

Zero E-Mail Company

So stoppen Sie die E-Mail-Flut

«Keine Zeit für die Zukunft» – die grosse E-Mail-Flut im Geschäftsumfeld steigt jährlich an, und unsere Zeit wird immer knapper. Alle 5 bis 15 Minuten poppt eine E-Mail-Meldung auf. Nun sind wir nahe am Kollaps. Eine klare Strategie kann helfen, grosse Verbesserungen zu erreichen, bis hin zu einer Zero E-Mail Company. Es geht dabei nicht um ein verbessertes Bedienen von Outlook und Gmail Accounts, sondern darum, wie man das Problem an der Ursache anpackt und kreative, nachhaltige Lösungen entwickeln kann. Hier ein Leitfaden für Ihren Betrieb.

Von Oliver Mattmann

Erinnern Sie sich noch an das erste E-Mail in Ihrem Leben? Ich kann mich noch ganz genau daran erinnern. Es war der 16.08.1998. In meinem damaligen Lehrbetrieb bekam ich am ersten Arbeitstag meine erste eigene E-Mail-Adresse. Stolz war ich! Endlich konnte ich mit der grossen Welt im Tagestakt kommunizieren. Dass dieser Moment prägend war, hätte ich damals nie gedacht. 18 Jahre später hatte sich die Freude ins Gegenteil gekehrt. E-Mails lösten bei mir nur noch erschöpfte Resignation aus und frassen sich durch meine Arbeitstage. Mein Posteingang verlangte den Arbeitsbeginn kurz vor 6 Uhr und vielen Stunden Bearbeitungszeit. Ich war der E-Mail-Generator Nummer eins und wollte schnellstmöglich alles erledigt haben. Die digitale Welt hatte mich vollumfänglich eingefangen und hielt mich abends zu Hause bis 22 Uhr in ihrem Klammergriff. Als Gejagter der Zeit hatte ich nicht einmal die Möglichkeit, darüber zu reflektieren. Nach einer Woche Ferien mit der Familie reifte schliesslich der Entschluss, dass ich nicht mehr so weitermachen möchte. Mein Arbeitsverhalten ist stark verbesserbar. Wahrscheinlich war ich selber ein Teil des E-Mail-Übels im Betrieb. Gemeinsam mit meinem Team starteten wir im Oktober 2016 zu einer E-Mail-freien Reise und haben innerhalb von 18 Monaten den Status *Zero E-Mail Company* erreicht.

Viele Leser denken nun vermutlich, dass dies bei ihren Betrieben sicherlich nicht möglich ist. Allerdings sind wir nicht die Einzigen, die dies geschafft haben. Das internationale, börsenkotierte Unterneh-



Die Welt, die sich vermailt.

men ATOS hat seine Policy bereits 2011 entwickelt. Unabhängig von Ihrer Grösse, ob ein kleines Team von 20 Mitarbeitenden oder eine 100 000-Personen-Firma, diese Strategie lässt sich umsetzen! Verschenden Sie Ihre Energie nicht auf Ausreden, sondern gehen Sie diese Herausforderung an. Der Fokus liegt in der Startphase ganz klar auf den Aktivitäten innerhalb der eigenen vier Wände; damit ist der Start noch heute möglich.

Eine Zero E-Mail Company ist nicht nur realistisch, sondern langfristig auch sinn-

voll. Verschiedene Studien belegen, dass Führungskräfte und Mitarbeitende mehr als drei Stunden am Tag mit der Bearbeitung von E-Mails verbringen – Tendenz steigend. Heute haben Führungskräfte um die 30 000 Interaktionen pro Jahr, was dazu führt, dass die Anzahl E-Mails im Betrieb mit 3,4 Prozent pro Jahr noch weiter steigen wird (täglich weltweit 280 Mia. E-Mails versendet).

Die Zero E-Mail Policy strebt einen internen E-Mail-freien Betrieb an, ohne dabei die Kommunikation auf andere Kanäle

wie Skype for Business, Chats usw. zu verlagern. Eine Verlagerung ist noch keine Verbesserung, sondern nur eine Erhöhung der Geschäftsgeschwindigkeit.

