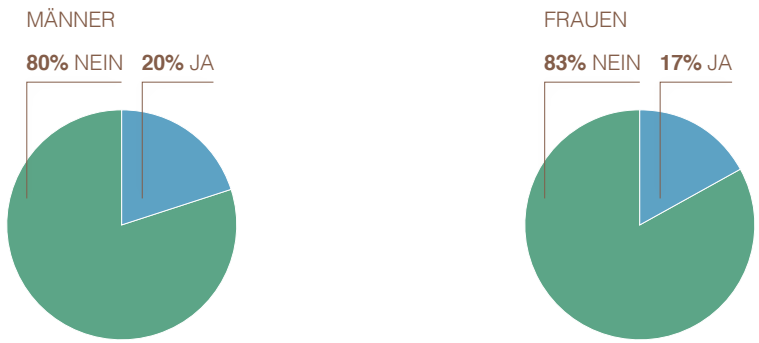
	Total	Geschlecht	
		M	W
Basis (=100%)	1002 %	495 %	507 %
(1) sehr häufig	12	14	11
(2) häufig	18	19	17
(3) eher häufig	8	9	7
(4) eher selten	13	13	13
(5) selten	13	14	13
(6) nie	34	31	37
Top-Two (1+2)	30	32	28
Bottom-Two (5+6)	48	45	50
weiß nicht, keine Angabe	2	2	2
Summe	100	100	100

Jedoch würde aktuell auch rund die Hälfte beider Geschlechter (Männer: 45 Prozent, Frauen: 50 Prozent) nur sehr selten von diesen Tools Gebrauch machen. Zudem halten sowohl Männer (80 Prozent) als auch Frauen (83 Prozent) überwiegend das persönliche Gespräch mit Kollegen für besonders nützlich. Den digitalen Austausch präferieren nur 20 Prozent der Männer und 17 Prozent der Frauen.

ABBILDUNG 5.1:
DIGITALER AUSTAUSCH VS. PERSÖNLICHES GESPRÄCH

Bitte beantworten Sie die folgende Aussage mit ja oder nein: „Der digitale Austausch ist für mich heute produktiver als das persönliche Gespräch."
Befragungszeitraum: 28.04. – 05.05.2017

Total: 1.002 Befragte, Basis (=100%)



Grafik: HIRSCHTEC

Grafik: HIRSCHTEC

Die Häufigkeit der Nutzung verschiedener Kommunikationswerkzeuge bzw. die Bewertung des persönlichen Gespräches im Vergleich zum digitalen Austausch ist keine Frage des Geschlechts.

5.2 Alter

Ist die bevorzugte Art der Kommunikation nicht abhängig vom Geschlecht, so spielt das Alter doch eine große Rolle. Telefon und Chat-Dienste scheinen vor allem bei jüngeren Beschäftigten hoch im Kurs zu stehen. Mehr als drei Viertel (76 Prozent) der 14- bis 29-Jährigen würden „sehr häufig" und „häufig" das Telefon zum direkten Austausch nutzen. Damit liegen sie deutlich über dem Bundesdurchschnitt von 63 Prozent. Nur sechs Prozent der Jüngeren würden es „selten" bzw. „nie" nutzen.

TABELLE 5.4:
INTERESSE AN KOMMUNIKATIONSWERKZEUGEN

Wenn Sie an die Kommunikation in Ihrem Unternehmen denken, wie häufig würden Sie dann diese firmeneigenen Werkzeuge zum direkten Austausch mit Ihren Kollegen nutzen?
Befragungszeitraum: 28.04. – 05.05.2017

Telefon

	Total	Alter				
		14 - 29 Jahre	30 - 39 Jahre	40 - 49 Jahre	50 - 59 Jahre	60+ Jahre
Basis (=100%)	1002 %	146 %	228 %	273 %	284 %	71 %
(1) sehr häufig	31	45	34	30	22	35
(2) häufig	32	31	29	32	36	27
(3) eher häufig	8	7	7	6	14	4
(4) eher selten	8	12	8	5	11	8
(5) selten	12	2	11	19	12	13
(6) nie	7	4	10	7	5	10
Top-Two (1+2)	63	76	63	62	58	62
Bottom-Two (5+6)	19	6	21	25	17	23
weiß nicht, keine Angabe	1	-	-	3	1	3
Summe	100	100	100	100	100	100

Ganz ähnlich sieht es bei den Chat-Diensten aus: Auch hier ist die Generation Y Spitzenreiter. Fast die Hälfte (47 Prozent) würde diese modernen Kommunikationstools häufig verwenden, insofern es sie denn im eigenen Unternehmen gibt. Der Bundesdurchschnitt liegt hier bei fast einem Drittel (32 Prozent).

Doch es sind nicht nur die Jungen, die auf diese interaktiven Instrumente setzen: Die sogenannten „Silver Surfer“ zeigen sich ebenfalls fortschrittlich. Mehr als ein Drittel (34 Prozent) würde sie schon heute „sehr häufig“ und „häufig“ nutzen.

Auffällig ist: Ob Telefon oder Chat, es sind die 50- bis 59-jährigen Berufstätigen, sprich die im fortgeschrittenen Alter, die diese Instrumente unterdurchschnittlich häufig nutzen würden. Nur etwas mehr als die Hälfte (58 Prozent) würde oft zum Telefonhörer greifen und nicht einmal ein Viertel (24 Prozent) auf Chat-Dienste setzen. Weit mehr als die Hälfte (23 Prozent) würde letztere sogar „selten“ bzw. „nie“ nutzen.

