



EDITORIAL

Arbeit und Kommunikation

Dr. Robert Nehring

Man kann nicht nicht kommunizieren. Das wusste schon der Philosoph Paul Watzlawick. Dennoch wäre es manchmal ganz schön, nicht durch Kommunikation in Form von Calls, Mails, Messages, Chats, Posts, Tweets, Feeds und zur Unzeit vorbeischaubenden Kollegen bei der Arbeit unterbrochen zu werden. Wer dann längere Zeit einmal nicht gestört wird, unterbricht sich mitunter schon selbst und schaut zum Beispiel mal im Web vorbei, was es so Neues gibt (seit der letzten halben Stunde). Aufmerksamkeit wird zum seltenen Zustand, Konzentrationsdefizite zur Regel. Aber man muss akzeptieren, was man nicht ändern kann. So ist es eben heute. Die Technik macht's möglich. Im Büro soll bereits die Hälfte der Arbeitszeit auf Kommunikation und eben nur noch die Hälfte auf (konzentrierte Einzel-)Arbeit fallen.

Die Entwicklung des Mediums E-Mail ist beispielhaft. Laut High-tech-Verband Bitkom werden heute, 30 Jahre nach dem ersten elektronischen Brief in Deutschland, mehr E-Mails als je zuvor versendet. Und selbst wenn WhatsApp, Facebook, Twitter & Co. diesem Medium im Privaten bereits wieder Anteile abnehmen, wächst ihre Anzahl im Beruflichen immer weiter. Pro Tag gehen hierzulande bei jeder dienstlichen E-Mail-Adresse im Durchschnitt 18 E-Mails ein. Jeder zehnte Berufstätige erhält täglich 40 oder mehr Nachrichten. Vor drei Jahren wurden laut Bitkom durchschnittlich nur elf dienstliche E-Mails pro Tag empfangen. Mehr als 40 E-Mails täglich erhielten damals gerade einmal sechs Prozent der Berufstätigen.

Über die Kommunikation im Büro ließe sich vieles sagen. Einiges davon finden Sie in unserem Schwerpunkt zu diesem Thema. Sie erfahren unter anderem, wie Sie richtig kommunizieren (etwa Seite 7), welche Möbel sich dafür besonders eignen (Seiten 18–20), wie Sie Ihre E-Mail-Kommunikation sicher archivieren (Seite 40) und wie das genau war am 3. August 1984, als in Deutschland die erste E-Mail einging.

Ein Highlight dieser Ausgabe ist die Auswertung des diesjährigen Office-Professionals-Tests, des großen Bürodrehstuhltests, den un-

sere Redaktion jedes Jahr organisiert. In den ersten beiden Juliwochen kamen wieder zahlreiche gestandene Büroarbeiter zu uns, um aktuelle Stühle renommierter Hersteller zu testen. Die Ergebnisse des Tests finden Sie ab Seite 22.

Ein paar Resultate vorab: Auch in diesem Jahr wussten nur wenige der Tester (30 Prozent), wie Modell und Hersteller des Bürostuhls heißen, auf dem sie die meiste Zeit ihres Arbeitstages verbringen. 61 Prozent kannten generell keine einzige Bürostuhlmarke. Und die Zufriedenheit mit dem derzeitigen Bürostuhl bewerteten die Tester im Schnitt mit der Schulnote 2,9 – befriedigend. Für die Bürostuhlbranche bleibt also noch einiges zu tun, insbesondere mit Blick auf die Zufriedenheit der Nutzer steckt aber auch einiges Potenzial in diesem Bereich.