Die Reise zu einer Zero E-Mail Company

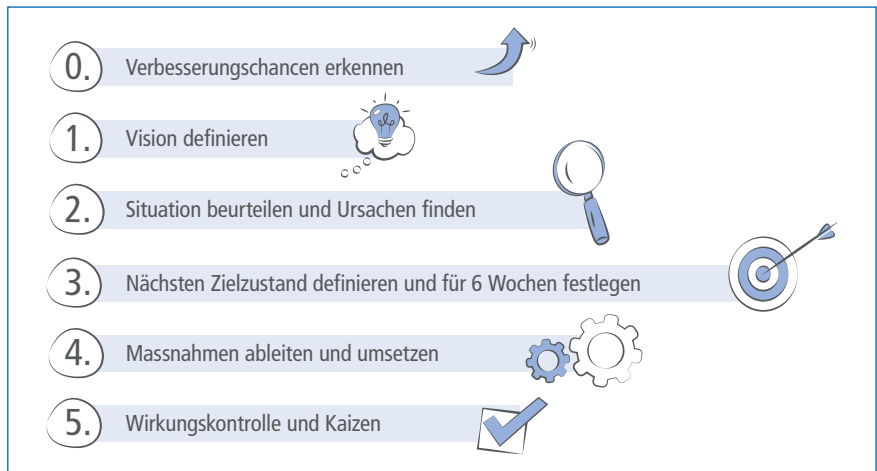
Aber die Frage bleibt: Wie fange ich an? Im Oktober 2016 begaben wir uns auf diese abenteuerliche Reise und durften dabei viele wertvolle Erfahrungen machen, die ich gerne mit Ihnen teile.

Phase 0: Verbesserungschancen erkennen

Zuerst müssen Sie erkennen, dass Sie zu diesem Thema in Ihrem Betrieb ein Verbesserungspotenzial haben. Viele Unternehmen sprechen zwar darüber, nehmen sich dieser Aufgaben jedoch nicht an.

Phase 1: Vision definieren

Setzen Sie für sich eine persönliche Vision. Wo wollen Sie mit dieser Herausforderung genau hin? Was ist Ihr langfristiges Ziel?



Ein strukturiertes Vorgehen garantiert den Erfolg.

Z.B. 50 Prozent weniger E-Mails vom gleichen Betriebsstandort oder keine E-Mails in meinem Team oder nur noch ein E-Mail pro Tag auf meiner Führungsstufe usw. Die Vision Zero E-Mail Company ist natürlich stark, kann Mitarbeitende aber auch überfordern, wenn sie nicht sorgfältig darauf vorbereitet werden. Achten Sie deshalb darauf, eine Vision zu wählen,

die zwar hochgesteckt ist, aber sich auch an Ihrem Team orientiert.

Phase 2: Situation beurteilen und Ursachen finden

Sprechen Sie mit Zahlen, Daten und Fakten! Analysieren und segmentieren Sie alle E-Mails, die Sie erhalten, z.B. während einer Woche in die Kategorien:



Offene Jobs online

Wir bleiben dran, bis es passt.

Sind Sie auf der Suche nach einer qualifizierten Fachperson für Ihr Personalwesen? Oder suchen Sie eine neue Herausforderung im HR?

Careerplus ist die führende Schweizer Personalberatung für die Rekrutierung von qualifizierten Fachleuten für die Berufsgruppen HR, Finanzen, Sales, Bau, Industrie, IT und Gesundheit.



www.careerplus.ch

Das Fachmagazin für Personalprofis!

personalsCHWEIZ – kompetent, fokussiert, praxisorientiert

Profitieren Sie von Know-how und Erfahrungsschatz kompetenter HR-Experten sowie von topaktueller HR-Best-Practice.



Mit diesen Inhalten:

**JETZT
ABONNIEREN!**

- Top-Interviews mit bekannten Opinion Leaders
- Arbeitsrechtliche Fallbeispiele
- Aktuelle Beiträge zu Lohn und Sozialversicherungen
- Wertvolle Tipps zu Karriere und Mitarbeiterführung
- Erfolgsrezepte, Fallbeispiele und Best Practice für Ihre operative Personalarbeit
- Innovative HRM-Strategien

personalsCHWEIZ plus Toolbox!