Grafik: HIRSCHTEC

Grafik: HIRSCHTEC

TABELLE 5.5:
INTERESSE AN KOMMUNIKATIONSWERKZEUGEN

Wenn Sie an die Kommunikation in Ihrem Unternehmen denken, wie häufig würden Sie dann diese firmeneigenen Werkzeuge zum direkten Austausch mit Ihren Kollegen nutzen?
Befragungszeitraum: 28.04. – 05.05.2017

Chat-Dienste, wenn es entsprechende Dienste gibt oder gäbe

	Total	Alter				
		14 - 29 Jahre	30 - 39 Jahre	40 - 49 Jahre	50 - 59 Jahre	60+ Jahre
Basis (=100%)	1002 %	146 %	228 %	273 %	284 %	71 %
(1) sehr häufig	12	31	17	7	5	9
(2) häufig	18	16	14	21	18	25
(3) eher häufig	8	7	18	3	5	2
(4) eher selten	13	7	9	14	18	12
(5) selten	13	10	10	15	16	15
(6) nie	34	29	33	37	35	34
Top-Two (1+2)	30	47	31	28	23	34
Bottom-Two (5+6)	48	39	43	52	52	49
weiß nicht, keine Angabe	2	0	-	3	3	3
Summe	100	100	100	100	100	100

Damit ist die E-Mail das einzige Kommunikationsmittel, das über alle Altersklassen hinweg ungefähr gleich häufig zum Einsatz kommen würde. In Bezug auf die „sehr häufige“ bzw. „häufige“ Nutzung bewegen sich die Zahlen hier zwischen 43 Prozent (14- bis 29-Jährige) und 47 Prozent (30- bis 39-Jährige und 40- bis 49-Jährige).

TABELLE 5.6:
INTERESSE AN KOMMUNIKATIONSWERKZEUGEN

Wenn Sie an die Kommunikation in Ihrem Unternehmen denken, wie häufig würden Sie dann diese firmeneigenen Werkzeuge zum direkten Austausch mit Ihren Kollegen nutzen?
Befragungszeitraum: 28.04. – 05.05.2017

E-Mail

	Total	Alter				
		14 - 29 Jahre	30 - 39 Jahre	40 - 49 Jahre	50 - 59 Jahre	60+ Jahre
Basis (=100%)	1002 %	146 %	228 %	273 %	284 %	71 %
(1) sehr häufig	24	25	27	23	20	28
(2) häufig	22	18	20	23	25	19
(3) eher häufig	6	7	4	6	7	6
(4) eher selten	11	12	6	11	14	10
(5) selten	12	10	7	14	16	12
(6) nie	24	24	36	21	18	25
Top-Two (1+2)	45	43	47	47	44	46
Bottom-Two (5+6)	36	34	43	34	34	36
weiß nicht, keine Angabe	2	5	-	2	1	2
Summe	100	100	100	100	100	100

Der bei den Chat-Diensten ablesbare Trend zur Nutzung digitaler Tools bei jüngeren Altersklassen, setzt sich auch bei der Bewertung der persönlichen Kommunikation im Vergleich zur digitalen fort: In den jüngeren Altersklassen (30- bis 39-Jährige: 27 Prozent) und (14- bis 29-Jährige: 23 Prozent) hält heute schon rund jeder vierte Befragte den digitalen Austausch für nützlicher als das persönliche Gespräch. Das Schlusslicht bilden auch hier die 50- bis 59-Jährigen: Nur 12 Prozent von ihnen würden dem zustimmen.

Grafik: HIRSCHTEC

Grafik: HIRSCHTEC

TABELLE 5.7:
DIGITALER AUSTAUSCH VS. PERSÖNLICHES GESPRÄCH

Bitte beantworten Sie die folgende Aussage mit ja oder nein: „Der digitale Austausch ist für mich heute produktiver als das persönliche Gespräch."
Befragungszeitraum: 28.04. – 05.05.2017

	Total	Alter				
		14 - 29 Jahre	30 - 39 Jahre	40 - 49 Jahre	50 - 59 Jahre	60+ Jahre
Basis (=100%)	1002 %	146 %	228 %	273 %	284 %	71 %
ja	18	23	27	16	12	14
nein	81	77	73	84	87	86
weiß nicht, keine Angabe	1	-	0	0	2	1
Summe	100	100	100	100	100	100

Junge Berufstätige stehen der digitalen Kommunikation (z.B. via Chat-Dienste) aufgeschlossen gegenüber. Berufstätige im fortgeschrittenen Alter zeigen sich tendenziell eher skeptisch und sind Verfechter des persönlichen Gespräches. Die E-Mail ist das über alle Altersgruppen verbindende Medium der digitalen Kommunikation.

5.3 Formale Bildung

Das Bildungsniveau scheint bei der Präferenz für innovative Tools wie Chat-Dienste eher eine untergeordnete Rolle zu spielen. Weit mehr als ein Viertel (28 Prozent) der Befragten mit mittlerem Bildungsabschluss, 31 Prozent derjenigen mit Volks- bzw. Hauptschulabschluss und ein Drittel (33 Prozent) der Berufstätigen mit Abitur bzw. Universitätsabschluss würden diese „sehr häufig" und „häufig" nutzen. Allerdings fällt auf, dass die Gruppe der Abiturienten bzw. Uniabsolventen auch diejenige ist, in der mit 35 Prozent unterdurchschnittlich wenige Befragte sagen würden, dass sie diese modernen Instrumente „nie" bzw. „selten" nutzen würden.

TABELLE 5.8:
INTERESSE AN KOMMUNIKATIONSWERKZEUGEN

Wenn Sie an die Kommunikation in Ihrem Unternehmen denken, wie häufig würden Sie dann diese firmeneigenen Werkzeuge zum direkten Austausch mit Ihren Kollegen nutzen?
Befragungszeitraum: 28.04. – 05.05.2017

Chat-Dienste, wenn es entsprechende Dienste gibt oder gäbe

	Total	Schulbildung der Befragten		
		Volks-/Hauptschule	mittl. Bildungsabschl.	Abi, Uni
Basis (=100%)	1002 %	280 %	388 %	328 %
(1) sehr häufig	12	14	10	13
(2) häufig	18	17	17	20
(3) eher häufig	8	4	4	15
(4) eher selten	13	10	13	15
(5) selten	13	10	19	10
(6) nie	34	44	34	26
Top-Two (1+2)	30	31	28	33
Bottom-Two (5+6)	48	54	53	35
weiß nicht, keine Angabe	2	2	2	1
Summe	100	100	100	100

Interessant ist zudem, dass das Telefon vor allem von rund zwei Drittel der Berufstätigen mit mittlerem Bildungsabschluss (65 Prozent) und Abitur bzw. Universitätsabschluss (68 Prozent) besonders oft genutzt werden würde. Etwas mehr als die Hälfte (56 Prozent) der Volks- bzw. Hauptschulabsolventen würde ebenfalls „sehr häufig“ bzw. „häufig“ zum Telefonhörer greifen.

