

Inhaltsverzeichnis

Danksagung	V
Abstract	VII
Inhaltsübersicht	IX
Inhaltsverzeichnis	XI
Abbildungsverzeichnis	XV
Tabellenverzeichnis	XIX
Abkürzungsverzeichnis	XXI
1 Einleitung	1
1.1 Ausgangssituation und Problemstellung	2
1.2 Stand der Forschung im Überblick	10
1.3 Praxisnahe Studien im Überblick	12
1.4 Forschungsfokus	15
1.5 Forschungsansätze	16
1.6 Konventionen	18
1.7 Aufbau der Arbeit	20
2 Thematischer Bezugsrahmen und Grundlagen	23
2.1 Begriffsabgrenzungen	24
2.1.1 Zeichen, Daten, Informationen und Wissen	24
2.1.2 Informationsangebot, -nachfrage und -bedarf	26
2.1.3 Informations- und Kommunikationstechnik	28
2.1.4 E-Mail-Technologie und E-Mail-Client	28
2.2 Grundlagen des Information Overload	31
2.2.1 Zielsetzung und Methodik	31
2.2.2 Ergebnisse	34
2.2.2.1 Definitionen	35
2.2.2.2 Ursachen	37
2.2.2.3 Auswirkungen	41
2.2.2.4 Gegenmaßnahmen	44
2.2.3 Zusammenfassung, Bewertung und Diskussion	47
2.3 Messbarkeit von E-Mail Overload	53
2.3.1 Zielsetzung und Methodik	54

2.3.2	Ergebnisse	58
2.3.2.1	Messkonstrukt von Dabbish und Kraut (2006)	58
2.3.2.2	Messkonstrukt von Hogan und Fisher (2006)	60
2.3.2.3	Messkonstrukt von Sumecki et al. (2011)	62
2.3.3	Zusammenfassung und Diskussion	64
2.4	E-Mail-Nutzung in Unternehmen	66
2.4.1	Zielsetzung	67
2.4.2	Methodik	67
2.4.3	Ergebnisse	69
2.4.4	Zusammenfassung und Diskussion	73
3	Identifizierung von Ursachen und Gegenmaßnahmen	75
3.1	Zielsetzung	76
3.2	Methodik	77
3.2.1	Eigenschaften qualitativer Interviews	77
3.2.2	Vorgehensweise	79
3.2.2.1	Aufbau des Interviewleitfadens	80
3.2.2.2	Durchführung der Pretests	80
3.2.2.3	Akquise der Studienteilnehmer	82
3.2.2.4	Durchführung der Interviews	84
3.2.2.5	Vorgehensweise bei der Auswertung	84
3.3	Ergebnisse	85
3.3.1	Charakteristika der Stichprobe	85
3.3.2	Umgang mit dem Medium E-Mail in der Praxis	87
3.3.2.1	Relevanz der E-Mail in der täglichen Kommunikation	87
3.3.2.2	Abruf neuer E-Mails	89
3.3.2.3	Organisation eingegangener E-Mails	91
3.3.2.4	Ordnerstrukturen	94
3.3.2.5	Nutzung spezieller Funktionen des E-Mail-Clients	96
3.3.2.6	E-Mail-Richtlinien	98
3.3.2.7	Subjektiv empfundene Belastung durch E-Mails	101
3.3.3	Ursachen und Gegenmaßnahmen von E-Mail Overload	101
3.3.3.1	E-Mails in Kopie	104
3.3.3.2	Ungeeignete Nutzungssituationen	109

