

Deutsches Netzwerk Büro e.V. (DNB)

# Fokus Mittelstand

Für Dr. Manfred Fischer, den neuen Vorsitzenden Deutsches Netzwerk Büro e.V. (DNB), ist der deutsche Mittelstand eine wichtige Zielgröße, die man für eine neue Qualität der Büroarbeit erreichen und begeistern will.

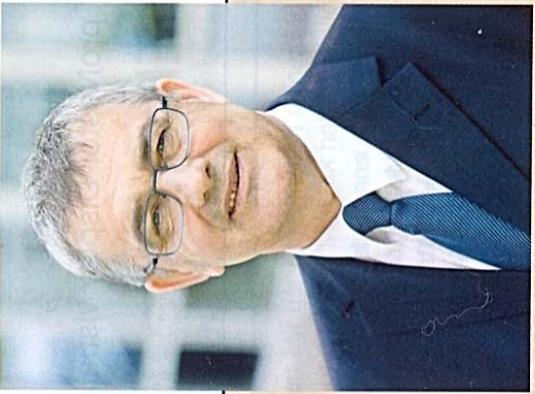
**F**ür Dr. Manfred Fischer „denn in Muss“, so Dr. Fischer „denn von den insgesamt 3,17 Millionen Unternehmen in unserem Land gehören weit über 90 Prozent zu dieser Kategorie“. In ihnen arbeiten die Mehrzahl aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, sie tragen in hohem Maße zur betriebswirtschaftlichen und volkswirtschaftlichen Wertschöpfung bei und ein Großteil der über 17 Millionen Bürobeschäftigten hat dort seinen Arbeitsplatz.

**A**rbeitswelt Büro Unternehmerisch stehen sie vor den gleichen Herausforderungen wie Großkonzerne. Preisdruck, Internationalisierung des Wettbewerbs, die Fragen der demografischen Entwicklung sowie der Zwang zur stetigen Innovation wirken auf Unternehmensleitung, Mitarbeiter und die Entwicklung der Standorte. Handlungsbedarf besteht also reichlich. Und eine wichtige Handlungsebene ist dabei die Arbeitswelt Büro. Mit dem zunehmenden Druck von Außen nämlich steigen die Probleme im Inneren.

**H**ohe Produktionsausfälle durch Erkrankungen Die jüngsten Zahlen der Bundesanstalt für Arbeitsschutz und Arbeitsmedizin aus dem Bericht Sicherheit und Gesundheit bei der Arbeit sprechen eine deutliche Sprache. Zusammen häuften die Beschäftigten in Deutschland 460 Millionen Fehl-

tage an. Die Krankheitstage haben Produktionsausfälle von 46 Milliarden Euro verursacht. Das sind bereits 7 Milliarden Euro mehr als im Jahr zuvor. Neben den klassischen Erkrankungen wie Muskel-Skelettsystem und den Atemwegen stehen jetzt an dritter Stelle psychische Erkrankungen. Folgerichtig setzt das DNB in seinem Marketing- und Kommunikationszielen auch hier an. Im Zentrum steht das Ziel, gerade bei mittelständischen Unternehmen für die Förderung der Qualität der Büroarbeit und insbesondere hinsichtlich der Gesundheit der Beschäftigten im Büro, zu informieren. Um die Chefs hier zu erreichen, wird man unterschiedliche Wege beschreiten. Von der gezielten Ansprache über Medien bis hin zum persönlichen Dialog in entsprechenden Verbänden.

**K**ongress „Gute Büroarbeit“ Wichtig ist es dabei gleichzeitig für das DNB, die Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit und die Innovationskraft der eigenen Mitglieder zu fördern und zu unterstützen. Mit dem Check „Gute Büroarbeit“ haben die Mitgliedsunternehmen ein Medium an der Hand, das sie gezielt zur Ansprache im Markt nutzen können. Mit Veranstaltungen, wie dem Kongress „Gute Büroarbeit“ am 17. und 18. Juni 2013 in Dresden, wird eine Dialogplattform geschaffen, die DNB Mitglieder mit Wissenschaft und der breiten Büroöffentlichkeit ins Gespräch bringt.



**D**r. Ing. Manfred Fischer, seit 2010 im Vorstand des Deutschen Netzwerks Büro e.V., wurde am 31. Oktober letzten Jahres zum neuen Vorsitzenden gewählt. Der promovierte Ingenieurwissenschaftler leitete von 1997 bis 2011 verantwortlich den Bereich Prävention der Verwaltungs-Berufsge nossenschaft mit etwa acht Millionen Versicherten und ca. 950.000 Mitgliedsunternehmen.

Als drittes Ziel verfolgt das DNB die verstärkte Gewinnung neuer Mitglieder. Damit ist man bereits sehr erfolgreich unterwegs.

