

PERSPEKTIVE UNIFIED COMMUNICATIONS

WIE WEIT SIND DEUTSCHE UNTERNEHMEN?

AUFTRAGGEBER: DAMOVO, AASTRA, CISCO

Mai 2009

HAUPTAUSSAGEN

Unified Communications (UC) entwickelt sich immer mehr zu einem Thema mit praktischer Relevanz für Unternehmen. Etwa jedes zweite deutsche Unternehmen hat bereits UC-Projekte umgesetzt, befindet sich in der Umsetzung oder plant dies in den kommenden zwei Jahren. Ein weiteres Viertel der Unternehmen beschäftigt sich intensiv mit UC. Die durch UC vorangetriebene technologische Konvergenz von IT und TK spiegelt sich auch in der Organisationsstruktur der Unternehmen wider: Drei Viertel der Befragten haben eine integrierte ITK-Abteilung.

Die treibenden Kräfte für die Einführung von UC sind vor allem IT- und ITK-Abteilungen, aber Entscheidungen über die Umsetzung werden fast immer auf Managementebene getroffen. UC wird vor allem eingeführt, um die Kundenkommunikation zu verbessern, Mitarbeiter besser zu vernetzen und Geschäftsprozesse zu beschleunigen. Kosteneinsparungen erwarten etwa die Hälfte der Befragten. Allerdings liegt aus Sicht der Anwenderunternehmen eine Herausforderung bei UC-Projekten in den derzeit knappen ITK-Budgets und dem notwendigen Wandel der Kommunikationskultur.

Immer mehr Unternehmen setzen heute IP-basierte Kommunikationsinfrastrukturen als Basis für UC um und nutzen Collaboration- und Conferencing-Anwendungen. Deutlichen Nachholbedarf gibt es jedoch bei der Integration von UC-Funktionalitäten in IT-Anwendungen. Hier lassen viele deutsche Unternehmen wichtige Potenziale von UC noch unausgeschöpft.

UC im SaaS-Modell wird bisher in Deutschland kaum genutzt, obwohl etwa jedes fünfte Unternehmen die Nutzung im Bereich Kommunikationsinfrastruktur und -anwendungen für sinnvoll hält. Managed Services sind im Infrastruktur- und im Anwendungsbereich dagegen weiter verbreitet. Vor dem Hintergrund knapper Budgets dürften solche Servicemodelle in den kommenden Jahren an Bedeutung gewinnen.

INHALT

Die vorliegende Studie liefert aktuelle Daten und Analysen zum Status quo von UC in deutschen Unternehmen. Sie betrachtet dabei nicht nur die technischen, sondern auch die organisatorischen, wirtschaftlichen und kulturellen Aspekte von Unified Communications. Für die Studie wurden über 100 ITK-Verantwortliche in größeren deutschen Unternehmen in einer repräsentativen Erhebung befragt. Qualitative Expertengespräche und Erfahrungsberichte aus der Praxis ergänzen die quantitative Analyse.

INHALTSVERZEICHNIS

1	Einführung.....	2
1.1	Methodik der quantitativen Befragung	3
1.2	Kennzeichnung der Stichprobe	4
2	Integration und Stellenwert von IT und TK.....	7
2.1	Organisatorische Integration	7
2.2	Bedeutung und Stellenwert	9
3	UC in deutschen Unternehmen	11
3.1	Status quo von UC	11
3.2	Treiber und Entscheider	13
3.3	Ausgangspunkte von UC.....	15
4	Mehrwert und Herausforderungen von UC	17
4.1	Chancen und Potenziale	17
4.2	Herausforderungen und Hemmnisse.....	21
5	Status quo Infrastruktur, Anwendungen und Integration	25
5.1	Netzinfrastruktur	25
5.2	Kommunikationsanwendungen	26
5.3	UC auf mobilen Endgeräten	28
5.4	Anwendungsintegration	29
6	Managed Services und SaaS.....	31
7	Zusammenfassung und Fazit.....	34

1 Einführung

Unified Communications (UC) hat sich in den vergangenen zwei Jahren von einem vielzitierten Hype-Begriff zu einem Thema mit zunehmend praktischer Relevanz für Unternehmen entwickelt. Unified Communications beschreibt die Integration verschiedener Kommunikationskanäle und deren Einbindung in IT-Anwendungen. Ziel von UC ist es, Funktionalitäten wie z.B. Telefonie, Web- und Videoconferencing, Präsenzinformationen oder Instant Messaging zu bündeln und in IT-Anwendungen zu integrieren. Diese können dann direkt z.B. aus Office- oder CRM-Anwendungen heraus genutzt werden.

Allerdings fehlen bisher fundierte Informationen über den tatsächlichen Stand der Umsetzung von UC in deutschen Unternehmen. Zudem wird das Thema UC noch immer stark von einer technisch-funktionalen Warte betrachtet. Die Umsetzung von UC hat jedoch nicht nur Einfluss auf die in einem Unternehmen genutzten Technologien, sondern auch auf seine Organisationsstruktur und Kommunikationskultur. Diese Aspekte werden von technischen Analysen häufig vernachlässigt.

Ziel der vorliegenden Studie ist es, diese Lücken zu schließen und fundierte Daten zum Status quo von UC in deutschen Unternehmen zu liefern. Dazu wurden über 100 ITK-Verantwortliche in Deutschland befragt.