Grafik: HIRSCHTEC

TABELLE 5.9:
INTERESSE AN KOMMUNIKATIONSWERKZEUGEN

Wenn Sie an die Kommunikation in Ihrem Unternehmen denken, wie häufig würden Sie dann diese firmeneigenen Werkzeuge zum direkten Austausch mit Ihren Kollegen nutzen?
Befragungszeitraum: 28.04. – 05.05.2017

Telefon

	Total	Schulbildung der Befragten		
		Volks-/Hauptschule	mittl. Bildungsabschl.	Abi, Uni
Basis (=100%)	1002 %	280 %	388 %	328 %
(1) sehr häufig	31	23	32	38
(2) häufig	32	33	33	30
(3) eher häufig	8	9	7	9
(4) eher selten	8	4	12	8
(5) selten	12	14	13	10
(6) nie	7	15	3	4
Top-Two (1+2)	63	56	65	68
Bottom-Two (5+6)	19	29	16	14
weiß nicht, keine Angabe	1	2	1	1
Summe	100	100	100	100

Ganz im Gegensatz zur E-Mail: Diese würde von nicht einmal einem Viertel (24 Prozent) von ihnen stark genutzt werden. Sie scheint eher das Medium für die Befragten mit einem höheren Bildungsabschluss zu sein: Fast zwei Drittel (63 Prozent) - und damit überdurchschnittlich viele - würden oft von ihr Gebrauch machen.

Grafik: HIRSCHTEC

TABELLE 5.10:
INTERESSE AN KOMMUNIKATIONSWERKZEUGEN

Wenn Sie an die Kommunikation in Ihrem Unternehmen denken, wie häufig würden Sie dann diese firmeneigenen Werkzeuge zum direkten Austausch mit Ihren Kollegen nutzen?
Befragungszeitraum: 28.04. – 05.05.2017

E-Mail

	Total	Schulbildung der Befragten		
		Volks-/Hauptschule	mittl. Bildungsabschl.	Abi, Uni
Basis (=100%)	1002 %	280 %	388 %	328 %
(1) sehr häufig	24	7	24	38
(2) häufig	22	17	23	25
(3) eher häufig	6	3	7	7
(4) eher selten	11	15	11	7
(5) selten	12	13	16	6
(6) nie	24	40	18	17
Top-Two (1+2)	45	24	47	63
Bottom-Two (5+6)	36	53	35	23
weiß nicht, keine Angabe	2	4	1	1
Summe	100	100	100	100

Grafik: HIRSCHTEC

Grafik: HIRSCHTEC

Was zudem hervorsticht: Es sind die Berufstätigen mit Abitur oder Universitätsabschluss, die mit 22 Prozent überdurchschnittlich häufig der Aussage zustimmen „Der digitale Austausch ist für mich heute produktiver als der digitale“. Unter den Befragten mit mittlerem Bildungsabschluss sind es 18 Prozent, bei denen mit Volks- oder Hauptschulabschluss sogar nur 14 Prozent.

TABELLE 5.11:
DIGITALER AUSTAUSCH VS. PERSÖNLICHES GESPRÄCH

Bitte beantworten Sie die folgende Aussage mit ja oder nein: „Der digitale Austausch ist für mich heute produktiver als das persönliche Gespräch.“
Befragungszeitraum: 28.04. – 05.05.2017

	Total	Schulbildung der Befragten		
		Volks-/Hauptschule	mittl. Bildungsabschl.	Abi, Uni
Basis (=100%)	1002 %	280 %	388 %	328 %
ja	18	14	18	22
nein	81	85	82	78
weiß nicht, keine Angabe	1	1	0	1
Summe	100	100	100	100

Die E-Mail würde vor allem von Berufstätigen mit höheren Bildungsabschlüssen besonders oft genutzt werden. Diese stimmen zudem öfter als alle anderen der Aussage zu, der digitale Austausch sei heute für sie nützlicher als das persönliche Gespräch.

5.4 Wohnregion

Auch zwischen Ost- und Westdeutschland gibt es durchaus sichtbare Unterschiede bei der Beantwortung der Frage, wie häufig Telefon, E-Mail oder Chat-Dienste zum direkten Austausch mit Kollegen am Arbeitsplatz genutzt werden würden. Für alle Kommunikationsmittel gilt:

Sie würden durchschnittlich häufiger bei West- als bei Ostdeutschen zum Einsatz kommen.

In Bezug auf die Telefonnutzung bedeutet das: Rund zwei Drittel (66 Prozent) der Befragten in Westdeutschland würden oft das Telefon für den direkten Austausch mit Kollegen nutzen, aber nur die Hälfte der Befragten in Ostdeutschland. Bei der E-Mail ist es fast jeder zweite Westdeutsche (48 Prozent), aber nur jeder dritte Ostdeutsche (36 Prozent).

Und auch beim Chat zeigt sich: Würde rund ein Drittel (32 Prozent) der im Westen Lebenden diesen „sehr häufig“ und „häufig“ nutzen, sind es nicht einmal ein Viertel (23 Prozent) derjenigen, die ihren Wohnsitz im Osten haben.