**N**eu dabei: CEKA & Wilkhahn

So wurden jüngst CEKA in Alsfeld und Wilkhahn in Bad Münster neu in den Kreis aufgenommen. Das DNB versteht sich selbstbewusst als erstes und einziges deutsches branchenübergreifendes Netzwerk für Büroarbeit. Dass dieses Alleinstellungsmerkmal, neudeutsch USP, und damit der Anspruch durchaus gerechtfertigt ist, zeigen immer mehr Anfragen an das Netzwerk. Denn diese kommen längst nicht alle aus der Büroeinrichtungs- und Beratungsszene, sondern vermehrt aus der Wirtschaft allgemein. Mit einigen mittelständischen Unternehmen steht der Vorstand deshalb derzeit in intensiven Gesprächen. [www.dnb-netz.de](http://www.dnb-netz.de)

Reserven im deutschen Mittelstand aktivieren

## Investieren in Erfolg: Return on Office



Dr. Manfred Fischer,  
Vorsitzender des DNB:

**D**er Check „Gute Büroarbeit“ fasst die Erfahrungen guter und erfolgreicher Unternehmen sowie die Erkenntnisse wissenschaftlicher Forschung zusammen. Das DNB bietet online auf seiner Home-page unter [www.deutsches-netzwerk-buero.de](http://www.deutsches-netzwerk-buero.de) diese Potenzialanalyse für kleine und mittelständische Unternehmen an.

Unternehmen des Mittelstandes schaffen mit jährlich 1,9 Billion Euro knapp 40 Prozent des gesamten Umsatzes der deutschen Wirtschaft. Oftmals selbst Weltmarktführer in bestimmten Segmenten, stellen sie darüber hinaus die wichtigste Zuliefererkette für deutsche Weltkonzerne dar und sind so das Rückgrad der Wirtschaft. „Diesen Motor“, so Dr. Manfred Fischer, Vorsitzender des Deutschen Netzwerks Büro e.V., „treiben rund 25 Millionen Beschäftigte an. Das sind 60 Prozent aller sozialversicherungspflichtigen Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer. Für uns eine Herausforderung, hier genau auf die Möglichkeiten und Chancen, bei einem wichtigen Teilgebiet, der Arbeitsplatzgestaltung des Büros, zu schauen und an der potenziellen Verbesserung zu arbeiten.“

In der Tat, auch die Unternehmer und Führungsverantwortlichen im Mittelstand, wenden sich verstärkt dem Thema zu. Das BDI-Mittelstandspanel aus dem Frühjahr 2013 zeigt, dass der Fokus des drohenden Fachkräftemangels und die Herausforderungen des demografischen Wandels die Sicherung von Humankapital als das mit weitem Abstand häufigste Instrument zur Wahrung der eigenen wirtschaftlichen Position gesehen wird (64,3 Prozent). Und modernen Arbeitsformen, mit der verstärkten Nutzung flexibler Arbeitszeitmodelle, wird dort mit 49,3 Prozent ein wichtiger Zusatznutzen zur Abfedderung konjunktureller Schwankungen zuerkannt. „Um hier das Richtige richtig zu machen“, so Dr. Fischer, „treten wir als DNB verstärkt in den direkten Dialog mit Unternehmen aus dem Mittelstand.

schriven haben und denen, die die dafür entsprechenden Regelwerke setzen, wird das Thema dynamisch in einer Zweibahnstraße betrachtet. In der Konsequenz können so Veränderungen viel pragmatischer und schneller vorangetrieben werden.

**B**ürokraft, was früher die eher verstaubte Bezeichnung für Mitarbeiter im Büro war, ist tatsächlich eine weitgehend unterschätzte Ressource und dauerhaft der Ausgangspunkt für das in Deutschland nötige Wachstum. Damit die Voraussetzung für den Erhalt von Wohlstand, das Entstehen von Innovation, eine verbesserte Kundenbindung, kurz Unternehmenszukunft. Ganz gleich, ob produzierendes oder dienstleistendes Unternehmen, sie alle müssen sich auf ihr Kerngeschäft konzentrieren, um wettbewerbsfähig zu bleiben. Und dabei befinden sie sich in Deutschland derzeit in einem Umfeld, das maßgeblich durch das Andauern der Staatsschuldenkrise und die konjunkturelle Schwäche im Euroraum geprägt wird.