Die Tester wurden diesmal auch gefragt, wie sehr sie sich beim Sitzen bewegen. Schließlich kann man seinen Stuhl wie einen Gipsverband nutzen und nur noch Augen und Finger bewegen. Oder man wechselt auf ihm, am besten unterstützt von bewegungsfördernden Stuhlmodellen, oft die Haltung, lehnt sich nach hinten, zur Seite etc. Die Tester bewerteten ihren Bewegungsgrad im Schnitt mit der Note 3,6, was von weitgehender Bewegungsarmut zeugt. Dieses Bild boten auch die Antworten auf die Frage nach dem persönlichen Bewegungsmix während der Arbeitszeit. Im Durchschnitt ergab sich hier ein Verhältnis von 76 – 15 – 9 Prozent, die die Tester im Sitzen, im Stehen und im Gehen verbringen. Experten plädieren aber für einen Mix von 60 – 30 – 10. Bewegung im Büro und speziell ein bewegtes Sitzen bleiben demnach ebenfalls große Herausforderungen. Wer sich mehr für diese Problematik interessiert, findet zum Beispiel auf den Webseiten der von Das Büro mitinitiierten Aktion „Bewegung im Büro“ nähere Informationen (www.büro-bewegung.de).

> RN@OfficeABC.DE

Kommunikation und Organisation – Tipps und Tricks

Ab Seite 7



Bürostühle – Der große Test

Seiten 22–29

BÜROKULTUR

- 03 Editorial
- 06 News
- 07 Goldene Gesprächsregeln
7 Tipps für bessere Besprechungen
- 08 Das Fund-Büro
- 09 Duden direkt
Adjektive
- 10 Verarbeiten statt sichten!
E-Mail-Flut und Datenchaos beherrschen
- 12 Tradition Goes Green Future
Nachhaltige Meetings in Regensburg
- 14 Eine Seefahrt, die ist lustig
Tagen auf zertifizierten Konferenzschiffen
- 15 Olé, super Co. KG
Firmenevents in Fußballstadien
- 34 Prima Office
Die Redaktion von Das Büro empfiehlt
- 63 Top-Adressen
für die Büroausstattung
- 66 Das letzte Wort hat:
Ulrich Texter

BÜORÄUME

- 16 News
- 18 Interaktionstalente
Möbel für Besprechung und Lounge
- 20 Verbindende Landschaften
Neues im Living Office von Herman Miller
- 21 Was steckt hinter Monico?
Original Steifensand schärft sein Markenprofil
- 22 Office-Professionals-Test 2014
Die Ergebnisse des diesjährigen Bürostuhltests
- 30 Akustik zum Anhören
Die Auralisation von Büroräumen
- 32 Neue Arbeitswelt der ENERVIE
Eine Kultur des Handelns und der Kommunikation
- 36 Möbel-Materialien
Linoleum



Das Büro ist auch als Digitalausgabe erhältlich. Einzeln und im Abonnement. Unter www.OnlineKiosk.de.



Unser Titel

Aktenvernichter sind nach wie vor kaum aus dem Büro wegzudenken. Aber welches Modell passt zu den individuellen Anforderungen? Der Hersteller HSM hilft bei der Auswahl.

Seite 58.



Neue Technik – Moderne Office-IT

Ab Seite 38

Marktübersicht Schredder

Seiten 56–57

| 05



B Ü R O T E C H N I K

- 38 News
- 39 Immer up to date
DMS EXPO 2014 im Zeichen aktueller Trends
- 40 Post für die Ewigkeit
Die sichere Archivierung von E-Mails
- 42 Ein heißes Duo
Zwei neue Farblasermodelle von Samsung
- 44 Heiter bis wolkig
Die Unternehmenssoftware Scopevisio im Test
- 46 Telefone für die Cloud
Marktübersicht VoIP-Telefonie
- 48 Wer hat's erfunden?
Die E-Mail
- 49 Größe ist Trumpf
Business-Monitore mit hoher Auflösung
- 50 Die Gefahr in der Hosentasche
Smartphones sind unterschätztes Angriffsziel
- 51 Trust in German Sicherheit
Effektiv geschützt mit den Netzwerklösungen von G DATA
- 52 Das sichere Büro
IP-Kameras und NAS-Systeme clever kombiniert

B Ü R O B E D A R F

- 53 News
- 54 Ordnung mit Transparenz
Die MAPPEI-Methode gratis testen
- 54 Haltbare Helfer
Bedruckte Magnete und Magnetfolien
- 55 ELBA for Business
Innovatives Sortiment für mobiles Arbeiten
- 55 Komplexes auf einen Blick
Das WEIGANG-Portfolio zur Visualisierung
- 56 Marktübersicht Aktenvernichter
Aktuelle Abteilungsgeräte im Überblick
- 58 Datenschutz leicht gemacht
HSM hilft bei der Wahl des Schredders
- 59 Datenschutz mit Stil
Neue Generation von Schreibtisch-Aktenvernichtern
- 60 Der To-Go-Vernichter
AutoMax 300C von Fellowes im Redaktionstest
- 62 Klein, kombiniert, kabellos
Etwas andere Schredder