TABELLE 5.12:
INTERESSE AN KOMMUNIKATIONSWERKZEUGEN

Wenn Sie an die Kommunikation in Ihrem Unternehmen denken, wie häufig würden Sie dann diese firmeneigenen Werkzeuge zum direkten Austausch mit Ihren Kollegen nutzen?
Befragungszeitraum: 28.04. – 05.05.2017

Telefon

	Total	Region	
		West	Ost
Basis (=100%)	1002 %	820 %	182 %
(1) sehr häufig	31	32	27
(2) häufig	32	34	24
(3) eher häufig	8	9	6
(4) eher selten	8	7	14
(5) selten	12	12	12
(6) nie	7	5	15
Top-Two (1+2)	63	66	50
Bottom-Two (5+6)	19	17	27
weiß nicht, keine Angabe	1	1	2
Summe	100	100	100

Grafik: HIRSCHTEC

TABELLE 5.13:
INTERESSE AN KOMMUNIKATIONSWERKZEUGEN

Wenn Sie an die Kommunikation in Ihrem Unternehmen denken, wie häufig würden Sie dann diese firmeneigenen Werkzeuge zum direkten Austausch mit Ihren Kollegen nutzen?
Befragungszeitraum: 28.04. – 05.05.2017

E-Mail

	Total	Region	
		West	Ost
Basis (=100%)	1002 %	820 %	182 %
(1) sehr häufig	24	25	17
(2) häufig	22	23	18
(3) eher häufig	6	5	7
(4) eher selten	11	10	14
(5) selten	12	12	12
(6) nie	24	23	29
Top-Two (1+2)	45	48	36
Bottom-Two (5+6)	36	35	41
weiß nicht, keine Angabe	2	2	2
Summe	100	100	100

Grafik: HIRSCHTEC

TABELLE 5.14:
INTERESSE AN KOMMUNIKATIONSWERKZEUGEN

Wenn Sie an die Kommunikation in Ihrem Unternehmen denken, wie häufig würden Sie dann diese firmeneigenen Werkzeuge zum direkten Austausch mit Ihren Kollegen nutzen?
Befragungszeitraum: 28.04. – 05.05.2017

Chat-Dienste, wenn es entsprechende Dienste gibt oder gäbe

	Total	Region	
		West	Ost
Basis (=100%)	1002 %	820 %	182 %
(1) sehr häufig	12	13	10
(2) häufig	18	19	13
(3) eher häufig	8	8	4
(4) eher selten	13	12	15
(5) selten	13	13	41
(6) nie	34	33	41
Top-Two (1+2)	30	32	23
Bottom-Two (5+6)	48	46	56
weiß nicht, keine Angabe	2	2	1
Summe	100	100	100

Besonders deutlich treten die Unterschiede aber beim Blick auf die einzelnen Bundesländer zutage. So würde das Telefon überdurchschnittlich häufig in Nordrhein-Westfalen zum direkten Austausch mit Kollegen genutzt werden. Fast drei Viertel (71 Prozent) der Befragten aus dem größten westdeutschen Bundesland würden es oft als Kommunikationswerkzeug verwenden. Die E-Mail scheint hingegen vor allem in Hessen, Rheinland-Pfalz und dem Saarland beliebt zu sein. Weit mehr als die Hälfte (59 Prozent) der Berufstätigen geben hier an, die elektronische Post „sehr häufig“ und „häufig“ nutzen zu wollen. Spitzenreiter bei den Chat-Diensten ist dagegen der Süden Deutschlands. Mehr als ein Drittel (35 Prozent) der Befragten in Bayern würde diese modernen Instrumente am öftesten zur Kommunikation mit Kollegen nutzen. Egal, ob Telefon, E-Mail oder Chat-Dienste: Alle drei Kommunikationsinstrumente würden in den Bundesländern Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern und Sachsen-Anhalt selten oft zum Einsatz kommen. Weniger als die Hälfte (44 Prozent) der Befragten in diesen ostdeutschen Bundesländern würde das Telefon „sehr häufig“ und „häufig“ nutzen, nur etwas mehr als ein Viertel (28 Prozent) die E-Mail und lediglich 16 Prozent Chat-Dienste.

Grafik: HIRSCHTEC

Grafik: HIRSCHTEC

TABELLE 5.15:
INTERESSE AN KOMMUNIKATIONSWERKZEUGEN

Wenn Sie an die Kommunikation in Ihrem Unternehmen denken, wie häufig würden Sie dann diese firmeneigenen Werkzeuge zum direkten Austausch mit Ihren Kollegen nutzen?
Befragungszeitraum: 28.04. – 05.05.2017

Telefon

	Total	Nielsengebiete							
		I	II	IIIa	IIIb	IV	Va+Vb	VI	VII
Basis (=100%)	1002 %	145 %	196 %	140 %	135 %	178 %	46 %	81 %	80 %
(1) sehr häufig	31	47	39	30	21	25	31	20	29
(2) häufig	32	23	32	41	34	38	36	24	21
(3) eher häufig	8	9	6	9	15	9	3	6	5
(4) eher selten	8	7	7	8	11	5	9	13	18
(5) selten	12	7	11	11	12	17	14	9	15
(6) nie	7	7	5	1	7	5	7	23	11
Top-Two (1+2)	63	70	71	70	55	62	67	44	51
Bottom-Two (5+6)	19	14	16	13	19	22	21	32	26
weiß nicht, keine Angabe	1	1	1	-	-	3	-	5	0
Summe	100	100	100	100	100	100	100	100	100

LEGENDE NIELSENGEBIETE

- I — BREMEN, HAMBURG, NIEDERSACHSEN, SCHLESWIG-HOLSTEIN
- II — NORDRHEIN-WESTFALEN
- IIIa — HESSEN, RHEINLAND-PFLAZ, SAARLAND
- IIIb — BADEN-WÜRTTEMBERG
- IV — BAYERN
- Va+Vb — BERLIN WEST + BERLIN OST
- VI — BRANDENBURG, MECKLENBURG-VORPOMMERN, SACHSEN-ANHALT
- VII — SACHSEN, THÜRINGEN

TABELLE 5.16:
INTERESSE AN KOMMUNIKATIONSWERKZEUGEN

Wenn Sie an die Kommunikation in Ihrem Unternehmen denken, wie häufig würden Sie dann diese firmeneigenen Werkzeuge zum direkten Austausch mit Ihren Kollegen nutzen?
Befragungszeitraum: 28.04. – 05.05.2017

E-Mail

	Total	Nielsengebiete							
		I	II	IIIa	IIIb	IV	Va+Vb	VI	VII
Basis (=100%)	1002 %	145 %	196 %	140 %	135 %	178 %	46 %	81 %	80 %
(1) sehr häufig	24	22	20	28	27	26	39	10	20
(2) häufig	22	22	19	31	26	20	13	19	18
(3) eher häufig	6	6	9	3	2	4	10	11	4
(4) eher selten	11	13	5	9	14	13	11	25	3
(5) selten	12	10	17	9	11	11	10	10	14
(6) nie	24	27	25	20	20	24	16	23	39
Top-Two (1+2)	45	44	39	59	53	46	52	28	39
Bottom-Two (5+6)	36	36	42	29	31	35	26	33	53
weiß nicht, keine Angabe	2	1	5	-	-	3	1	3	1
Summe	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Grafik: HIRSCHTEC