Fundierte Informationen über den Umsetzungsstand von UC fehlen bislang

Für die Studie wurden über 100 ITK-Verantwortliche befragt

Dabei werden nicht nur die technischen, sondern auch die organisatorischen, wirtschaftlichen und kulturellen Aspekte von Unified Communications betrachtet. Um die quantitativen Ergebnisse der Erhebung durch Erfahrungsberichte aus der Praxis zu ergänzen, wurden zudem Expertengespräche mit Referenzkunden der Auftraggeber und wissenschaftlichen Experten geführt.

Im Einzelnen geht die Studie folgenden Fragestellungen nach:

- Wie ist die **ITK-Verantwortung** in den Unternehmen organisiert? Welche Bedeutung haben IT und TK im Unternehmen?
- Wie ist der derzeitige **Status quo von UC-Projekten** in Bezug auf Umsetzung und Planung? Wo setzen UC-Projekte an?
- Welche **Infrastruktur und Anwendungen** sind im Rahmen von UC derzeit im Einsatz oder für die nahe Zukunft geplant?
- Wer sind die wesentlichen **Treiber und Entscheider** für die technische und finanzielle Umsetzung von UC-Projekten?
- Welche **Chancen und Herausforderungen** werden bei der Planung und Umsetzung von UC-Projekten gesehen? Welchen **Mehrwert** bringt UC aus Sicht der Unternehmen?
- Welche Relevanz hat die Auslagerung von ITK-Prozessen und -Technologien im Rahmen von **Managed Services oder SaaS**?

Zentrale Fragestellungen der Studie

1.1 Methodik der quantitativen Befragung

Grundlage der Studie ist eine repräsentative Befragung unter ITK-Verantwortlichen deutscher Unternehmen mit mehr als 200 Mitarbeitern. Die quantitative Umfrage wurde zwischen März und April 2009 im Auftrag von Berlecon Research vom Marktforschungsinstitut Psephos¹ durchgeführt. Insgesamt nahmen an der computergestützten, telefonischen Befragung (Computer Assisted Telephone Interview – CATI) 104 Personen teil, die ITK-Verantwortung tragen oder auf Managementebene tätig sind. Allen Teilnehmern wurde vollkommene Anonymität zugesichert.

CATI-Umfrage unter 104 ITK-Verantwortlichen und CIOs

Für die geschichtete Zufallsstichprobe wurden die potenziellen Teilnehmer aus einer kommerziellen Datenbank ausgewählt. Auswahlkriterien waren die Unternehmensgröße von mindestens 200 Mitarbeitern und der Firmensitz in Deutschland.

Geschichtete Zufallsstichprobe...

Im Rahmen der Auswertung werden die Unternehmen nach Größenklassen und Branchenbereichen unterschieden:

...nach Größenklasse und Branche

Größenklassen:

- Mittlere Unternehmen: 200 bis 499 Mitarbeiter
- Große Unternehmen: mehr als 500 Mitarbeiter

¹ www.psephos.de

Branchen²:

- Dienstleistungen, Handel und Verkehr
- Verarbeitendes Gewerbe

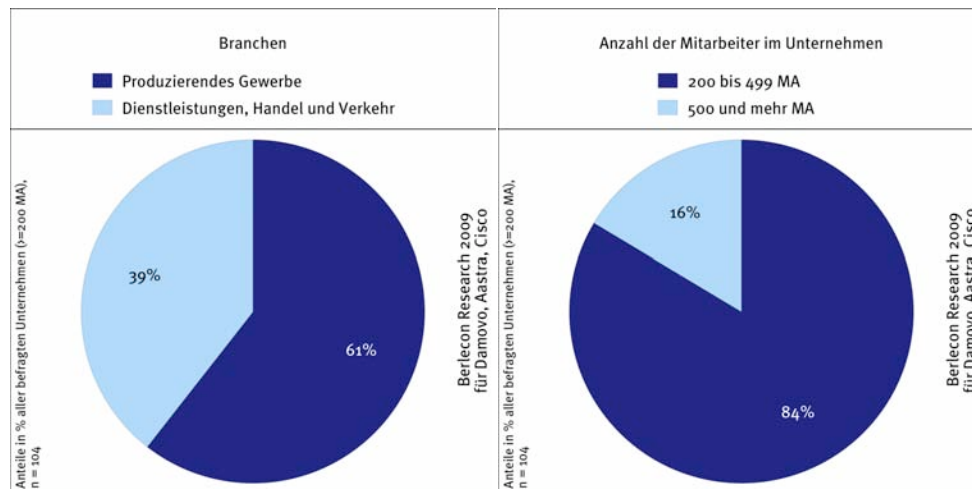


Abb. 1 Zusammensetzung der Stichprobe

Um ein repräsentatives Abbild der deutschen Unternehmenslandschaft zu erhalten und eine Verzerrung durch unterschiedliche Teilnahmebereitschaften auszuschließen, basieren alle Auswertungen dieser Studie auf einer Gewichtung der Umfrageergebnisse nach den genannten Unternehmensgrößen und Branchen.³

Gewichtung der Ergebnisse

Die Ergebnisse der Befragung sind mit einer gewissen statistischen Unsicherheit behaftet, die mehrere Prozentpunkte beträgt und die bei der Interpretation der Ergebnisse immer bedacht werden sollte. Aus diesem Grund wurde auf die Angabe von pseudogenauen Nachkommastellen verzichtet. Als Faustregel sollten Unterschiede von weniger als 8 Prozentpunkten bei Aussagen über alle Unternehmen als indikativ interpretiert werden.⁴

