

## Die Nutzung des Internet am Arbeitsplatz

### Anlass / Problematik

Gehört der Internetanschluss *heutzutage* an jeden Arbeitsplatz? Und ist es *zeitgemäß*, die private Internetnutzung zu gestatten? Welchen Nutzen birgt das Internet?

### Ein Rückblick

Man muss heute deutlich über 30 Jahre alt sein, um sich daran erinnern zu können, dass die Arbeitswelt *einst* auch ohne PCs funktionierte. Die wildeste Phantasie der Jüngeren genügt nicht, sich vorzustellen, wie es *damals* war. Und wir Ältere wissen: Es geht nicht mehr ohne den PC.

Erst in den 80er Jahren hielt der PC Einzug in die Arbeitswelt. Einige Rechner-Generationen später sind einstige Engpässe wie Speicherplatz kein Thema mehr. Ebenso rasant wurde und wird an Softwarelösungen gearbeitet, die häufig einen ebenso großen Meilenschritt darstellen (werden), wie einst der PC selbst. In einem unaufhörlichen Kreislauf verlangt eine immer leistungsfähigere Software nach höherer Hardware-Leistung – und die höhere Hardwareleistung ermöglicht weitere Software-Neuheiten usw.

Organisatorische Abläufe wurden durch das Vernetzen betrieblicher Arbeitsplätze (Intranet) vereinfacht und weit überwiegend verbessert. Als selbstverständliche Folge davon entstand vor einigen Jahren das Internet. Im wahrsten Sinne vernetzt es die Welt.

### Unsicherheiten

Auf der anderen Seite steigen Anforderungen an die (IT-) Organisation, die Datensicherheit und den Datenschutz (BDSG). Noch immer gibt es rechtliche *Grauzonen*. Und vielen Anwendern ist nicht bewusst, was sie alles regeln müssen, welche Verstöße sie also gegen geltendes Recht begehen.

## Nutzung des Internet am Arbeitsplatz für betriebliche Zwecke

### Handel via Internet

Das Internet hat viele neue Unternehmen geschaffen (und andere in die Insolvenz getrieben): Zu den mittlerweile unzähligen Internet-Händlern gesellten sich schnell die etablierten Unternehmen hinzu. Sie fürchteten den Verlust von Marktanteilen und boten ihre Produkte (neben dem klassischen Ladengeschäft) zusätzlich im Internet feil. Der *Kuchen* wurde neu verteilt: Wer nicht schnell genug *dabei* war, erlitt erhebliche Umsatzeinbrüche.

Über das Internet lassen sich viele Produkte und Dienstleistungen verkaufen. Zu berücksichtigen aber ist, dass insbesondere der Verbraucher viel besser als in der Vor-Internet-Zeit einen Preisvergleich anstellen kann. Wer einen Internetshop schafft, muss sich diesem *gnadenlosen* Preiswettbewerb stellen.

Neben den klassischen Shops ([www.buch.de](http://www.buch.de), [www.otto.de](http://www.otto.de) ...) finden auch Auktionen statt ([www.ebay.de](http://www.ebay.de) ...); das gilt auch für Dienst- und Werkleistungen ([www.guenstiger-renovieren.de](http://www.guenstiger-renovieren.de), [www.quotatis.de](http://www.quotatis.de) ...).

## Auf der Einkäuferseite

Wer als Einkäufer im Internet unterwegs ist, wird Preiswettbewerb und Preis-Vergleichbarkeit durchaus schätzen. Dennoch: Der Preis sollte nicht stets das Hauptkriterium sein – oftmals ist der Faktor Zeit wichtiger. Der Einkauf via Internet lohnt nicht immer:

- Beispiel 1: Wer beruflich stark ausgelastet ist, sollte sein Büromaterial eher telefonisch bei dem regionalen Händler ordern, als sich durch einen Internetshop zu wühlen.
- Beispiel 2: Eine potentielle Ersparnis von 3% Reisekosten klingt nach viel. Ist die Ersparnis aber auch in absoluten Zahlen so groß, dass es angemessenen ist, die Vielreisenden im Betrieb in irgendeinen Onlineshop zu zwingen?

Neben eigenen Preis-Recherchen bieten auch spezielle Suchmaschinen ([www.guenstiger.de](http://www.guenstiger.de) ...) Preisvergleiche.

## Zwänge auf der Verkäuferseite

Viele Großunternehmen (BMW ...) kaufen via Internet ein. Wer sie beliefern will, *muss* deren Internetportale nutzen. Dort finden Angebot und Auftrag automatisiert zusammen. Solches Outsourcing der Angebotsprüfung (auf den Anbieter) verursacht einigen Handlingaufwand.

