

E-Mails sind von gestern

Bundesverband Medien und Marketing fordert, die E-Mail-Flut einzudämmen

Weinheim, Juni 2013. E-Mails sind ein Relikt der digitalen Steinzeit, ihre Tage sind gezählt. Sie sind gefährlich für die Gesundheit und blockieren Geschäftsprozesse. „Daher sollten Unternehmen bessere Lösungen entwickeln, um die tägliche E-Mail-Flut einzudämmen“, sagt Prof. Dr. Gerald Lembke, Vorsitzender des Bundesverbands Medien und Marketing (BVMM).

Prof. Lembke verweist auf wissenschaftliche Untersuchungen aus Großbritannien: Zum Lesen, Schreiben und Organisieren der E-Mails sind bis zu 25 Prozent eines Arbeitstages nötig. Außerdem senken sie erheblich die Produktivität. Sobald eine neue E-Mail den Arbeitsprozess unterbricht, braucht ein Mitarbeiter eine Minute, um seinen ursprünglichen Gedankengang fortzusetzen. Wer so alle fünf Minuten seine E-Mails kontrolliert, opfert dafür in der Woche 8,5 Stunden seiner Arbeitszeit.

„Dieser Overload hat üble Konsequenzen“, sagt Danny Verdam, Spezialist für „Gesundheitsprozessberatung“. Die wachsende Zahl an E-Mails mache es unmöglich, sich vernünftig mit diesen Informationen auseinanderzusetzen. Der Diplom-Betriebswirt stellt fest: Viele Menschen belastet nach der Arbeit das Gefühl, etwas nicht erledigt zu haben. Hinzu kommt: „Die ständige Erreichbarkeit lässt keine kurzfristige Regeneration zu“, so der Diplom-Betriebswirt, „geschweige denn eine wirkliche Erholung“. Stressbedingte Krankheiten nehmen zu, „da viele Mitarbeiter Angst um ihren Arbeitsplatz haben“. Sie fühlten sich verpflichtet, überall erreichbar zu sein.

Ein weiterer Nachteil der E-Mail-Flut: Vielfache cc-Kopien überfüllen die Postfächer, verlangen Aufmerksamkeit – und stehlen gerade Vorgesetzten wertvolle Zeit, wenn sie über alles informiert sein wollen. Auf diese Weise kommen ganze Geschäftsprozesse zum Stillstand. Deshalb zieht z. B. der weltweite IT-Dienstleister „Atos“ die Reißleine: Mit dem Programm „Zero Email“ will das Unternehmen den internen E-Mail-Verkehr völlig einstellen.

Wie lässt sich das erreichen? Prof. Lembke: „Es gibt Video-Konferenzen, Chat-Systeme oder Wikis, um Prozesse zu beschreiben.“ Wichtig seien Plattformen, auf denen verschiedene Mitarbeiter dieselben Dateien bearbeiten. Ebenfalls interessant: firmeninterne Netze, die wie Social Media funktionieren. Alles intelligente Lösungen, die E-Mails überflüssig machen. Dabei lässt sich eine Idee sofort umsetzen: der kurze Weg ins Nachbarbüro.

Für weitere Fragen wenden Sie sich an:

Bundesverband Medien und Marketing e. V.

Tel.: +49-6201-4 69 18 24

Presse und Kommunikation
Lena Otto

Fax: +49-6201-4 69 18 25
E-Mail: Lena.Otto@BVMM.org

Über den Bundesverband Medien und Marketing:

Der BVMM verbindet Unternehmen aus den digitalen und analogen Welten, erarbeitet neue Erkenntnisse aus Wirtschaft und Wissenschaft und stellt diese seinen Mitgliedern zur Verfügung.

Der BVMM e. V. verknüpft gebündelt Kompetenzen aus Wissenschaft und Unternehmen, Medien und Marketingfunktionen, Digitaler und Analoger Medienanbieter und -Nachfrager.

Fokus liegt auf den Digitalen Medien in Marketingabteilungen und Geschäftsführungen mittelständischer Unternehmen. Unternehmen aus allen Branchen und jeder Größe, als auch Privatpersonen finden im BVMM fachlich führende Experten und Branchenfreunde, um die unternehmerischen Herausforderungen der digitalen und medialen Welten gemeinsam zu diskutieren, sich auszutauschen und Nutzen für das eigene Unternehmen zu ziehen.

Gründungsmitglied Prof. Dr. Gerald Lembke präzisiert die Ziele: „Wir haben diesen Verband gegründet, um Mitgliedern und Assoziierten bei der praktischen Gestaltung digitaler Geschäftskonzepte und deren zukünftige Modellierung mit einem Profinetzwerk helfen zu können.

Das geht ohne gleichermaßen angewandte Wissenschaft und praktische Anwendung nicht. Es ist ein aktives Netzwerk, das Wissen und Kompetenzen zusammenführt zum Wohle unserer Mitglieder.“

Mitglieder genießen ein ganzheitliches Angebot von vergünstigten Weiterbildungen, Arbeitsgruppen mit Gleichgesinnten zu Spezialthemen und durch offene Medienmeetings zu aktuellen Themen und Zukunftsthemen. Ziel ist es, Menschen aus der eigenen Branche regelmäßig zu treffen und an gemeinsamen Themen zu arbeiten.