Statistische Unsicherheiten

1.2 Kennzeichnung der Stichprobe

Position der Befragten

Wie die folgende Abbildung 2 zeigt, wurde eine hohe Übereinstimmung zwischen der anvisierten Zielgruppe und den tatsächlich befragten Teilnehmern erreicht, so dass eine entsprechende Aussagekraft der Ergebnisse gewährleistet ist. So tragen 72 Prozent der Befragten direkte ITK-

ITK-Verantwortliche und Management

² Die Branchengruppen sind auf Grundlage des NACE-Klassifikationssystems definiert. Produzierendes Gewerbe: NACE 10-45 (etwa Lebensmittel, Textilien, Chemische Erzeugnisse, Maschinenbau); Handel / Verkehr / Nachrichtenübermittlung: NACE 50-52/60-64 (etwa Automobile, Reisen, Logistik, Telekommunikation); Dienstleistung: NACE 55/65-67/70-74 (etwa Hotellerie, Finanzdienstleister, Unternehmensberatung).

³ Der Gewichtungsfaktor ergibt sich aus dem Quotient der Anzahl der in der Stichprobe erfassten Unternehmen (einer bestimmten Unternehmensgruppe) und ihrer Anzahl in der Grundgesamtheit.

⁴ Aufgrund von Rundungen können einzelne Prozentzahlen beim Vergleich zwischen Tabellen und Grafiken geringfügig abweichen.

Verantwortung im Unternehmen oder sind als Vorstand, Direktor oder CIO auf Managementebene tätig.

Trotz der Repräsentativität der Stichprobe ist ein gewisser „Self-Selection Bias“ bei Umfragen dieser Art nicht ganz auszuschließen. Denn generell ist die Bereitschaft an Befragungen teilzunehmen höher, wenn das Thema für die Befragten auch eine entsprechende Relevanz hat. Dies sollte bei der Interpretation der Ergebnisse stets berücksichtigt werden.

Self-Selection Bias

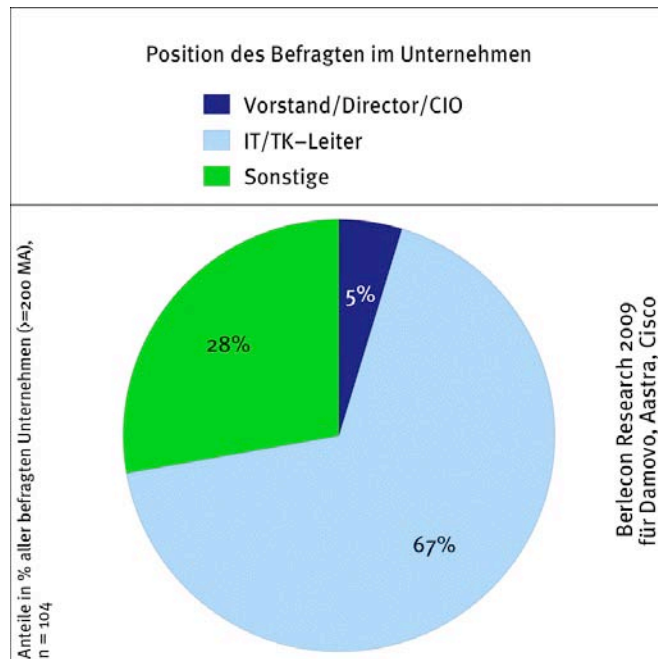


Abb. 2 Position des Befragten im Unternehmen

Anzahl der Standorte und Internationalität

Unified Communications vereinfacht unter anderem die standortübergreifende Kommunikation und Zusammenarbeit und dürfte damit vor allem für Unternehmen mit mehreren – und auch internationalen – Standorten relevant sein.

Mehrheit der Unternehmen hat mehrere Standorte

Wie Abbildung 3 zeigt, verfügt die Mehrheit (67%) der deutschen Unternehmen über mehr als einen Standort. Ferner ist mehr als die Hälfte (58%) der Unternehmen im Ausland präsent (siehe Abb. 4).