3.3.3.3	<i>Nachrichteninhalt</i>	113
3.3.3.4	<i>Formale Kriterien</i>	115
3.3.3.5	<i>Darstellung und Layout</i>	117
3.3.3.6	<i>Relevanz der Informationen</i>	119
3.3.3.7	<i>Erwartete Antwortzeiten</i>	122
3.3.3.8	<i>Abrufverhalten (insbesondere Push-Funktion)</i>	123
3.3.3.9	<i>E-Mail-Signaturen</i>	124
3.3.3.10	<i>Technische Gegebenheiten</i>	126
3.3.3.11	<i>E-Mail-Anhänge</i>	128
3.3.3.12	<i>Anzahl der E-Mails</i>	130
3.3.3.13	<i>Weitergeleitete E-Mails</i>	132
3.3.3.14	<i>Lesebestätigungen</i>	133
3.3.3.15	<i>Priorisierungsfunktion</i>	135
3.3.3.16	<i>Termineinladungen</i>	136
3.3.3.17	<i>Überlesen relevanter Informationen</i>	138
3.3.3.18	<i>Ablenkung in Besprechungen</i>	138
3.4	<i>Zusammenfassung und Diskussion</i>	139
4	<i>Bewertung der Ursachen und Gegenmaßnahmen</i>	147
4.1	<i>Zielsetzung</i>	148
4.2	<i>Methodik</i>	149
4.2.1	<i>Eigenschaften quantitativer Umfragen</i>	149
4.2.2	<i>Vorgehensweise</i>	150
4.2.2.1	<i>Aufbau des Fragebogens</i>	151
4.2.2.2	<i>Durchführung der Pretests</i>	153
4.2.2.3	<i>Akquise der Studienteilnehmer</i>	155
4.2.2.4	<i>Durchführung des Fragebogens</i>	156
4.2.2.5	<i>Vorgehensweise bei der Auswertung</i>	157
4.3	<i>Datenaufbereitung</i>	161
4.3.1	<i>Faktoren zur Messung von (Informations-) Überlastung</i>	161
4.3.1.1	<i>Trierer Inventar zum chronischen Stress</i>	161
4.3.1.2	<i>Information Overload allgemein</i>	162
4.3.1.3	<i>E-Mail Overload nach Dabbish und Kraut (2006)</i>	162

4.3.1.4	<i>E-Mail Overload nach Sumecki et al. (2011)</i>	163
4.3.1.5	<i>Kombination von Konstrukten</i>	164
4.3.2	Ermittlung relevanter Faktoren bzgl. Ursachen von E-Mail Overload	164
4.4	Ergebnisse	168
4.4.1	Charakteristika der Stichprobe.....	168
4.4.2	E-Mail Overload als Teil der gesamten Arbeitsüberlastung.....	180
4.4.3	Zusammenhang der potenziellen Ursachen mit E-Mail Overload	181
4.4.3.1	<i>Korrelationsanalyse (außer Push-Funktion)</i>	182
4.4.3.2	<i>Kreuztabellen und Varianzanalyse (nur Push-Funktion) ..</i>	186
4.4.3.3	<i>Subjektive Beurteilung der potenziellen Ursachen</i>	188
4.4.3.4	<i>Regressionsanalyse</i>	189
4.4.4	Bewertung möglicher Gegenmaßnahmen	193
4.5	Zusammenfassung und Diskussion	196
5	Implementierung eines Gegenmaßnahmenkonzepts	199
5.1	Zielsetzung.....	200
5.2	Methodik	200
5.2.1	Eigenschaften des Design Science-Ansatzes	201
5.2.2	Eigenschaften von Fallstudien/Case Studies	203
5.2.3	Vorgehensweise	208
5.3	Ergebnisse	210
5.3.1	Beschreibung des Szenarios	210
5.3.2	Analyse der Ausgangssituation und Identifikation von Problemen	212
5.3.3	Entwicklung, Einsatz und Evaluierung von Gegenmaßnahmen	217
5.4	Zusammenfassung und Diskussion	223
6	Zusammenfassung und Ausblick	229
6.1	Zusammenfassung der Ergebnisse	230
6.2	Limitierungen	233
6.3	Implikationen und Ausblick	236
	Literaturverzeichnis	XXIII
	Anhang	LVII