

PRESSEMELDUNG

- zur Veröffentlichung frei -

28. August 2008

„Auch der CEO ist fast zwei Stunden Online“

TEC-Mittelstands-Survey 2008:

*Internet hat die Chef-Etagen inzwischen voll erreicht
Unternehmer sehen keine E-Mail-Flut, sondern „sinnvoll verbrachte Arbeitszeit“
Hoffnung auf größere Transparenz und mehr Information
TEC empfiehlt stärkere Kontrolle der Effizienz und bessere strategische Nutzung*

FRANKFURT _ Der Unternehmer in Deutschland verbringt beruflich über zwei Stunden täglich persönlich im Internet, beantwortet E-Mails durchweg selber und bezeichnet diese Zeit als „sinnvoll verbracht“. In der Nutzung von E-Mails und Internet sieht er fast ausschließlich Vorteile für seinen Kommunikations- und Führungsstil: Von einer Überlastung oder der sogenannten „E-Mail-Flut“ kann keine Rede sein. Dies ist das durchaus überraschende Ergebnis des TEC-Mittelstands-Surveys 2008, der jetzt in Frankfurt vorgestellt wurde. TEC hatte seine Mitglieder in Deutschland befragt mit dem Ziel, das Online-Verhalten auf der Chefetage transparent zu machen und Auswirkungen auf das Führungs- und Managementverhalten der Geschäftsführer zu untersuchen. „Offenbar ist das Internet voll auf den Chefetagen angekommen“, erklärte Dr. Wolfgang Hartmann, CEO von TEC International, dem mit rund 14.000 CEOs weltweit größten Unternehmer-Netzwerk. „Das Bild vom mittelständischen Patriarchen an der Unternehmensspitze, der PC und Laptop ablehnt und alles seine Sekretärin erledigen lässt, müssen wir endgültig zu den Akten legen.“

Die befragten Unternehmer erhalten durchschnittlich zwar nur 30 persönlich adressierte E-Mails pro Tag, sind dank eines eigenen Laptops und moderner Medien (Handy, Blackberry) aber auch außerhalb des Büros zu erreichen und sitzen rund 120 Minuten täglich vor dem Computer. Rund 70 Prozent der befragten Unternehmer betrachten diese Zeit „als sinnvoll verbrachten Teil der Arbeitszeit“, mehr als die Hälfte bezeichnet sich selbst als „Internet-affin“. So gut wie kein einziger Unternehmer fühlt sich „frustriert“, wenn er am Computer arbeitet, die meisten bezeichnen ihren Gefühlszustand als „geschäftsmäßig“. Auf einer Skala von zehn abgefragten Gefühlszuständen wurden mehrheitlich die positiven Gefühle angekreuzt. Als besonders vorteilhaft wird bewertet, dass zu wichtigen Fragen schneller als früher die Meinung der Führungskräfte im Unternehmen eingeholt werden kann (55%). Der höhere und schnellere Informationsfluss wird nicht als Druck empfunden.

TEC hat auch wissen wollen, in welcher Weise sich das Führungs- und Managementverhalten der Manager an der Spitze durch die neuen Online-Medien ändert. Insgesamt werden, über alle Fragen hinweg gesehen, die Auswirkungen der Internet-Revolution von den Top-Managern derzeit nicht für gravierend gehalten. Die Sorge, dass der CEO sich wegen der vielen Online-Vorgänge nicht mehr auf seine strategischen Aufgaben konzentrieren kann, ist offenbar unbegründet: Nur jeder fünfte Unternehmer (20%) sieht dies als deutliche Gefahr, über 40% aber antworten mit einem klaren Nein, weitere 20% mit einem „eher nicht“. 38% der Befragten stimmen der These zu, dass sie „schneller erfahren, wo etwas schief läuft und eingreifen können“. Ein deutliches Nein (61%) gibt es auch zur Befürchtung, dass „der persönliche Kontakt zu Führungskräften und Mitarbeitern verloren geht“. Immerhin glauben fast 70% der Unternehmer tendenziell, dass ihre „Entscheidungen besser werden, weil sie mehr Informationen zur Verfügung haben“. Die Mehrheit der Spitzen-Manager delegiert jedoch Vorgänge konsequent auch wieder zurück und, so darf angenommen werden, entlastet sich damit. Rund 55% der Top-Manager erklären, sie schicken „deutlich mehr Informationen an die Mitarbeiter als früher“, fordern gleichzeitig aber auch mehr Informationen ein. Dass sie sich stärker in operative Vorgänge einmischen als früher, sehen nur rund 12%, aber immerhin ein Drittel gibt an, dass durch E-Mails die hohe Zahl an Meetings im Unternehmen reduziert wird. Vor allem die zeitliche Flexibilität wird als erheblicher Vorteil genannt. So schicken rund 60% der Unternehmer Mails „auch schon mal nachts ab, weil ich nicht mehr an Uhrzeiten gebunden bin“.