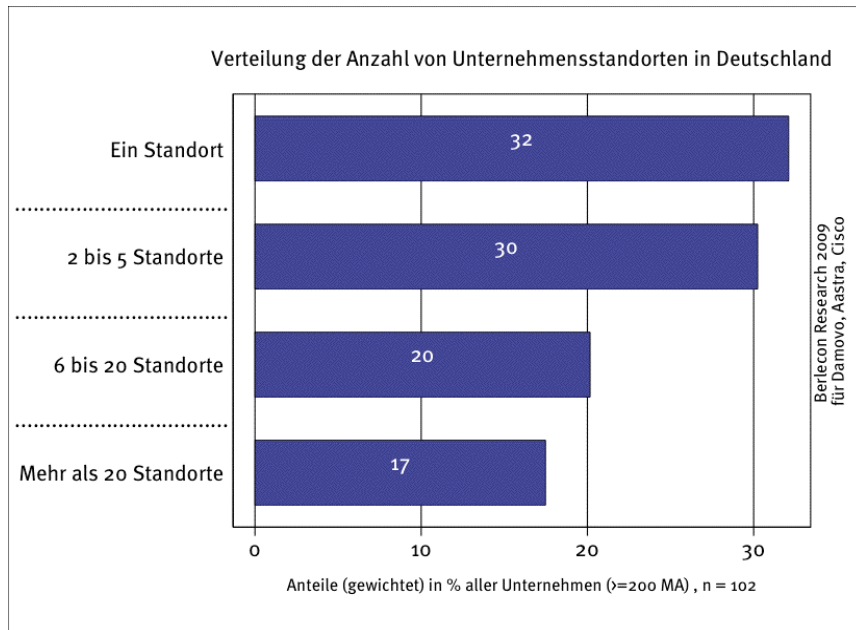


Abb. 3 Anzahl der Unternehmensstandorte

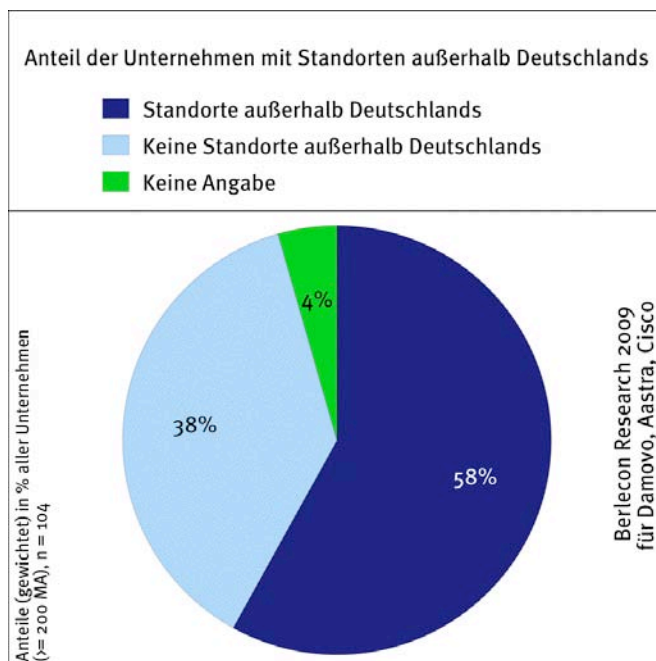


Abb. 4 Anzahl der Standorte außerhalb Deutschlands

Mitarbeiter im Home Office

Zudem bietet die Mehrheit der Unternehmen mit mehr als 200 Beschäftigten (76%) ihren Mitarbeitern die Möglichkeit, ganz oder teilweise von zuhause aus zu arbeiten (siehe Abb. 5). Allerdings ist der Anteil der Home-Office-Arbeitsplätze mit unter 10% in den meisten Unternehmen recht gering.

Mehrheit der Unternehmen bietet Home-Office-Arbeitsplätze

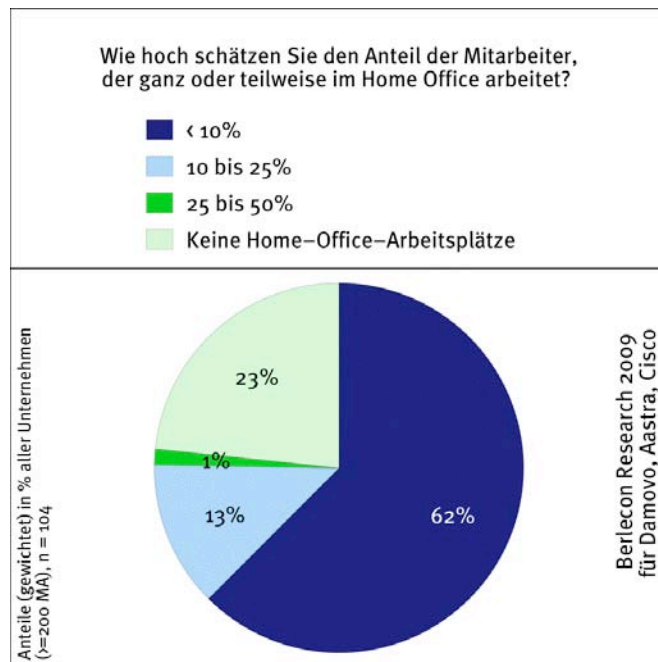


Abb. 5 Anzahl der Mitarbeiter im Home Office

2 Integration und Stellenwert von IT und TK

Unified Communications ist ein Integrationskonzept mit dem expliziten Ziel, IT- und TK-Infrastrukturen und -Anwendungen miteinander zu integrieren. Das erfordert, dass IT- und TK-Verantwortliche sehr viel enger als in der Vergangenheit zusammen arbeiten. Im folgenden Abschnitt 2.1 wird untersucht, inwieweit deutsche Unternehmen diese organisatorische Anordnung erfüllen und eine gemeinsame ITK-Abteilung umgesetzt haben.

Neben der ganzheitlichen Betrachtung von IT und TK erfordert die erfolgreiche Umsetzung von UC aber auch das Verständnis für die strategische Bedeutung der ITK. Vor diesem Hintergrund analysiert Abschnitt 2.2, welchen Stellenwert IT und TK heute in deutschen Unternehmen haben.

2.1 Organisatorische Integration

Tatsächlich spiegelt sich die technologische Konvergenz von IT und TK in vielen Unternehmen bereits in der Organisationsstruktur wider. Drei Viertel der deutschen Unternehmen haben IT- und TK-Verantwortung in ihrem Unternehmen bereits organisatorisch in einer Abteilung zusammengeführt. Weitere 9% planen dies innerhalb der nächsten zwei Jahre (siehe Abb. 6).

