

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 -kontakte | 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 | |