10 Ausgaben personalsCHWEIZ plus:

- Online-Archiv mit sämtlichen Ausgaben als PDF
- Praktische Stichwortsuche
- Über 150 HR-Tools und Mustervorlagen

**Einfach ausfüllen
und abschicken!**

Gleich bestellen:

Fon: 044 434 88 34

Fax: 044 434 89 99

Web: personal-schweiz.ch

Mail: bestellung@weka.ch

Coupon ausfüllen, ausschneiden
und schicken/faxen an:

WEKA Business Media AG
Leserservice
Hermetschloostrasse 77
8048 Zürich

Ja, ich möchte personalsCHWEIZ abonnieren!

10 Ausgaben für CHF 98.–*
Jahresabonnement

5 Ausgaben für CHF 59.–*
Schnupperabonnement

10 Ausgaben plus Toolbox für CHF 148.–*
Kombi-Jahresabonnement (Online-Archiv und über 150 Tools)

NEU!

Firma

Funktion

Vorname

Name

Strasse, Nr.

PLZ, Ort

Datum/Unterschrift

* zzgl. MWST und Porto

PRAXISTIPP FÜR BEGINNER

Vergleichen Sie Ihr E-Mail-Verhalten mit anderen Personen. Unter www.leancom.ch/footer/umfragen finden Sie einen Link für eine Selbstbewertung und einen Vergleich unter Gleichgesinnten.

Internes (alles im gleichen Haus), Externes (alles, was von ausserhalb und von Kunden kommt) und Trash/Newsletter/Privat/Rest. Mein persönlicher Praxistipp: Nehmen Sie eine Woche, in welcher Sie keine E-Mails bearbeiten und lesen! Somit erhöhen Sie die Aussagekraft der Zahlen, denn je mehr E-Mails Sie schreiben, desto mehr E-Mails werden Sie erhalten. Folgende Fragen können Ihnen bei der Durchsicht behilflich sein:

- Wieso wurde dieses E-Mail verfasst?
- Um welche Information und um welchen Prozess geht es? Gibt es überhaupt einen Prozess dazu?
- Haben meine Kollegen die richtigen Informationen und Daten zur Verfügung?
- Haben meine Kollegen das richtige Wissen, die Kompetenz und die Verantwortung?
- In welchem Regeltermin kann das Anliegen besprochen werden?
- Ist das erhaltene E-Mail für dieses Anliegen wirklich der richtige Kanal?

Phase 3: 6-Wochen-Zielzustand definieren

Nach der ersten Übersicht und Beurteilung benötigen Sie den nächsten Zielzustand, welcher innerhalb von sechs Wochen erreicht werden kann. Z.B.: Ich möchte meine E-Mails im Team um 50 Prozent reduzieren. Kommunizieren Sie dieses Ziel allen Beteiligten und beginnen Sie Ihr Team und Ihre Umwelt in die Verbesserungen einzubinden – allein werden Sie es nicht erreichen.

Phase 4: Massnahmen ableiten und umsetzen

Beginnen Sie aufgrund der verschiedenen Ursachen Massnahmen abzuleiten und umzusetzen. Wichtig ist in diesem Zusammenhang, dass Sie nicht gleich die gesamte Firmenkommunikation revolutionieren müssen. Nehmen Sie für den Anfang zwanzig E-Mails und besprechen Sie diese mit den Betroffenen. Wenn Sie

also im Team starten möchten, setzen Sie sich mit Ihrem Team hin und analysieren Sie – ohne Beschuldigungen – die E-Mails. Leiten Sie mindestens fünf Verbesserungsmaßnahmen ab, welche Sie innerhalb der nächsten sechs Wochen umsetzen. Folgende Verbesserungsmaßnahmen sind in einer ersten Phase üblich:

- Aufbau einer täglichen Regelkommunikation, z.B. jeden Tag um 10 Uhr eine Kurzbesprechung (max. 15 Min.) zu den Themen, welche sonst per E-Mail geklärt werden
- Freischalten von Zugriffen auf Daten und Informationen
- Klärung von Aufgaben, Kompetenz und Verantwortung wie Budgetfreigaben usw.
- Abbestellung von Benachrichtigungen von Plattformen, Newslettern usw.
- Verbesserungen von Prozessen, welche durch E-Mails ausgelöst und korrigiert werden (hin zu einer E-Mail-freien Prozesslandschaft)

Phase 5: Wirkungskontrolle und Kaizen

Schalten Sie regelmässig eine E-Mail-freie Woche ein und messen Sie nach dieser Woche die Verbesserungen. Sie werden feststellen, dass Sie bereits erste Verbesserungen umgesetzt haben. Nach dieser E-Mail-freien Woche beginnen Sie erneut Verbesserungen zu etablieren. Bereits nach der zweiten, dritten oder vierten Wiederholung werden die Verbesserungen anspruchsvoller in der Umsetzung, da es um die Art der Zusammenarbeit und Kommunikation sowie um mangelhafte Prozesse geht. Grundsätzlich ist ein 6-Wochen-Rhythmus zu empfehlen, welcher alle sechs Wochen die Verbesserungen neu beurteilt. Wahrscheinlich denken nun viele Leser, dass sie keine E-Mail-freie Woche machen können. In diesem Fall können Sie auch nur drei Tage messen.

Letztendlich geht es darum, das persönliche Verhalten und die Zusammenarbeit zu verbessern. Die Vorbildfunktion der Führungspersonen ist wesentlich für den Erfolg!

Ein Verhalten zu verändern, ist sehr zeitintensiv und anspruchsvoll, aber die Erfolge können begeistern. Packen Sie es an, es lohnt sich!

PRAXISTIPP FÜR FORTGESCHRITTENE

Beginnen Sie, diejenigen E-Mails zu reduzieren, mit welchen Sie eine Wirkung erreichen können. Wahrscheinlich wird es sehr anspruchsvoll werden, wenn Sie versuchen Ihre Kunden und Partner zu «erziehen». Das Feld, welches Sie beeinflussen können, ist aber um einiges grösser, als viele Mitarbeitenden und Führungskräfte denken. Warum packen Sie es nicht an? Vielleicht kommt Ihnen eine dieser Aussagen bekannt vor?

1. «Wir haben keine Zeit und es läuft doch alles ganz gut.»
2. «Zuerst einmal muss der CEO dies entscheiden und er muss sich verändern.»
3. «Ich habe keine Probleme mit den vielen E-Mails.»

Viele Unternehmen begnügen sich damit viele Aussagen und Rechtfertigungen zu suchen, statt die Probleme wirklich anzugehen und eine gute Zukunft zu gestalten.

Denkanstoss

Was wäre, wenn:

- jedes E-Mail CHF 10.– kostet?
- jedes E-Mail ausgedruckt wird und durch den Chef unterzeichnet werden muss?
- es ab morgen in Ihrem Betrieb keine E-Mails mehr gibt?
- Sie jeden Tag nur zehn Minuten für die Sichtung und Bearbeitung Ihrer elektronischen Post Zeit haben?
- Ihnen für jedes E-Mail, das Sie löschen können, ohne zu lesen, CHF 10.– gutgeschrieben wird?
- Ihnen ein Bonus von CHF 500.– (oder auch EUR 500.–) winkt, wenn Sie erfolgreich einen Monat ohne E-Mail im Geschäft auskommen?



Dr. Oliver Mattmann hat es zusammen mit seinem Team geschafft, sein Unternehmen zu einer Zero E-Mail Company (intern) zu entwickeln. Durch diesen Ansatz sind im Verlaufe der letzten Jahre unzählige

Verbesserungen im Betrieb erfolgreich etabliert worden. Die Leancom GmbH öffnet dazu jeden Monat ihre Türen für Gäste, Partner und Interessierte.

www.leancom.ch/veranstaltungen dann unter Kaizen Office Workshop.