Die Mehrzahl deutscher Unternehmen verfügt über eine integrierte ITK-Abteilung

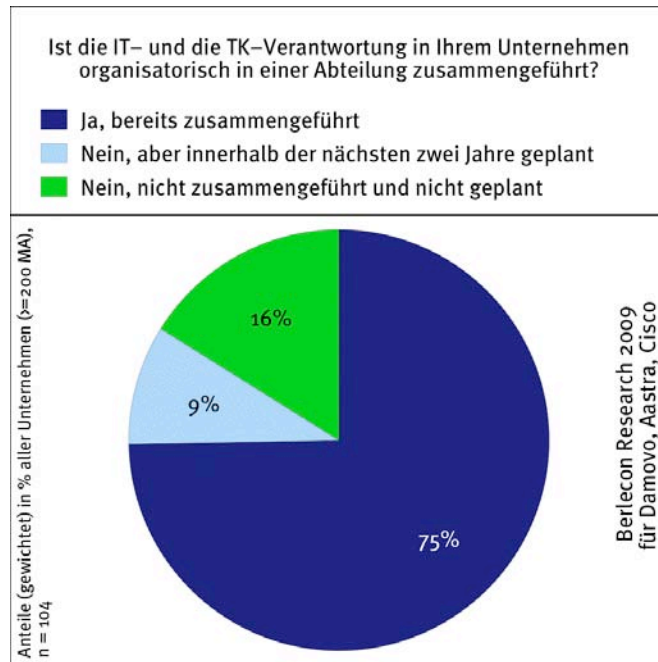


Abb. 6 Organisatorische Verankerung der ITK in deutschen Unternehmen

Dabei lassen sich keine signifikanten Unterschiede zwischen mittelgroßen und großen Unternehmen feststellen, wie die Ergebnisse in Tabelle 1 zeigen.

Kein Unterschied zwischen Unternehmensgrößen...

Tab 1 ITK-Integration nach Unternehmensgrößen

	Mittelgroß	Groß	gesamt
Ja, bereits zusammengeführt	77%	71%	75%
Nein, aber innerhalb der nächsten zwei Jahre geplant	8%	12%	9%
Nein, nicht zusammengeführt und nicht geplant	15%	18%	16%
gesamt ⁵	100%	100%	100%

Erläuterung zu den Größenklassen siehe Kapitel 1.

Berlecon Research 2009

Dagegen zeigen sich Unterschiede im Hinblick auf die Anzahl der Standorte: Unternehmen mit mehr als einem Standort verfügen tendenziell eher über eine gemeinsame ITK-Abteilung als solche, die nur einen Standort haben (siehe Tab. 2).

...aber hinsichtlich der Anzahl an Standorten

Tab 2 ITK-Integration nach Anzahl der Standorte

	Ein Standort	Mehr als ein Standort	gesamt
Ja, bereits zusammengeführt	63%	81%	75%
Nein, aber innerhalb der nächsten zwei Jahre geplant	14%	6%	9%
Nein, nicht zusammengeführt und nicht geplant	23%	13%	16%
Gesamt	100%	100%	100%

Berlecon Research 2009

⁵ Aufgrund von Rundungen können einzelne Prozentzahlen geringfügig abweichen.

Wie Erfahrungsberichte der von uns befragten Experten zeigen, erfordert und treibt die Umsetzung von UC-Projekten das organisatorische Zusammenwachsen von IT- und TK-Abteilungen.

„Die TK ist organisatorisch jetzt noch als Infrastrukturleistung auf den Telefoniebereich reduziert. Aber es gibt schon heute einige Schnittstellen zwischen IT und TK, beispielsweise im Kundenservice, wo IT-Anwendungen und TK-Infrastruktur flächendeckend integriert sind. Wir gehen davon aus, dass sich solche Integrationsszenarien in Zukunft massiv ausweiten und als Standard etablieren werden. Am Arbeitsplatz wachsen die IT- und TK-Dienste zusammen.“

Jens Gastrop, Abteilungsleiter Fachbereichsbetreuung Zentrale Dienste, Union IT-Services GmbH

Praxiserfahrung: UC treibt Integration von IT und TK

Die Bedeutung dieser organisatorischen Konvergenz für den Erfolg von UC-Projekten wurde in allen Expertengesprächen betont. Unternehmensbereiche müssen Hand in Hand arbeiten, um gemeinsame Strategien zu entwickeln und Problemstellungen effizient zu lösen. Herausforderungen bestehen allerdings darin, diesen komplexer werdenden technologischen Bereich mit entsprechendem Know-how abzudecken, Verantwortungsbereiche abzustecken und Entscheidungskompetenzen festzulegen.

Herausforderung: Koordination von Wissen, Kompetenz und Verantwortung

2.2 Bedeutung und Stellenwert

Um mehr über Bedeutung und Stellenwert der IT und TK in deutschen Unternehmen herauszufinden, wurden die ITK-Verantwortlichen im Rahmen der quantitativen Erhebung gefragt, welche Sicht in ihrem Unternehmen jeweils mit Blick auf die IT bzw. die TK vorherrscht. Dabei wurde unterschieden zwischen:

- Operativer Sicht: IT bzw. TK sollen vor allem kostengünstig und reibungslos laufen.
- Business-Sicht: IT bzw. TK sollen aktiv die Geschäftsbereiche und deren Prozesse unterstützen.
- Strategischer Sicht: IT bzw. TK haben einen hohen strategischen Stellenwert, d.h. sie liefern einen wesentlichen Beitrag zur Erreichung strategischer Ziele des Unternehmens.