## Zusatz- (und Pseudo-) Nutzen

Web-Anbieter werden in unzähligen Verzeichnissen geführt, die teils *nur* die Kommunikationsdaten liefern ([www.telefonbuch.de](http://www.telefonbuch.de) ...), teils weitere Informationen offerieren ([www.marktplatz-mittelstand.de](http://www.marktplatz-mittelstand.de), [www.bdu.de](http://www.bdu.de) ...), oder auch weiterführende Dienstleistungen bieten – beispielsweise die begleitete Zusammenführung von Anbieter und Nachfrager (Unternehmensberatung bei [www.ac-centa.de](http://www.ac-centa.de) ...). In letztere Kategorie passt natürlich jede Partnervermittlung.

## Suchmaschinen

Um all dies zu durchschauen, wird ein Inhaltsverzeichnis benötigt – Suchmaschinen ([www.meta-spinner.de](http://www.meta-spinner.de), [www.google.de](http://www.google.de), [www.yahoo.de](http://www.yahoo.de) ...) liefern es. Die Suchmaschinen-Betreiber bemühen sich um ein nach Wichtigkeit gestaffeltes Ranking aller Webseiten, denn dem Suchenden soll möglichst die *richtige* (die von ihm gesuchte) Information zuerst angeboten werden. Dem ungeübten Suchmaschinen-Nutzer sei an dieser Stelle empfohlen, mehr als einen Suchbegriff zu verwenden: Unternehmensberater + Oldenburg + Rechnungswesen.

## Stellenangebote und -gesuche im Internet

Viele Stellen lassen sich mittels Internet ([www.stepstone.de](http://www.stepstone.de) ...) billiger und schneller neu besetzen als über klassische Insertionen in der Tagespresse. Außerdem gestatten Pauschalpreise pro Insertion nahezu unbegrenzten Text (keine mm-Preise), was ein zielgerechteres Vorselektieren ermöglicht – so wird die Bewerberzahl kleiner aber auch treffender. Das spart Zeit und Geld rund um die Personalgewinnung.

Wo es darum geht, Massen an Bewerbungen zu bewältigen, sind Online-Bewerbungen erwünscht. Dieses Erfassen von Daten in vorgefertigte Spalten und Zeilen durch den Bewerber lässt gewiss Zeit für Auswertung und Vorselektion sparen, aber für Kreativität und das Erscheinungsbild der Bewerbung (Gliederung, sauber und ordentlich) bleibt kein Raum. Zuweilen wird daher eine Kombination beider Varianten eingesetzt: Für die Vorauswahl wird eine Online-Bewerbung gewünscht; interessante Bewerber werden anschließend aufgefordert, sich klassisch (Bewerbungsmappe, Anschreiben) zu bewerben.

## Service für Geschäftspartner

Es zählt zum Service für Kunden und Lieferanten, sein Unternehmen mittels Internetauftritt zu präsentieren.

Auch wenn die berechtigte Meinung vorherrschen möge, dass via Internet kaum ein neuer Kunde für das Unternehmen gewonnen werden könne – niemand weiß, wie viele wegen eines fehlenden Internetauftritts nicht Kunde geworden sind. Gleichwohl muss nicht jedes Unternehmen einen Internetauftritt haben! Wer mit seinem Unternehmen heute nicht bereits im Internet vertreten ist, sollte sich das Motto wählen:

„In meiner Region und meiner Branche wird mein Internetauftritt nicht der Letzte sein.“

Weitere Serviceangebote – Hotlinedienste, Beschwerdemanagement ... – sind sehr unternehmensindividuell. Wer sie braucht, weiß es schon längst.

## e-Mail

Und es zählt zum Service, via Internet – also mittels e-Mail-Adresse – erreichbar zu sein. Kaum ein Unternehmen kann sich dem verschließen.

Zwar muss nicht jeder Mitarbeiter eine eigene e-Mail-Adresse haben. Je intensiver und je mehr Mitarbeiter aber per e-Mail mit Geschäftspartnern kommunizieren (könnten), desto sinnvoller ist auch, weitere Mitarbeiter per eMail erreichbar zu machen. Es vereinfacht die Kommunikation eben auch derjenigen Mitarbeiter, die zwingend per e-Mail kommunizieren. Auch für innerbetriebliche Zwecke wird die eMail schnell sinnvoll genutzt werden.

## Ergebnis

Die Vielfalt des Internet ist immens. Und das macht es mehr und mehr zu dem, was es im Grunde heute schon ist. Etwas, ohne das nicht mehr geht. – Mit einiger Übung lässt sich effektiv und effizient recherchieren. (Die Übung ist erforderlich, um aus der Vielzahl der Angebote in angemessener Zeit dasjenige zu filtern, was gerade jetzt benötigt wird.)

Der eigene Internetauftritt ist Service für Geschäftspartner und Marketinginstrument. In nur wenigen Unternehmen *geht es ohne*. Wer heute noch keinen Internetauftritt hat, für den sollte zumindest gelten: „In meiner Region und meiner Branche wird mein Internetauftritt nicht der Letzte sein.“

## Nutzung des Internet am Arbeitsplatz für private Zwecke

### Argumente PRO private Nutzung

Es ist eine *bloße Annehmlichkeit* für Mitarbeiter, wenn ihnen die private Internetnutzung sowie private eMails am Arbeitsplatz gestattet werden. Wo dies der Fall ist, nimmt der Arbeitgeber erhöhte Risiken (siehe Contra-Argumente) und Aufwand in Kauf – ein gewisses Maß an Sicherheit kostet Zeit und Geld.