TABELLE 5.17:
INTERESSE AN KOMMUNIKATIONSWERKZEUGEN

Wenn Sie an die Kommunikation in Ihrem Unternehmen denken, wie häufig würden Sie dann diese firmeneigenen Werkzeuge zum direkten Austausch mit Ihren Kollegen nutzen?
Befragungszeitraum: 28.04. – 05.05.2017

Chat-Dienste, wenn es entsprechende Dienste gibt oder gäbe

	Total	Nielsengebiete							
		I	II	IIIa	IIIb	IV	Va+Vb	VI	VII
Basis (=100%)	1002 %	145 %	196 %	140 %	135 %	178 %	46 %	81 %	80 %
(1) sehr häufig	12	15	8	12	7	21	9	3	18
(2) häufig	18	15	22	19	25	15	19	13	15
(3) eher häufig	8	5	13	7	7	9	8	1	5
(4) eher selten	13	17	8	14	12	11	23	18	8
(5) selten	13	12	15	13	17	9	7	16	17
(6) nie	34	35	33	35	31	32	32	46	36
Top-Two (1+2)	30	30	29	31	32	35	29	16	33
Bottom-Two (5+6)	48	46	48	48	48	41	40	62	54
weiß nicht, keine Angabe	2	2	2	0	1	4	-	3	-
Summe	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Grafik: HIRSCHTEC

Doch werden nicht nur die drei Kommunikationsinstrumente von den Befragten in den einzelnen Bundesländern verschieden bewertet. Auch der Nutzen des digitalen Austausches im Vergleich zum persönlichen Gespräch wird durchaus unterschiedlich beurteilt. So scheint Nordrhein-Westfalen bei der digitalen Kommunikation schon sehr fortschrittlich zu sein. Mehr als ein Drittel (34 Prozent) der Befragten aus NRW halten schon heute den digitalen Austausch für produktiver als das persönliche Gespräch. Mit nur neun Prozent der Befragten, die dem zustimmen würden, rangieren auch hier Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern und Sachsen-Anhalt auf dem letzten Platz.

TABELLE 5.18:
DIGITALER AUSTAUSCH VS. PERSÖNLICHES GESPRÄCH

Bitte beantworten Sie die folgende Aussage mit ja oder nein: „Der digitale Austausch ist für mich heute produktiver als das persönliche Gespräch."
Befragungszeitraum: 28.04. – 05.05.2017

	Total	Nielsengebiete							
		I	II	IIIa	IIIb	IV	Va+Vb	VI	VII
Basis (=100%)	1002 %	145 %	196 %	140 %	135 %	178 %	46 %	81 %	80 %
ja	18	14	34	14	12	17	24	9	13
nein	81	85	66	86	87	82	75	90	87
weiß nicht, keine Angabe	1	0	0	-	1	2	0	0	-
Summe	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Nordrhein-Westfalen ist in Sachen „digitaler Austausch" schon überdurchschnittlich fortschrittlich unterwegs. Nachholbedarf gibt es vor allem in Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern und Sachsen-Anhalt.

Grafik: HIRSCHTEC

Grafik: HIRSCHTEC

5.5 Wohnortgröße

Die Präferenzen für Telefon, E-Mail oder Chat-Dienste scheinen mit der Wohnortgröße zu variieren: Fast drei Viertel (71 Prozent) der Berufstätigen in Wohnorten mit 500.000 Einwohnern und mehr würden „sehr häufig" und „häufig" via Telefon kommunizieren.

Damit liegen sie weit über dem Bundesdurchschnitt von 63 Prozent. Gleiches gilt für die E-Mail. Sie würde bei mehr als der Hälfte (52 Prozent) der Befragten in diesen großen BIK-Regionen überdurchschnittlich häufig zum Einsatz kommen.

Die Bezeichnung „BIK" ist auf das Hamburger Institut „BIK Aschpurwis + Behrens GmbH" zurückzuführen. Bei den BIK-Regionen handelt es sich um eine bundesweite räumliche Gliederungssystematik.

TABELLE 5.19:
INTERESSE AN KOMMUNIKATIONSWERKZEUGEN

Wenn Sie an die Kommunikation in Ihrem Unternehmen denken, wie häufig würden Sie dann diese firmeneigenen Werkzeuge zum direkten Austausch mit Ihren Kollegen nutzen?
Befragungszeitraum: 28.04. – 05.05.2017

Telefon

	Total	BIK-Regionsgrößenklassen (in Tausend)				
		b.u. 5	5 b. u. 20	20 b. u. 100	100 b. u. 500	500 u. mehr
Basis (=100%)	1002 %	43 %	97 %	207 %	278 %	378 %
(1) sehr häufig	31	19	23	17	34	40
(2) häufig	32	27	23	38	33	31
(3) eher häufig	8	12	11	9	11	4
(4) eher selten	8	21	14	12	5	6
(5) selten	12	8	26	9	12	11
(6) nie	7	9	3	11	6	6
Top-Two (1+2)	63	46	46	55	67	71
Bottom-Two (5+6)	19	17	30	20	17	17
weiß nicht, keine Angabe	1	4	-	3	0	1
Summe	100	100	100	100	100	100

TABELLE 5.20:
INTERESSE AN KOMMUNIKATIONSWERKZEUGEN

Wenn Sie an die Kommunikation in Ihrem Unternehmen denken, wie häufig würden Sie dann diese firmeneigenen Werkzeuge zum direkten Austausch mit Ihren Kollegen nutzen?
Befragungszeitraum: 28.04. – 05.05.2017