Operativer bis strategischer Stellenwert

Die Befragten konnten ihre Einschätzung jeweils anhand einer fünfstufigen Skala von „stimme voll und ganz zu“ bis hin zu „stimme überhaupt nicht zu“ abgeben.

Die Ergebnisse in Abbildung 7 zeigen, dass in vielen Unternehmen TK und IT immer noch einen unterschiedlichen Stellenwert haben – trotz der technologischen und organisatorischen Konvergenz. An beide Bereiche besteht zunächst natürlich der Anspruch, wirtschaftlich und reibungslos zu funktionieren – das erwarten 80 - 90% der Befragten von ihrer IT und der TK.

Sichtweise auf IT und TK unterscheiden sich noch:

Eine aktive Unterstützung der Fachbereiche und ihrer Prozesse wird in 73% der Unternehmen von der IT erwartet, aber nur in 61% von der TK. Mit Blick auf die TK herrscht also die operative Sicht in vielen Unternehmen noch vor, in vergleichsweise weniger Unternehmen wird der Mehrwert der TK primär in der Unterstützung und Optimierung von Geschäftsprozessen gesehen.

IT wird stärker aus Businesssicht wahrgenommen...

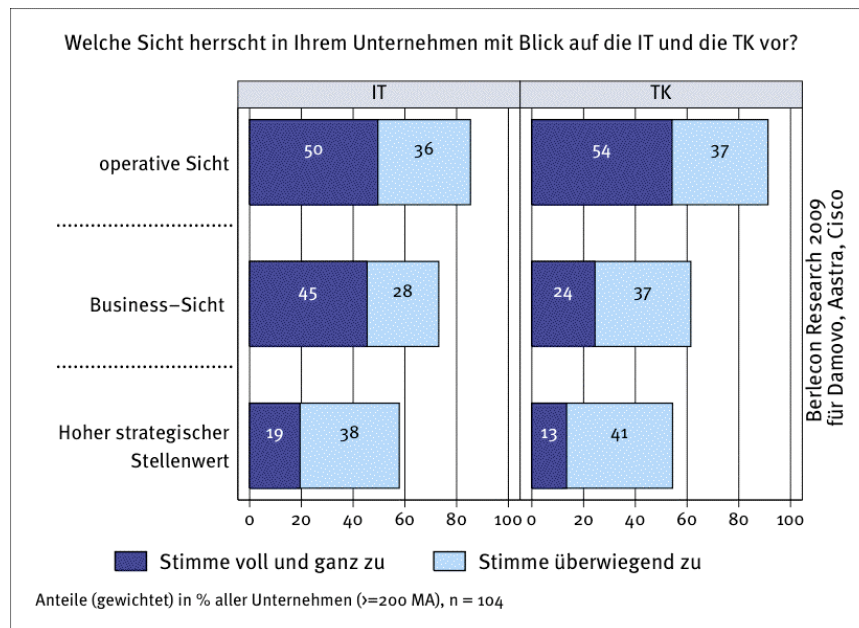


Abb. 7 Bedeutung der IT und TK in Unternehmen

Immerhin erkennt mehr als die Hälfte der Unternehmen den strategischen Stellenwert von IT und TK an – auch wenn nur jeweils ein recht geringer Anteil der Befragten der Aussage „Die IT hat in unserem Unternehmen einen hohen strategischen Stellenwert“ voll und ganz zustimmt.

Insgesamt unterscheidet sich der strategische Stellenwert der IT und TK nur geringfügig und nur ein geringer Teil der Befragten verneinte die strategische Bedeutung der IT (12%) und TK (16%) mit „stimme eher nicht zu“ und „stimme überhaupt nicht zu“.

Gespräche mit Experten aus der Praxis zeigen jedoch, dass der strategische Stellenwert von IT und TK gerade durch deren technologische und organisatorische Integration zunimmt. Denn viele der Kernprozesse in Unternehmen sind zunehmend von effizienter Kommunikation und den Technologien, die diese unterstützen, abhängig.

„Früher wurde die TK zum großen Teil vom technischen Einkauf betreut und gemanaged. Im Zuge des Übergangs auf eine konvergente Infrastruktur ist die TK komplett auf die IT übergegangen. Zwar hatte die TK auch früher schon eine strategische Bedeutung. Durch die Integration von IT und TK werden nun aber viel stärker auch strategische Ziele verfolgt, z.B. die Optimierung von Geschäftsprozessen.“

Harald Füssinger, IT-Leiter, wenglor sensoric gmbh

„Die IT und Telekommunikation unterstützen alle wesentlichen Prozesse und Ablaufketten im Unternehmen. Dadurch hat ITK einen strategischen Stellenwert. Zunehmend sind gerade Kernprozesse wie Kundenservice oder die Steuerung der Kraftwerke von effizienten Kommunikationsprozessen abhängig. Dadurch werden Kommunikationsinfrastruktur und Anwendungen immer stärker strategisch betrachtet.“

Dr. Matthias Mehrrens, CIO, Stadtwerke Düsseldorf AG

ITK hat aus ganzheitlicher Perspektive strategische Bedeutung

Praxiserfahrung: Integration von IT und TK treibt strategischen Stellenwert

Praxiserfahrung: Kernprozesse sind zunehmend von einer effizienten Kommunikation abhängig

Zwischenfazit

- ❑ Die technologische Konvergenz von IT und TK spiegelt sich zunehmend auch in der Organisationsstruktur von Unternehmen wider. Drei Viertel der deutschen Unternehmen haben eine integrierte ITK-Abteilung.
- ❑ Dennoch unterscheidet sich der Stellenwert von IT und TK weiterhin: Während die IT die Geschäftsbereiche und ihre Prozesse aktiv unterstützen soll, herrscht mit Blick auf die TK häufig noch eine operative Sichtweise vor. Immerhin erkennt mehr als die Hälfte der Unternehmen den strategischen Stellenwert von IT und TK.