Von Seiten der Mitarbeiter wird dem Arbeitgeber kaum für diese *Großzügigkeit* auf die *Schulter geklopft* werden. Denn viele Mitarbeiter betrachten es als *zeitgemäß* – und Arbeitgeber als *knauserig*, die es untersagen.

### Argumente CONTRA private Nutzung

- Hoher organisatorischer Aufwand für: Einarbeitung in das Thema (Rechtliches wie „Diensteanbieter“, Datensicherheit, Bundesdatenschutzgesetz), Betriebsanweisung, Belehrung / Aufklärung der

Mitarbeiter (Datensicherheit, Dialer). → Aber: In ähnlichem Umfang ist all dies auch dann nötig, wenn ausschließlich die betriebliche Nutzung gestattet wird.

- Risiken aus bestehenden Rechtsunsicherheiten, auch rund um die Ahndung von Verstößen durch Mitarbeiter (Abmahnung, Kündigung). Arbeitsgerichte entscheiden (selbstverständlich) individuell nach Sachlage und Hintergrund.
- Vereinfachte oder zusätzliche Möglichkeit des Datendiebstahls wie Weitergabe von Kundendaten und sonstiger Betriebsgeheimnisse durch Mitarbeiter. → Aber: Dies gilt selbstredend für jedes Datenausgabemedium (CD-Brenner, Drucker...).
- Produktivitätseinbußen: Mitarbeiter, die eine private Nutzung in unerträglichem Umfang betreiben, beispielsweise für eBay, Sexseiten usw. Derartiges ist kaum der Konzentration auf die betriebliche Aufgabenstellung förderlich.
- In besonders gravierenden Fällen kann eine verbotene Nutzung durch Mitarbeiter (Tausch von Kinderpornographie, Nazi-Propaganda...) die polizeiliche Beschlagnahme betrieblicher Rechner/PCs zwecks Beweissicherung erforderlich machen. Dies kann bis zur zeitweiligen Betriebsstilllegung führen und birgt selbstredend die Gefahr eines erheblichen Ansehensverlusts.

Für einige (oder alle) oben angeführte Contra-Punkte kann gewiss ein Gegenargument gefunden werden: Die Mitarbeiter der IT-Abteilung kümmern sich gern um das Organisatorische, die Rechtsabteilung klärt die Unsicherheiten, Datendiebstahl ist auch mittels anderer Datenträger möglich, die private Nutzung wird schon niemand übertreiben, und selbstverständlich gibt es keine Kinderschänder und Nazis! Die Gegenargumente haben durchaus ihre Berechtigung. – Aber ist es angemessen diese trotzdem möglichen Risiken (und sie bestehen!) wegen der *bloßen Annehmlichkeit* für die Mitarbeiter einzugehen?

## Ergebnis

Nüchtern bilanziert spricht weit mehr **gegen** als **für** eine private Nutzung von Internet und eMail am Arbeitsplatz. Bestehende Risiken und der zu betreibende Aufwand für eine hinreichende Beherrschung der Risiken stehen in keinem Verhältnis zu dem Vorteil *Annehmlichkeit* für die Mitarbeiterschaft.

## Mögliche Auswege / Empfehlungen

- Informieren Sie sich ausgiebig über Fragen zu Datensicherheit, Datenschutz (BDSG, Teledatenschutzgesetz) sowie Hard- und Software.
- Nutzen Sie das Internet für betriebliche Zwecke. Geben Sie dafür nur denjenigen Mitarbeitern einen Zugang am Arbeitsplatz, die diesen auch benötigen.
- Nutzen Sie den eMail-Verkehr für betriebliche Zwecke. Geben Sie zumindest allen Mitarbeitern einen eMail-Zugang am Arbeitsplatz, die ihn benötigen. Sie werden schnell erkennen, dass sie weitere Mitarbeiter an das eMail-System anschließen wollen.
- Stellen Sie einen separaten PC mit Internetzugang an exponierter Stelle auf (Aufenthaltsraum, Flur, Foyer...). Von hier aus können Ihre Mitarbeiter gelegentlich privat im Internet surfen sowie private eMails via Internet-eMail-Account empfangen und versenden.
- Gestatten Sie Ihren Mitarbeitern, private eMails von / an die betriebliche eMail-Adresse nur in dringenden / eiligen Ausnahmefällen sowie bei betrieblichem Bezug, ggf. nur ohne Anhänge. Beispielsweise spricht nichts dagegen, wenn Ihr Mitarbeiter seiner Gattin mitteilt, dass er heute länger arbeiten muss.
- Erstellen Sie eine Betriebsanweisung.