

1.14 Flexible Working Fallstudie 15: Two Point Seven: mobile Telearbeit in der Werbeagentur

Autor: empirica, Bonn

Übersicht

Frau Czech hat sich 1996 mit der Gründung der PR- und Werbeagentur Two Point Seven mit Sitz in Feucht (bei Nürnberg) selbständig gemacht. Nach ihrem Umzug wollte sie ihre Berufstätigkeit nicht aufgeben, obwohl die Entfernung zu ihrem Auftraggeber nun 160 km betrug. Die Agentur wurde als ein Homeoffice konzipiert, von wo aus sie weiterhin ihre Aufträge erledigen konnte.

Praxis

Die Geschäftsführerin der „Ein-Mann“ Agentur arbeitet in Kooperation mit Partnern u.a. aus der Schweiz. Es sind selbständige Telearbeiter aus den Bereichen Graphik, Layout und Fotografie. Alle Arbeitsergebnisse werden digitalisiert ausgetauscht. Frau Czech praktiziert vorwiegend mobile Telearbeit. Sie ist viel unterwegs, weil das wichtigste Motto für ihr Geschäft der persönliche Kontakt mit dem Kunden ist. Auf Reisen führt sie stets ihr Notebook mit. Über Datacard und Handy kann sie von unterwegs aus Mails abrufen und notfalls auch mit ihrem Bürorechner Kontakt aufnehmen, falls sie ein für das Kundengespräch wichtiges Dokument vergessen hat.

Die Zusammenarbeit mit den Partnern basiert auf den Mitteln der modernen Kommunikation. „Effektive Agenturarbeit kann nur auf optimaler Kommunikationsbasis geleistet werden“. Daher legt Frau Czech besonderen Wert auf eine gute technische Ausstattung, wozu auch ein Videokonferenzsystem gehört. Sogenanntes Application Sharing ermöglicht allen Projektpartnern den gemeinsamen Zugriff auf Anwendungen und Dateien. In Teamarbeit können Dokumente erstellt und online bearbeitet werden. Mit Hilfe eines virtuellen Skizzenblocks können alle Gesprächsteilnehmer interaktiv Notizen, Skizzen und Zeichnungen in die Diskussion einfließen lassen.

Die gemeinsame Telearbeit wurde nicht vertraglich geregelt. Die erbrachte Leistung wird ergebnisorientiert gemessen. Bei Aufgaben, wie Akquisition oder Mailing-Aktionen, schreiben die Telearbeiter die aufgewendete Zeit auf und danach richtet sich auch die Beurteilung.

Erfahrungen

Die Vorteile von Telearbeit sieht Frau Czech vor allem in den verbesserten Kontakten und der gestiegenen Produktivität durch Videoconferencing: „Die Kombination von Bild, Sprache und Daten stellt eine engere und persönlichere Verbindung zwischen den Gesprächspartnern her“. Der gemeinsame Zugriff auf Dateien und interaktives, gleichzeitiges Arbeiten an den Dokumenten bedeutet Zeitersparnis und beugt Missverständnissen vor. Die Geschäftsführerin der Agentur sieht in der Telearbeit eine besondere Chance für mittelständische Unternehmen der Medienbranche, insbesondere im Hinblick auf die Schaffung von Wettbewerbsvorteilen und somit die Sicherung der Überlebensfähigkeit der KMU in den heutigen Märkten.

Ein zusätzlicher positiver Aspekt im Falle von Two Point Seven ist die Möglichkeit, die räumliche Distanz zu den einzelnen Kooperationspartnern, die in Hamburg, München, oder Köln angesiedelt sind, zu überwinden. Als problematisch stuft Frau Czech die nicht ausreichende technische Ausstattung mancher Kooperationspartnern ein. Vor allem Videokonferenzsysteme würden viel zu selten eingesetzt, obwohl dadurch die Arbeitsabläufe erheblich verbessert werden könnten.