

Forschungsvorhaben

TU Hamburg-Harburg

Forschungsprojekt: Arbeit 2.0. Neue Anforderungen an Beschäftigte und ihre Interessenvertretungen im Umgang mit Social Media

Beschreibung des Vorhabens

Unter Social Media werden Anwendungen verstanden, die es NutzerInnen ermöglichen, sich untereinander auszutauschen, zusammenzuarbeiten und mediale Inhalte einzeln oder in Gemeinschaft zu gestalten. Zu den verbreitetsten Anwendungen zählen Soziale Netzwerke, Wikis, Weblogs und Micro-Blogging-Dienste wie Twitter. Diese als user-zentriert und partizipativ geltenden Technologien werden zunehmend auch betrieblich und unternehmensintern eingesetzt. Beispiele sind firmeninterne Weblogs, um Austausch und gegenseitige Beratung unter den Beschäftigten zu fördern, Unternehmenswikis, um Wissen und Ideen zu sammeln, die firmeneigene Facebook-Seite und der Twitter-Account für Marketing und PR oder die Integration von Ideen und Leistungen, die KundInnen und UserInnen im Internet entwickeln (z.B. "Crowdsourcing"). Ergebnisse zu den Konsequenzen, die der betriebliche Einsatz von Social Media für die Beschäftigten hat, gibt es bisher nur wenig. Sicher ist aber, dass sich Informationsaufnahme und -verbreitung, Wissensaneignung, Kommunikation, aber auch Praktiken der Selbstdarstellung ändern. Verbesserte interne Kommunikation, Zusammenarbeit, Arbeitsabläufe und flachere Hierarchien sind als positive Konsequenzen denkbar; Zeitdruck, Arbeitsverdichtung, ständige Erreichbarkeit, Entgrenzung und eine soziale Spaltung der Belegschaft können negative Konsequenzen sein.

Das Projekt untersucht, welche Anforderungen aus Sicht der Beschäftigten im betrieblichen Einsatz von Social Media entstehen und welche unterschiedlichen Umgangsweisen die Beschäftigten entwickeln. Dahinter steht auch die Frage, inwiefern sich mit Social Media neue Möglichkeiten an Bereicherungen und Arbeitserleichterungen bzw. an zusätzlichen Belastungen und Gefährdungen für die Beschäftigten ergeben. Außerdem wird geklärt, wie Betriebs- und Personalräte gegenüber dem betrieblichen Einsatz von Social Media agieren, welche Problemlagen sie wahrnehmen und welche Handlungsansätze sie bereits entwickelt haben. Mögliche betroffene Bereiche sind: Arbeitszeitregelungen und Erreichbarkeit, Arbeitsverdichtung und Rationalisierung, Arbeits- und Gesundheitsschutz, Qualifizierung und Weiterbildung, Datenschutz, Leistungs- und Verhaltenskontrolle und nicht zuletzt die Mitbestimmung bei der Einführung neuer Technologien.

Untersuchungsmethoden

- Eine quantitative Online-Befragung von Betriebs- und Personalräten wird erheben, welche Social-Media-Anwendungen bereits zum Einsatz kommen, wie weit verbreitet die betriebliche Nutzung von Social Media ist und welche Problemlagen aus Sicht der Interessenvertretungen bestehen.
- In drei Fallbetrieben aus unterschiedlichen Branchen wird der Social-Media-Einsatz detaillierter analysiert. Ausgewählt werden Betriebe, die Social Media sowohl für die interne als auch für die externe Kommunikation nutzen. In jedem Betrieb werden mindestens zehn qualitative Interviews mit Beschäftigten, die mit Sozialen Medien arbeiten, geführt. Ergänzend werden Mitglieder des Betriebs- bzw. Personalrates interviewt. Zudem werden teilnehmende Beobachtungen, Analysen der genutzten Tools sowie bereits vorliegende Betriebsvereinbarungen oder Guidelines miteinbezogen.
- Die Ergebnisse werden im Rahmen von Workshops in den Fallbetrieben vorgestellt und diskutiert.

Ziel der Studie ist erstens eine aktuelle Analyse der Einsatzgebiete von Social Media und von deren Auswirkungen auf Beschäftigte und Betriebs- und Personalräte in unterschiedlichen Branchen, die Erkenntnisse zu den neu entstehenden Anforderungen an die Beschäftigten liefert. Zweitens werden Typologien unterschiedlicher Umgangsweisen mit Social Media von Beschäftigten sowie von Interessenvertretungen entwickelt, die es Betriebs- und Personalräten sowie Gewerkschaften ermöglichen sollen, auf die unterschiedlichen Bedürfnisse im Betrieb im Umgang mit Social Media einzugehen. Handlungsorientiertes Ziel der Studie sind drittens Empfehlungen an Betriebs- und Personalräte sowie Gewerkschaften für eine Gestaltung des Einsatzes von Social Media.

Durchführende Stelle: Forschungsgruppe Arbeit-Gender-Technik, TU Hamburg-Harburg

Projektleitung: Dr. Tanja Carstensen

Förderung: Hans-Böckler-Stiftung

Laufzeit: 16. Juni 2013 bis 15. Juni 2015

Kontakt: carstensen@tuhh.de