E-Mail

	Total	BIK-Regionsgrößenklassen (in Tausend)				
		b.u. 5	5 b. u. 20	20 b. u. 100	100 b. u. 500	500 u. mehr
Basis (=100%)	1002 %	43 %	97 %	207 %	278 %	378 %
(1) sehr häufig	24	27	14	18	23	29
(2) häufig	22	8	41	17	20	23
(3) eher häufig	6	1	3	6	8	5
(4) eher selten	11	17	21	5	10	12
(5) selten	12	25	10	12	16	8
(6) nie	24	16	11	40	20	23
Top-Two (1+2)	45	35	55	35	43	52
Bottom-Two (5+6)	36	41	21	52	36	31
weiß nicht, keine Angabe	2	5	-	2	3	1
Summe	100	100	100	100	100	100

Anders sieht es beim Thema „Chat-Dienste“ aus: Diese scheinen besonders bei Befragten in Wohnorten mit einer Einwohnerzahl zwischen 20.000 und 100.000 Einwohnern beliebt zu sein. Mehr als ein Drittel (35 Prozent) würde sie „sehr häufig“ und „häufig“ für den direkten Austausch mit Kollegen verwenden. Damit würde der digitale Chat in Wohnorten dieser Größenordnung noch etwas häufiger zum Einsatz kommen als in denen mit 500.000 und mehr Einwohnern (32 Prozent) und sogar mehr als doppelt so oft wie in Regionen mit 5.000 Einwohnern oder weniger (16 Prozent).

Grafik: HIRSCHTEC

Grafik: HIRSCHTEC

TABELLE 5.21:
INTERESSE AN KOMMUNIKATIONSWERKZEUGEN

Wenn Sie an die Kommunikation in Ihrem Unternehmen denken, wie häufig würden Sie dann diese firmeneigenen Werkzeuge zum direkten Austausch mit Ihren Kollegen nutzen?
Befragungszeitraum: 28.04. – 05.05.2017

Chat-Dienste, wenn es entsprechende Dienste gibt oder gäbe

	Total	BIK-Regionsgrößenklassen (in Tausend)				
		b.u. 5	5 b. u. 20	20 b. u. 100	100 b. u. 500	500 u. mehr
Basis (=100%)	1002 %	43 %	97 %	207 %	278 %	378 %
(1) sehr häufig	12	10	2	20	11	11
(2) häufig	18	6	17	15	19	21
(3) eher häufig	8	6	15	3	6	10
(4) eher selten	13	18	22	13	8	13
(5) selten	13	13	13	14	16	11
(6) nie	34	43	32	31	38	33
Top-Two (1+2)	30	16	19	35	31	32
Bottom-Two (5+6)	48	56	45	45	54	44
weiß nicht, keine Angabe	2	4	-	4	1	1
Summe	100	100	100	100	100	100

Interessant ist: Generell scheint es eine Korrelation zwischen der Wohnortgröße oder der Zustimmung zu der Aussage „Der digitale Austausch ist für mich heute produktiver als das persönliche Gespräch“ zu geben. Während nur sechs Prozent der Befragten in Wohnorten mit einer Einwohnerzahl zwischen 5.000 und 20.000 dies bejahen, sind es in solchen mit 500.000 und mehr fast viermal so viele (23 Prozent).

TABELLE 5.22:
DIGITALER AUSTAUSCH VS. PERSÖNLICHES GESPRÄCH

Bitte beantworten Sie die folgende Aussage mit ja oder nein: „Der digitale Austausch ist für mich heute produktiver als das persönliche Gespräch.
Befragungszeitraum: 28.04. – 05.05.2017

	Total	BIK-Regionsgrößenklassen (in Tausend)				
		b.u. 5	5 b. u. 20	20 b. u. 100	100 b. u. 500	500 u. mehr
Basis (=100%)	1002 %	43 %	97 %	207 %	278 %	378 %
ja	18	9	6	14	20	23
nein	81	91	94	86	79	76
weiß nicht, keine Angabe	1	-	0	0	0	1
Summe	100	100	100	100	100	100

Je größer der Wohnort, desto eher geben die Befragten an, der digitale Austausch sei für sie produktiver als das persönliche Gespräch.

5.6 Personenzahl im Haushalt

Wie sich die Anzahl der im eigenen Haushalt lebenden Personen auf die scheinbare Vorliebe für bestimmte Kommunikationsinstrumente auswirkt, zeigen die folgenden Zahlen: Generell würde auch hier das Telefon über alle Haushaltsgrößen hinweg am häufigsten genutzt werden. Das Interesse daran, es zur Kommunikation zu nutzen, scheint aber unter den Berufstätigen, die in einem 3-Personen-Haushalt leben, mit 67 Prozent am größten zu sein. Nur etwas mehr als die Hälfte (56 Prozent) der Befragten aus 1-Person-Haushalten würde „sehr häufig“ und „häufig“ zu diesem Werkzeug greifen.

Grafik: HIRSCHTEC

TABELLE 5.23
INTERESSE AN KOMMUNIKATIONSWERKZEUGEN

Wenn Sie an die Kommunikation in Ihrem Unternehmen denken, wie häufig würden Sie dann diese firmeneigenen Werkzeuge zum direkten Austausch mit Ihren Kollegen nutzen?
Befragungszeitraum: 28.04. – 05.05.2017

Telefon

	Total	Personen im Haushalt			
		1 Person	2 Personen	3 Personen	4 Personen
Basis (=100%)	1002 %	127 %	409 %	208 %	259 %
(1) sehr häufig	31	25	33	38	26
(2) häufig	32	31	31	29	35
(3) eher häufig	8	9	8	6	10
(4) eher selten	8	12	8	9	6
(5) selten	12	12	13	12	10
(6) nie	7	10	5	1	13
Top-Two (1+2)	63	56	65	67	61
Bottom-Two (5+6)	19	22	18	14	23
weiß nicht, keine Angabe	1	0	1	3	-
Summe	100	100	100	100	100

Ein vergleichbares Bild zeigt sich bei der E-Mail: Auch hier sind es in erster Linie (51 Prozent) die in 3-Personen-Haushalten Lebenden, die besonders oft dieses elektronische Mittel zur Kommunikation nutzen würden. Allerdings sind es wiederum nur etwas mehr als ein Drittel (36 Prozent) aus den 1-Person-Haushalten, die diese meist verwenden würden.

