

Nostalgie überkomme ihn nicht, nie. Winfried Holz glaubt an die Zukunft. Und in der gibt es keine E-Mails. Holz ist Deutschlandchef von Atos, einer IT-Firma, die nicht weniger als eine Revolution anführt. Atos ist dabei, die interne E-Mail abzuschaffen – und hat damit ein Problem angepackt, das alle kennen. Es geht um den Mailverkehr im Job, der von Sinn längst in Wahnsinn umgeschlagen ist.

Umgerechnet einen Arbeitstag pro Woche verbringt der büro-tätige Deutsche allein damit, sein Postfach zu kontrollieren und zu bearbeiten. Nur 14 Prozent der Elektropost wird aus Sicht der Empfänger als „wirklich wichtig“ empfunden. Über Smartphones verfolgt uns die E-Mail in den Feierabend und den Urlaub.

Viele Firmen suchen nach einem Weg, die Datenmengen zu reduzieren. VW und BMW haben Betriebsvereinbarungen darüber abgeschlossen, dass Mitarbeitern nach Arbeitsende und am Wochenende keine E-Mails mehr geschickt werden. Telekom und Eon haben entsprechende Empfehlungen formuliert.

Atos ist einen Schritt weiter. „Zero E-Mail“ heißt hier der Plan. Seitdem der in der Welt ist, muss Holz oft erklären, wie sie das machen und weshalb. Sein Standort Deutschland befindet sich auf der finalen Etappe, am 1. April sollen Mails endgültig verschwunden sein. „Wir haben unsere Mitarbeiter überzeugt, dass es so besser klappt“, sagt Holz mit Pionierstolz in der Stimme. Empfangen, lesen, antworten und löschen, diesem Hamsterrad ist das Unternehmen entstieg. Ab sofort wird über ein neues Programm namens Bluekiwi kommuniziert – den Hersteller hat



Atos-Mitarbeiter haben Broschüren erhalten, wie die Kommunikation ganz ohne Mails laufen soll

BETREFF: KLAPPE HALTEN

Der digitale Briefverkehr in Unternehmen hat irre Ausmaße erreicht, viele Konzerne suchen nach Auswegen. Eine große IT-Firma verbietet nun gar interne Mails. Aber wie kann das gehen?

Atos gleich aufgekauft. Der Weg dahin war steinig, immerhin ist Atos ein großer Dienstleister, vertreten in 52 Ländern, 77 000 Angestellte weltweit, davon 10 000 in Deutschland. Alle sollten sie befreit werden von der E-Mail.

„Umweltverschmutzung des Informationszeitalters“ – so wettete der mächtige Pariser Atos-Boss Thierry Breton gegen die Mail. 2011 kündigte er an, sie abzuschaffen, binnen drei Jahren. Holz ahnte in München, dass sein Vorgesetzter es ernst meint. Die Ankündigung bedeutete eine Zäsur, zumal im Kosmos einer Kommunikationsfirma. Sie versprach eine große Lösung für ein riesiges Problem. Denn Atos



Der Knigge fürs Handy

Der Vorstandsvorsitzende der Deutschen Knigge-Gesellschaft nennt Regeln für das richtige Benehmen in der digitalen Welt. Dazu ein Interview mit einem Soziologen über den Wandel unserer Gesellschaft. Alles unter: stern.de/handyknigge

hatte seinen Mailverkehr seziert und mit Schrecken festgestellt: 200 Nachrichten gingen im Durchschnitt pro Tag bei einem Mitarbeiter ein. Bis zu drei Stunden brauchten die Mitarbeiter pro Tag, um der Datenflut Herr zu werden.

Die E-Mail, jahrelang eine unantastbare Normalität, war zum Problem geworden. Für das Unternehmen, das nach Effizienz strebte, und für die Mitarbeiter, die Zeit, Aufmerksamkeit und Nerven auf ein Postfach verwendeten, das oft in Banalitäten erstickte, in cc, FW und dem Betreff: Zur Kenntnisnahme.

Atos suchte Ersatz, ließ 47 Anbieter prüfen und schließlich elf testen. Parallel dazu fanden Seminare statt, die auf ein neues Kommunikationsverhalten abzielten. Langsam sollte die Belegschaft von der E-Mail entwöhnt werden. Die Umsetzung lief in Deutschland im Herbst 2013 an, nicht ohne Widerstände. Mitarbeiter verteidigten ihre Routinen, bei einigen keimte die Angst, das neue System mache noch mehr Aufwand. Mit dem Betriebsrat verhandelten Holz' Manager ein halbes Jahr über Datenschutz und Befindlichkeiten.

Das neue System Bluekiwi, ein eigenes Produkt des Unternehmens, erinnert an Onlinenetze. Es gibt Communities, man erstellt ein Profil, wird Mitglied in Gruppen und informiert, wenn es einen neuen Eintrag gibt. Winfried Holz nennt das Holpflicht: „Man wird nicht zugeschüttet, sondern holt sich relevante Informationen ganz gezielt ab.“ Die Resonanz, sagt Holz, bestätigte Atos: Die E-Mail ist zum Exzess geworden, ihr muss ein Ende bereitet werden. ✘

Moritz Herrmann