Zwischenfazit: Integration und Stellenwert von IT und TK

3 UC in deutschen Unternehmen

Unified-Communications-Technologien werden zwar erst seit einigen Jahren am deutschen Markt angeboten, konnten aber in dieser Zeit ein ganz erhebliches Maß an Aufmerksamkeit erzielen. Fast alle großen ITK-Anbieter – und auch zahlreiche kleinere – positionieren sich auf die eine oder andere Weise am UC-Markt und stoßen mit ihren Angeboten auf Anwenderseite auf großes Interesse⁶. Aber wird Unified Communications in deutschen Unternehmen tatsächlich umgesetzt, wer sind die treibenden Kräfte hinter entsprechende Aktivitäten und wo setzen UC-Projekte in den Unternehmen an? Antworten auf diese Fragen liefern die Ergebnisse der folgenden Abschnitte.

Status quo, Treiber, Entscheider & Ansatzpunkte von UC

3.1 Status quo von UC

Dazu wurden Unternehmen gefragt, wie der Status quo zum Thema Unified Communications in ihrem Unternehmen sei. Um zu verhindern, dass die Ergebnisse durch ein unterschiedliches Verständnis von UC beeinflusst werden, wurde der Frage die folgende Definition vorangestellt:

Aufzeigen von Potenzialen

Unified Communications beschreibt die Integration verschiedener Kommunikationskanäle und deren Einbindung in IT-Anwendungen. Ziel von UC ist es, Funktionalitäten wie z.B. Telefonie, Web- und Videoconferencing, Präsenzinformationen oder Instant Messaging zu bündeln und in IT-Anwendungen zu integrieren. Diese können dann direkt z.B. aus Office- oder CRM-Anwendungen heraus genutzt werden.

UC-Definition

Die Umfrageergebnisse bestätigen mit überraschend großer Deutlichkeit, dass UC längst kein reines Hype-Thema mehr ist. Mehr als die Hälfte aller deutschen Unternehmen (56%) setzen Unified Communications bereits um oder haben eine Umsetzung von UC innerhalb der kommenden zwei Jahre geplant (siehe Abb. 8). In weiteren 25% der Unternehmen wird das Thema UC intensiv diskutiert. Damit beschäftigen sich insgesamt über 80% der deutschen Unternehmen intensiv mit UC.

Jedes zweite Unternehmen setzt UC um oder plant dies in den kommenden 2 Jahren

⁶ Berlecon Research (2008): „Wettbewerbsfaktor effiziente Kommunikation. Potenzial von Unified Communications in deutschen Unternehmen“

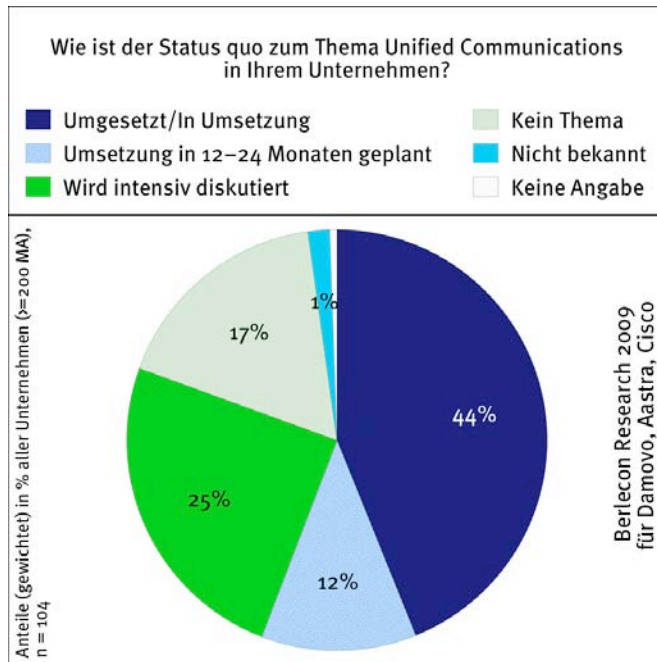


Abb. 8 Status quo von UC

Allerdings ist davon auszugehen, dass es sich bei vielen UC-Projekten noch nicht um vollständige und ganzheitliche UC-Implementierungen im Sinne der vorangestellten Definition handelt – das zeigen auch die Ergebnisse zur Anwendungsintegration in Kapitel 4. Vielmehr werden in vielen Unternehmen zunächst einzelne UC-Anwendungen im Pilotbetrieb getestet oder vereinzelte Projekte erst in bestimmten Teilbereichen des Unternehmens umgesetzt. Häufig betrifft dies Unternehmensbereiche wie den Kundenservice oder projektbezogene Teams, in denen besonders kommunikationsintensive Prozesse unterstützt werden müssen. Eine unternehmensweite oder gar unternehmensübergreifende Umsetzung von UC, d.h. eine Einbeziehung von externen Partnern oder Kunden, ist noch vergleichsweise selten.

