

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
1.1	Problemaufriss	2
1.2	Büroarbeit als Forschungsfeld für die Medien- und Kommunikationswissenschaft	5
1.3	Stellenwert des Themas innerhalb der Medien- und Kommunikationswissenschaft	12
1.4	Forschungsstand	13
1.5	Forschungsansatz Mediatisierung	16
1.6	Theoretische und empirische Zugänge	20
1.7	Aufbau der Arbeit	21
2	Begriffskonzeption	23
2.1	Medienverständnis dieser Arbeit	23
2.2	Medienwandel	27
2.3	Digitale Medien	29
2.4	Medien und Arbeit/Arbeit mit Medien	31
3	Theoretische Ansätze zur Digitalisierung	35
3.1	Digitale Transformation	37
3.2	Digitalisierung der Arbeitswelt	40
3.3	Grenzen der Digitalisierung von Arbeit	43
3.4	Digitalisierung und sinkendes Arbeitsproduktivitätswachstum	47
3.4.1	Makroanalyse	47
3.4.2	Meso-/Mikroanalyse	52

3.5	Digitalisierung von KMU	60
3.6	Wirtschaftspolitische Digitalisierungssemantiken	70
4	Theoretische Ansätze zur Mediatisierung	77
4.1	Forschungslinien der Mediatisierung	81
4.2	Konvergenzfigur: Kommunikative Figurationen mediatisierter Welten	85
4.3	Konzept-Adaption: Kommunikative Figurationen mediatisierter Büroarbeitswelten	92
4.4	Mediatisierung von Büroarbeit	94
4.4.1	Arbeitsmethodische Charakteristiken	96
4.4.2	Ökonomische Charakteristiken	100
4.4.3	Soziokulturelle Charakteristiken	104
5	Forschungsdesign und Forschungsmethoden	109
5.1	Mixed-Methods-Ansatz	110
5.2	Forschungsmethoden	114
5.2.1	Leitfadengestützte ExpertInneninterviews	115
5.2.1.1	Interviewvorbereitung	116
5.2.1.2	Interviewdurchführung	123
5.2.1.3	Interviewauswertung	125
5.2.2	Online-Befragung	127
5.2.2.1	Fragebogengestaltung	128
5.2.2.2	Stichprobe der Online-Befragung	130
5.2.2.3	Statistische Auswertung	133
6	Unternehmerische Gestaltungsdimensionen mediatisierter Büroarbeit	137
6.1	Unternehmenskulturen und betriebliche Handlungsrahmen	138
6.1.1	IT-bezogene Unternehmenskulturen	147
6.1.2	Arbeitszeit- und Arbeitsortmodelle	157
6.1.2.1	Präsenzarbeit	159
6.1.2.2	Mobiles Arbeiten	164
6.2	Mediengestaltung und Arbeitswandel	175
6.2.1	Mediale Arbeitsplatzgestaltung	175
6.2.2	Mediale Arbeitserfahrungen und Arbeits- und Kommunikationsveränderungen	182

6.3	Betriebliche Transformationsprozesse und -kontexte	202
6.3.1	Transformationsgestaltung	202
6.3.2	Gestaltungskontexte und -anliegen	224
6.4	Personal- und Unternehmensentwicklung	234
6.4.1	Digitale Kompetenzentwicklung	234
6.4.2	Büroarbeits- und Unternehmensaussichten	244
7	Zur Gestaltung mediatisierter Büroarbeit: Kernergebnisse und Handlungsempfehlungen	257
7.1	Beantwortung der Forschungsfragen	257
7.2	Handlungsempfehlungen für KMU	265
7.3	Schlussfolgerungen für die Medien- und Kommunikationswissenschaft	269
Literatur	275