Grafik: HIRSCHTEC

TABELLE 5.24:
INTERESSE AN KOMMUNIKATIONSWERKZEUGEN

Wenn Sie an die Kommunikation in Ihrem Unternehmen denken, wie häufig würden Sie dann diese firmeneigenen Werkzeuge zum direkten Austausch mit Ihren Kollegen nutzen?
Befragungszeitraum: 28.04. – 05.05.2017

E-Mail

	Total	Personen im Haushalt			
		1 Person	2 Personen	3 Personen	4 Personen
Basis (=100%)	1002 %	127 %	409 %	208 %	259 %
(1) sehr häufig	24	21	23	26	24
(2) häufig	22	15	22	25	23
(3) eher häufig	6	4	6	7	5
(4) eher selten	11	16	12	5	12
(5) selten	12	14	8	15	14
(6) nie	24	30	27	16	23
Top-Two (1+2)	45	36	45	51	46
Bottom-Two (5+6)	36	44	36	31	37
weiß nicht, keine Angabe	2	1	1	6	1
Summe	100	100	100	100	100

Anders verhält es sich bei den Chat-Diensten: Hier sind es die Befragten aus 2-Personen-Haushalten, die diese mit 35 Prozent überdurchschnittlich häufig nutzen würden – gefolgt von denjenigen aus 3-Personen-Haushalten mit 32 Prozent. Ähnlich wie beim Telefon und bei der E-Mail heißt es aber auch hier: Berufstätige in Deutschland, die in 1-Person-Haushalten wohnen, würden unterdurchschnittlich häufig Chat-Dienste einsetzen. Nicht einmal ein Viertel (19 Prozent) würde diese „sehr häufig“ und „häufig“ nutzen.

Grafik: HIRSCHTEC

Grafik: HIRSCHTEC

TABELLE 5.25:
INTERESSE AN KOMMUNIKATIONSWERKZEUGEN

Wenn Sie an die Kommunikation in Ihrem Unternehmen denken, wie häufig würden Sie dann diese firmeneigenen Werkzeuge zum direkten Austausch mit Ihren Kollegen nutzen?
Befragungszeitraum: 28.04. – 05.05.2017

Chat-Dienste, wenn es entsprechende Dienste gibt oder gäbe

	Total	Personen im Haushalt			
		1 Person	2 Personen	3 Personen	4 Personen
Basis (=100%)	1002 %	127 %	409 %	208 %	259 %
(1) sehr häufig	12	5	16	12	9
(2) häufig	18	14	19	20	17
(3) eher häufig	8	5	13	2	5
(4) eher selten	13	22	8	14	15
(5) selten	13	10	13	17	13
(6) nie	34	44	28	32	41
Top-Two (1+2)	30	19	35	32	27
Bottom-Two (5+6)	48	53	42	49	53
weiß nicht, keine Angabe	2	1	2	3	0
Summe	100	100	100	100	100

Und dieser Trend setzt sich bei der Bewertung, ob der digitale Austausch für sie produktiver als das persönliche Gespräch sei, fort. Nur zehn Prozent der in 1-Person-Haushalten lebenden Befragten bejahen dies, ganze 90 Prozent lehnen dies ab. Bei den in Haushalten mit vier und mehr Personen Lebenden und den aus 3-Personen-Haushalten Kommenden, stimmen der Aussage heute immerhin bereits doppelt so viele (21 Prozent bzw. 20 Prozent) zu.

TABELLE 5.26:
DIGITALER AUSTAUSCH VS. PERSÖNLICHES GESPRÄCH

Bitte beantworten Sie die folgende Aussage mit ja oder nein: „Der digitale Austausch ist für mich heute produktiver als das persönliche Gespräch."
Befragungszeitraum: 28.04. – 05.05.2017

	Total	Personen im Haushalt			
		1 Person	2 Personen	3 Personen	4 Personen
Basis (=100%)	1002 %	127 %	409 %	208 %	259 %
ja	18	10	18	20	21
nein	81	90	81	80	79
weiß nicht, keine Angabe	1	-	1	0	1
Summe	100	100	100	100	100

Sie sind es, die Telefon, Chat und E-Mail unterdurchschnittlich häufig nutzen: Berufstätige aus 1-Person-Haushalten. Sie verneinen auch am stärksten den Mehrwert des digitalen Austausches gegenüber dem persönlichen Gespräch.

Grafik: HIRSCHTEC

Grafik: HIRSCHTEC

5.7 Monatliches Haushaltsnettoeinkommen

Zuletzt erfolgt eine Analyse der Ergebnisse im Hinblick auf das Haushaltsnettoeinkommen der Berufstätigen in Deutschland. Sie zeigt Folgendes: Eine „sehr häufige" und „häufige" Nutzung des Telefons würde mit 78 Prozent deutlich überdurchschnittlich von Befragten mit einem Haushaltsnettoeinkommen zwischen 3.000 und 3.500 Euro erfolgen. Nicht einmal ein Drittel (31 Prozent) der Befragten mit einem Haushaltsnettoeinkommen von unter 1.000 Euro gibt dies an.

TABELLE 5.27:
INTERESSE AN KOMMUNIKATIONSWERKZEUGEN

Wenn Sie an die Kommunikation in Ihrem Unternehmen denken, wie häufig würden Sie dann diese firmeneigenen Werkzeuge zum direkten Austausch mit Ihren Kollegen nutzen?
Befragungszeitraum: 28.04. – 05.05.2017

Telefon

	Total	Haushaltsnettoeinkommen (Euro)						
		u. 1000	1000 - u. 1500	1500 - u. 2000	2000 - u. 2500	2500 - u. 3000	3000 - u. 3500	3500+
Basis (=100%)	1002 %	52 %	41 %	126 %	119 %	144 %	106 %	274 %
(1) sehr häufig	31	11	15	24	28	23	50	38
(2) häufig	32	19	38	36	36	31	28	31
(3) eher häufig	8	15	9	9	10	7	6	10
(4) eher selten	8	17	4	15	7	8	8	8
(5) selten	12	22	26	4	17	17	3	8
(6) nie	7	6	7	11	1	14	5	4
Top-Two (1+2)	63	31	53	60	64	54	78	70
Bottom-Two (5+6)	19	28	33	15	18	31	8	12
weiß nicht, keine Angabe	1	9	-	2	1	0	-	-
Summe	100	100	100	100	100	100	100	100