Deshalb gilt es nach spezifischen Stellhebeln zu suchen, die am eigenen Unternehmensstandort Vorteile schaffen. „Das erklärt die Ziel eines jeden Unternehmens besteht darin,

» Seite 79

► Seite 77  
arbeit geeignet“. Mit dem Piloten soll dies konkretisiert werden. Und der Telekom-Manager betonte: „Für 95 Prozent der Mitarbeiter ist ein Unternehmen attraktiv, wenn es Home Office anbietet.“

#### Treffen mit den Kollegen

Auch bei der Schweizer Bahn wird Home Office getestet. Hintergrund: In der Schweiz ist das Pendleraufkommen sehr hoch, Entlastung zu den Hauptverkehrszeiten tut not. „Die Resonanz unseres Piloten ist bislang sehr positiv“, erklärte Gabriele Arnold von der SBB AG. „Die Fahrzeiten konnten reduziert werden, die Effektivität der Arbeit zuhause ist größer und führt auch zu mehr Zufriedenheit bei den Mitarbeitern. Zudem werden Bürofläche und Zeit eingespart.“ Gleichzeitig schränkte sie ein: „Selbstorganisation ist nicht für jeden Mitarbeiter

etwas.“ Weitere Nachteile zeigte Sophie Geisel vom Netzwerkbüro „Erfolgsfaktor Familie“ der DIHK Service GmbH auf: „Home Office erschwert die Identifikation mit dem Unternehmen und könnte auch zulasten der Kreativität gehen. Diese entsteht durch Teamarbeit. Deshalb sind regelmäßige Zusammenkünfte mit den Kollegen unerlässlich.“

#### Win-win-Situation

Obwohl die Experten des AECOM-Roundtables das Thema durchaus kontrovers diskutierten, waren sich alle einig, dass Home Office für Mitarbeiter wie Unternehmen eine Win-win-Situation sein kann. Allerdings sind klare Regeln erforderlich, um den Erfolg zu gewährleisten. Voraus vereinbart werden sollten unbedingt Rahmenbedingungen wie Arbeitszeiten, Erreichbarkeit des Mitarbeiters, Ausstattung des Home Office

und rechtliche Voraussetzungen. Darüber hinaus müssen Führungskräfte umdenken, denn flexible Arbeitsformen erweitern ihre Kommunikations- und Führungsaufgaben deutlich. „Zu den größten Fallstricken gehört das Nichtkommunizieren von Erwartungen“, so Laura Holzhauer von der BMW Group.

#### Führungskräfte sind gefordert

„Nachhaltig aufgebaut werden muss zudem das Vertrauen zwischen Führungskräften und Mitarbeitern. Es gilt, Mitarbeiter nach Zielen zu messen, nicht nach Anwesenheit.“ Um das volle Potenzial von modernen Arbeitsplatzmodellen ausschöpfen zu können und Reibungsverluste zu minimieren, sollten bei der Einführung Change-Management-Spezialisten mitwirken. Susann Naumann

[www.aecom.com](http://www.aecom.com)

► Seite 76  
Werte zu kreieren“, so der Netzwerk-vorsitzende, „und dazu ist es wichtig, genügend geeignete Menschen zu rekrutieren und im Unternehmen zu halten.“ Der deutsche Mittelstand hat hier gute Voraussetzungen, denn traditionell ist die Führung sehr nah bei den Mitarbeitern. Mit dem intensiven Blick auf die Arbeitswelt Büro im eigenen Unternehmen zeigen sich rasch noch ungenutzte Potenziale. Moderne Arbeitsformen machen nicht nur konkurrenzfähig auf dem Arbeitsmarkt, sie sparen auch Geld. So kostet die Neugewinn-

nung von Fachkräften stets rund 1,5 Jahresehälter zusätzlich. Für KMU bietet sich beim Thema Büro die Chance, über die Einführung moderner Arbeitsformen, aktiv Kosten zu senken. Kommunikationsorientierte Büroformen mit Desk-Sharing und Home-Office-Konzepten optimieren teure Flächen bei eigenen Liegenschaften und sind gute Argumente zur Gewinnung von Spezialisten für die Arbeit auch im nichturbanen Umfeld.  
Mit gut gestalteten Arbeitswelten gestaltet sich auch die Kunden- und Serviceorientierung neu. Ein Poten-

zial, das die Ergebnisse des BDI-Mittelstandspanel stützen. Acht von zehn Unternehmern sehen in der Qualität der Belegschaft die Sicherheit für die Innovationsfähigkeit. Für sie ist dies das wichtigste Element zur Erlangung von Absatz- und Wachstumschancen. Ein Return on Office ist in diesem Zusammenhang erreichbar und messbar. Für das DNB gilt dabei Return in Office – wenn Unternehmer ihren Blick ins Büro und auf dessen Gestaltung richten, ist dies eindeutig eine Investition in den Unternehmenserfolg.

Franz-Gerd Richartz

[www.chefbuero.de](http://www.chefbuero.de) | [www.chefbuero.eu](http://www.chefbuero.eu)

**CHEFBÜRO**  
IT- & Business-Magazin für Führungskräfte

Praxisorientierte IT- & Business-Informationen für Investitionsentscheider in Mittelstand und Großunternehmen.

- Datensicherung
- Druck-Management
- geplante Themen - den aktuellen Themenplan finden Sie auf [chefbuero.de](http://chefbuero.de)