I M P R E S S U M

Das Büro, Ausgabe 04/14, www.OfficeABC.DE, www.Das-Buero-Magazin.de VERLAG: Verlag Frank Nehring GmbH, Zimmerstraße 56, 10117 Berlin, Tel. +49 30 479071-0, Fax +49 30 479071-20, www.NehringVerlag.DE
HERAUSGEBER/GESCHÄFTSFÜHRER: Frank Nehring, Tel. +49 30 479071-11, FN@NehringVerlag.DE (Alleiniger Inhaber und Gesellschafter, Wohnort Berlin) **FACHBEIRAT:** Dr. Lars Adolph (Leiter der Gruppe 2.3 Human Factors, Ergonomie bei der Bundesanstalt für Arbeitsschutz und Arbeitsmedizin (BAuA)), Bruno Zwingmann (Geschäftsführer der Bundesarbeitsgemeinschaft für Sicherheit und Gesundheit bei der Arbeit (Basi) e. V.), Prof. Dr. Dieter Lorenz (Technische Hochschule Mittelhessen, Lehrstuhl für Arbeitswissenschaft), Willi Schneider (Vorsitzender Deutsches Büromöbel Forum), Prof. Dr.-Ing. Wilhelm Bauer, Direktor am Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation IAO und stellvertretender Leiter des Instituts für Arbeitswirtschaft und Technologiemanagement IAT der Universität Stuttgart **CHEFREDAKTEUR/VERLAGSLEITER:** Dr. Robert Nehring, Tel. +49 30 479071-18, RN@OfficeABC.DE **REDAKTION:** Anke Templiner, Tel. +49 30 479071-26, AT@OfficeABC.DE, Dr. Sebastian Klöß, Tel. +49 30 479071-13, SK@OfficeABC.DE, Christoph Schneider, Tel. +49 30 479071-19, CS@OfficeABC.DE **ABO- UND ANZEIGENVERWALTUNG; VERTRIEB:** Tobias Meier, Tel. +49 30 479071-28, TM@NehringVerlag.DE **GESTALTUNG:** Tino Nitschke/Grafikdesign Berlin, www.tn-grafikdesign.de
TITELMOTIV: HSM **ERSCHEINUNGSWEISE, EINZELVERKAUFS- UND ABONNEMENTPREIS:** Das Büro erscheint sechsmal jährlich zzgl. Sonderausgaben. Der Einzelverkaufspreis (Print) beträgt 7,50 €. Der Abonnementpreis (Print) beträgt 39 € inklusive Versandkostenanteil. Darin enthalten ist der kostenlose Bezug von Sonderheften und anderen zusätzlichen Veröffentlichungen. **GESAMTHERSTELLUNG:** möller Druck und Verlag GmbH, ISSN 1867-8181. Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck oder Kopien nur mit vorheriger schriftlicher Genehmigung des Verlages. Namentlich gekennzeichnete Beiträge entsprechen nicht in jedem Fall der Meinung der Redaktion. Für unverlangt eingesandte Manuskripte bzw. Datenträger übernehmen wir keine Garantie. **REDAKTIONSSCHLUSS: 28.07.2014**



Das Büro ist Organ
der Initiative Office-
Excellence.



Der Verlag Frank Nehring
ist Medienpartner von
Deutsches Netzwerk
Büro e. V.



Das Büro ist Medienpartner
des Verbandes Büro-, Sitz-
und Objektmöbel e. V.



Das Büro ist Medienpartner des
Bundesdeutschen Arbeitskreises
für Umweltbewusstes Management
e. V. (B.A.U.M. e. V.)



Das Büro ist Medienpartner
der EU-OSHA-Kampagne
„Gesunde Arbeitsplätze –
den Stress managen“.