Die TEC-Umfrage zeigt auch, dass sich der Unternehmer selber hauptsächlich wichtige Informationen über seine Kunden und Wettbewerber sowie Marktdaten aus dem Internet holt. Persönliche Kontakte, Netzwerke und Informationen aus dem eigenen Unternehmen sind heutzutage die wichtigsten Informationsquellen für den Unternehmer, um seine Firma zu führen. Diese werden nach Meinung der Befragten künftig ebenso stark an Bedeutung gewinnen wie das Internet, das überproportional an Gewicht zulegt, während klassische Kanäle (Zeitung, Fachveranstaltungen, Messen) in ihrer Bedeutung für den Unternehmer kaum mehr steigen.

TEC International bewertet die Ergebnisse grundsätzlich positiv, sieht jedoch auch ein gewisses unkritisches Verhalten: „Die gewaltigen Folgen der Internet-Revolution für die Management- und Informationsprozesse in mittelständischen Unternehmen sind erst in Ansätzen erkannt“, erklärte Dr. Wolfgang Hartmann bei der Vorlage der Studie: „Offenbar bietet die Online-Kommunikation dem Unternehmer einen einfachen Weg der früher vernachlässigten Einbindung von Mitarbeitern, vor allem von Führungskräften, in wichtige Entscheidungen. Ob die Mitarbeiter ihrerseits sich durch den Chef besser informiert fühlen, ist jedoch eine offene Frage und bleibt weiteren Studien vorbehalten“. Hartmann verwies darauf, dass die höhere Informationsdichte in Unternehmen sich bei Mitarbeiterbefragungen zumeist nicht in höherer Zufriedenheit der Mitarbeiter niederschlägt. Auch die Frage, ob eine erhöhte Zahl von Management-Informationen über das Internet alleine für verbesserte Entscheidungen ausreiche, sei damit noch nicht beantwortet. Hartmann forderte die mittelständischen Unternehmer auf, das Internet noch konstruktiver für Vertrieb, Marketing, CRM- oder Recruiting-Projekte einzusetzen. Hier seien Potentiale vorhanden, die trotz aller inzwischen erkennbarer Internet-Affinität der Unternehmer noch viel Entwicklungsspielraum für die mittelständischen Unternehmen in Deutschland ließen.

Ansprechpartner für diese Pressemeldung:

Dr. Wolfgang Hartmann, TEC International Germany, Friedrichstrasse 6, 65185 Wiesbaden,
Tel. 0611-9992333, w.hartmann@tec-germany.de

PR-Kontakt: Creative* Executive Beratung PR & Kommunikation, Dr. Klaus-Ulrich Moeller,
Tel. 06131.619300, info@creative-comm.de, www.creative-comm.de



Weitere Informationen über TEC Germany unter www.tec-germany.de sowie über die internationale TEC-Organisation unter www.vistage.com

TEC International ist mit rund 14.000 Mitgliedern der weltweit größte Zusammenschluss von Geschäftsführern, Inhabern und CEOs mittelständischer Unternehmen. Im exklusiven und vertraulichen Kreis, moderiert durch praxiserfahrene TEC-Manager, entwickeln die Geschäftsführer gemeinsam strategische Ziele für ihre jeweiligen Unternehmen, erarbeiten Wachstumsperspektiven, loten Veränderungsprozesse aus und stellen wichtige Entscheidungen vorab auf den Prüfstand. Damit wird das Risiko von Managementfehlern gesenkt und der langfristige Erfolg der Firma abgesichert.

Die Arbeit in den exklusiven Gruppen wird ergänzt durch hochkarätige Referenten und individuelles Coaching. Mit diesem innovativen und praxisnahen Ansatz bietet TEC seinen Mitgliedern kontinuierliche Begleitung bei der Führung, Steuerung und strategischen Ausrichtung ihrer Unternehmen. TEC unterstützt damit den deutschen Mittelstand in seiner zentralen Funktion für Wachstum, Beschäftigung und Innovation.