

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung.....	1
1.1	Aktuelle Verbreitung von Telearbeit.....	1
1.2	Formen der Telearbeit.....	4
2	Fördernde und hemmende Entwicklungsfaktoren von Telearbeit.....	7
2.1	Veränderung der Wettbewerbsbedingungen und Unternehmensstrukturen.....	7
2.2	Innovationspotentiale der Informations- und Kommunikationstechnik.....	12
2.3	Wandel gesellschaftlicher Werte.....	14
3	Werteorientierte Personalpolitik bei der BMW Group.....	18
3.1	Unternehmenskultur und Personalpolitik.....	18
3.2	Langfristige Personalpolitik.....	19
3.3	Strategische Schwerpunkte der BMW Personalpolitik.....	20
3.3.1	Sicherung des Mitarbeiterpotentials.....	21
3.3.2	Führung und Zusammenarbeit.....	22
3.3.3	Personalsysteme und -strukturen.....	22
3.4	Internationales Mitarbeiter- und Führungsleitbild.....	24
3.5	Telearbeit als Bestandteil der Personalpolitik.....	26
4	Vision und strategische Ausrichtung.....	27
4.1	Zusammenarbeit „anytime / anyplace”.....	27
4.2	Strategische Säulen von Telearbeit bei der BMW Group.....	30
4.3	Flexibilität bei der Zusammenarbeit.....	31
4.4	Beschleunigung von Dienstleistungs- und Entwicklungsprozessen.....	34
4.5	Verbesserung der Produkt- und Prozessqualität.....	35
4.6	Einsparung von Büroraum und Kosten der betrieblichen Einrichtungen.....	36
4.7	Von der Steigerung der Arbeitszufriedenheit bis zur Vereinbarkeit von Beruf und Familie.....	37
4.8	Reduzierung von Verkehr und Stärkung ländlicher Bereiche.....	38

5	Operative Umsetzung von Telearbeit bei der BMW Group.....	40
5.1	Grundlegende Überlegungen zur Einführung von Telearbeit.....	41
5.1.1	Unternehmensstrategie.....	41
5.1.2	Unternehmensorganisation und -kultur.....	42
5.1.3	Promotoren.....	43
5.1.4	Führungskräfte.....	44
5.2	Vorbereitungen bis zur Einführung von Telearbeit.....	45
5.2.1	Personalwesen als Betreuungsbereich.....	45
5.2.2	Personalkapazitäten und Projektstruktur.....	46
5.2.3	Auswahl der Pilotanwender.....	47
5.2.4	Interne Kommunikation.....	48
5.2.5	Betriebsrat und Betriebsvereinbarung.....	50
5.3	Die einzelnen Schritte der Einführung.....	52
5.3.1	Auswahl und Anmeldung.....	52
5.3.2	Bestellung IV-Netze und ISDN Anschluss.....	53
5.3.3	Hard- und Softwarebestellung.....	54
5.3.4	Qualifizierung.....	54
5.3.5	Zusatz zum Arbeitsvertrag und administrative Aufgaben.....	57
5.4	Personalwirtschaftliche und organisatorische Rahmenbedingungen des betrieblichen Ablaufs.....	58
5.4.1	Arbeitsorganisation.....	58
5.4.2	Arbeitszeit.....	60
5.4.3	Arbeitsrecht.....	61
5.4.4	Führung in Telearbeit.....	61
5.5	Technik.....	62
5.5.1	Standardlösungen.....	62
5.5.2	Wartung und Betreuung.....	66
5.6	Zusammenfassung.....	66
6	Untersuchungsdesign.....	69
6.1	Aufbau der Untersuchung.....	69
6.2	Stichprobe.....	70
7	Grundvoraussetzungen für das Gelingen von Telearbeit: Aufgaben, Eigenschaften und Arbeitsumfeld.....	72
7.1	Gibt es besonders telearbeitsgeeignete Aufgaben?.....	72
7.2	Spieren die Charaktereigenschaften der Personen eine entscheidende Rolle?.....	76
7.3	Welche Bedeutung kommen Führungskräften und Kollegen zu?....	78

8	Information und Kommunikation in Telearbeit.....	81
8.1	Allgemeines zu menschlicher Kommunikation.....	81
	Exkurs: Die Besonderheiten der Videokommunikation.....	88
9	Die Führung von Telearbeitern – Alter Wein in neuen Schläuchen oder eine tatsächliche Veränderung von Führungsaufgaben?.....	97
9.1	Einstellung der Führungskräfte gegenüber der neuen Arbeitsform.....	98
9.2	Zusammenarbeit mit den Mitarbeitern.....	101
9.3	Die neue Rolle der Führungskraft in telekooperativen Arbeitsformen.....	104
9.4	Qualifikation und Karriere.....	109
10	Wirtschaftlichkeitsbetrachtung von Telearbeit bei der BMW Group.....	118
10.1	Die erweiterte Wirtschaftlichkeit im Sinne einer Mehr-Ebenen-Betrachtung.....	118
10.2	Wirtschaftlichkeitsdimension Zeit.....	123
10.3	Wirtschaftlichkeitsdimension Qualität.....	126
10.4	Wirtschaftlichkeitsdimension Flexibilität.....	128
10.5	Exkurs: Vier Fallbeispiele mobiler Telearbeit.....	130
10.5.1	Mobile Computing in der Öffentlichkeitsarbeit.....	130
10.5.2	Mobile Computing in der Rennbetreuung.....	131
10.5.3	Mobile Computing in der Fahrzeugerprobung.....	132
10.5.4	Mobile Computing im Vertrieb.....	133
10.6	Die Kosten- und Erlösdimension.....	136
10.7	Die Mitarbeiterdimension.....	142
10.8	Die Dimension der externen Effekte.....	146
11	Schlussbetrachtung und Ausblick.....	150
Anhang		154
A1	Einführung von Telearbeit als Prozess.....	154
A2	Risiken und Barrieren.....	159
A3	Personelle Aspekte.....	163

Telearbeit bei der BMW Group

Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit durch flexibles
Arbeiten

Niggel, M.; Edfelder, D.; Kraupa, M.

2000, IX, 170 S., Hardcover

ISBN: 978-3-540-65874-0