Ein eindeutiger Trend zeichnet sich bezüglich der E-Mail-Nutzung ab: Je höher das Haushaltsnettoeinkommen, desto häufiger würde die E-Mail verwendet werden. Weit über die Hälfte (58 Prozent) der deutschen Beschäftigten mit einem Haushaltsnettoeinkommen von über 3.500 Euro würde oft von ihr Gebrauch machen, allerdings nur zehn Prozent der mit einem Haushaltseinkommen von unter 1.000 Euro. Dies verleitet zu der Annahme, dass die E-Mail speziell unter den Besserverdienenden ein beliebtes Kommunikationsinstrument ist. Doch es ist nicht nur die E-Mail, sondern auch der Chat, der bei Befragten mit einem Haushaltseinkommen über 3.500 Euro besonders hoch im Kurs zu stehen scheint: 40 Prozent von ihnen – und damit zehn Prozent mehr als der Bundesdurchschnitt – würden „sehr häufig“ und „häufig“ chatten, um sich mit ihren Kollegen auszutauschen. Hier sind es nicht die Beschäftigten mit einem Verdienst unter 1.000 Euro, die am wenigsten häufig auf den Chat zurückgreifen würden, sondern die mit einem Haushaltsnettoeinkommen zwischen 1.000 und 1.500 Euro. Nur 14 Prozent von ihnen würden oft Chat-Dienste nutzen.

TABELLE 5.28:
INTERESSE AN KOMMUNIKATIONSWERKZEUGEN

Wenn Sie an die Kommunikation in Ihrem Unternehmen denken, wie häufig würden Sie dann diese firmeneigenen Werkzeuge zum direkten Austausch mit Ihren Kollegen nutzen?
Befragungszeitraum: 28.04. – 05.05.2017

E-Mail

	Total	Haushaltsnettoeinkommen (Euro)						
		u. 1000	1000 - u. 1500	1500 - u. 2000	2000 - u. 2500	2500 - u. 3000	3000- u. 3500	3500+
Basis (=100%)	1002 %	52 %	41 %	126 %	119 %	144 %	106 %	274 %
(1) sehr häufig	24	1	10	9	24	25	24	35
(2) häufig	22	9	14	16	19	28	26	23
(3) eher häufig	6	3	3	2	11	4	9	7
(4) eher selten	11	14	5	21	8	14	7	8
(5) selten	12	15	19	14	17	13	6	7
(6) nie	24	48	47	36	20	16	28	17
Top-Two (1+2)	45	10	24	25	43	53	50	58
Bottom-Two (5+6)	36	63	65	50	37	29	34	24
weiß nicht, keine Angabe	2	9	3	1	0	-	-	3
Summe	100	100	100	100	100	100	100	100

Grafik: HIRSCHTEC

TABELLE 5.29:
INTERESSE AN KOMMUNIKATIONSWERKZEUGEN

Wenn Sie an die Kommunikation in Ihrem Unternehmen denken, wie häufig würden Sie dann diese firmeneigenen Werkzeuge zum direkten Austausch mit Ihren Kollegen nutzen?
Befragungszeitraum: 28.04. – 05.05.2017

Chat-Dienste, wenn es entsprechende Dienste gibt oder gäbe

	Total	Haushaltsnettoeinkommen (Euro)						
		u. 1000	1000 - u. 1500	1500 - u. 2000	2000 - u. 2500	2500 - u. 3000	3000- u. 3500	3500+
Basis (=100%)	1002 %	52 %	41 %	126 %	119 %	144 %	106 %	274 %
(1) sehr häufig	12	19	5	5	3	10	10	23
(2) häufig	18	11	9	11	36	16	23	16
(3) eher häufig	8	11	4	5	4	16	22	2
(4) eher selten	13	1	14	19	14	13	7	15
(5) selten	13	29	13	20	8	13	6	13
(6) nie	34	20	56	36	34	33	32	30
Top-Two (1+2)	30	30	14	16	39	25	33	40
Bottom-Two (5+6)	48	49	68	57	42	46	38	42
weiß nicht, keine Angabe	2	9	-	4	1	1	1	1
Summe	100	100	100	100	100	100	100	100

Grafik: HIRSCHTEC

Bleibt noch der Blick auf das Thema „Digitaler Austausch vs. persönliches Gespräch“: Es zeigt sich, dass überdurchschnittlich oft von Befragten mit einem Haushaltseinkommen zwischen 3.000 und 3.500 Euro (35 Prozent) geantwortet wird, dass der digitale Austausch für sie heute produktiver sei als das persönliche Gespräch. Am seltensten wird dies von Berufstätigen mit einem Haushaltsnettoeinkommen zwischen 1.000 und 1.500 Euro geäußert. Nur sieben Prozent halten die digitale Kommunikation für nützlicher, 93 Prozent verneinen dies.

TABELLE 5.30:
DIGITALER AUSTAUSCH VS. PERSÖNLICHES GESPRÄCH

Bitte beantworten Sie die folgende Aussage mit ja oder nein: „Der digitale Austausch ist für mich heute produktiver als das persönliche Gespräch."
Befragungszeitraum: 28.04. – 05.05.2017

	Total	Haushaltsnettoeinkommen (Euro)						
		u. 1000	1000 - u. 1500	1500 - u. 2000	2000 - u. 2500	2500 - u. 3000	3000- u. 3500	3500+
Basis (=100%)	1002 %	52 %	41 %	126 %	119 %	144 %	106 %	274 %
ja	18	8	7	13	27	16	35	16
nein	81	92	93	87	73	84	64	84
weiß nicht, keine Angabe	1	0	-	0	-	-	1	0
Summe	100	100	100	100	100	100	100	100

Es sind die Besserverdienenden mit einem Haushaltsnettoeinkommen von mehr als 3.500 Euro, die Chat und E-Mail im direkten Austausch mit Kollegen besonders häufig nutzen würden. Dem digitalen Austausch am positivsten gegenüber stehen die Befragten mit einem ebenfalls eher hohen Haushaltsnettoeinkommen zwischen 3.000 und 3.500 Euro.

Grafik: HIRSCHTEC

HIRSCHTEC

www.hirschtec.eu