Nicht immer vollständige und ganzheitliche UC-Implementierungen

Betrachtet man den Status quo von UC nach Unternehmensgröße, zeigt sich, dass die Umsetzung von UC in großen Unternehmen mit mehr als 500 Mitarbeitern auf einem höheren Niveau vorangeschritten ist als bei mittelgroßen Unternehmen mit 200 bis 500 Mitarbeitern. Immerhin ist für jedes fünfte mittelgroße Unternehmen UC immer noch kein relevantes Thema. (siehe Abb. 9)

UC-Einsatz unterschiedlich in Bezug auf Unternehmensgröße

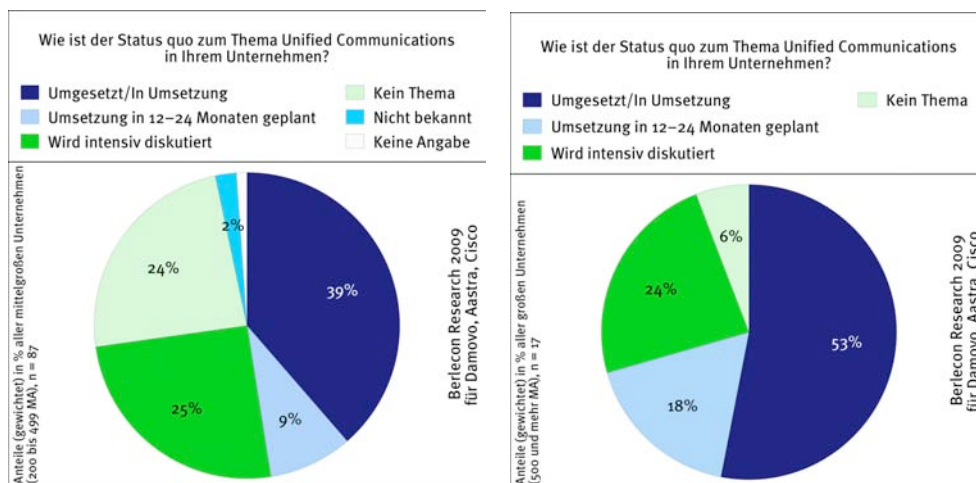


Abb. 9 UC-Einsatz nach Unternehmensgröße – mittelgroße vs. große Unternehmen

Wie Tabelle 4 zeigt, haben Unternehmen mit mehreren Standorten tendenziell ein größeres Interesse an UC als Unternehmen mit nur einem Standort. Denn gerade für Unternehmen mit mehreren Standorten spielt die effiziente standortübergreifende Zusammenarbeit und Kommunikation eine wichtige Rolle. Zwar unterscheidet sich der aktuelle Umsetzungsstand nicht wesentlich, aber Unternehmen mit mehreren Standorten planen oder diskutieren UC in stärkerem Maße als solche mit nur einem Standort.

Unternehmen mit mehreren Standorten haben tendenziell größeres Interesse an UC

Tab 3 UC-Umsetzungsstand nach Anzahl der Standorte

	Ein Standort	Mehr als ein Standort	gesamt
Umgesetzt/ in Umsetzung	42%	43%	43%
Umsetzung in 12-24 Monaten geplant	5%	16%	12%
Wird intensiv diskutiert	23%	26%	25%
Kein Thema	26%	14%	18%
Nicht bekannt	5%	0%	1%
Keine Angabe	0%	1%	1%
gesamt ⁷	100%	100%	100%

Berlecon Research 2009

3.2 Treiber und Entscheider

Als nächstes interessierte uns die Frage, welche Unternehmensbereiche das Thema UC innerhalb der Unternehmen vorantreiben.

Wie Abbildung 10 verdeutlicht, setzen vor allem die IT- (68%) und ITK-Abteilungen (82%) das Thema UC auf die Unternehmensagenda. Dagegen treiben alleinstehende TK-Abteilungen das Thema UC kaum voran. In diesem Zusammenhang können jedoch keine Aussagen darüber getroffen werden, wie stark im Gegenzug TK-Verantwortliche in integrierten ITK-Abteilungen als Treiber von UC-Projekten involviert sind.

Vor allem IT- und ITK-Abteilungen treiben das Thema UC voran...

Aus den Fachabteilungen kommt nach Aussage der befragten ITK-Verantwortlichen dagegen nur relativ selten der Anstoß, sich mit UC auseinanderzusetzen.

...während Fachabteilungen seltener den Anstoß geben

Allerdings zeigen die Ergebnisse einer Umfrage zum Thema UC unter Fachbereichsleitern aus Einkauf und Beschaffung sowie Marketing und Vertrieb aus dem Jahr 2008, dass die Fachbereiche durchaus ein sehr großes Interesse an UC und den entsprechenden Funktionalitäten haben. Die Rolle und Funktion der Befragten im Unternehmen spielt hier also offensichtlich eine nicht unerhebliche Rolle für das Ergebnis.

⁷ Aufgrund von Rundungen können einzelne Prozentzahlen geringfügig abweichen.

⁸ Berlecon Research (2008): „Wettbewerbsfaktor effiziente Kommunikation. Potenzial von Unified Communications in deutschen Unternehmen“

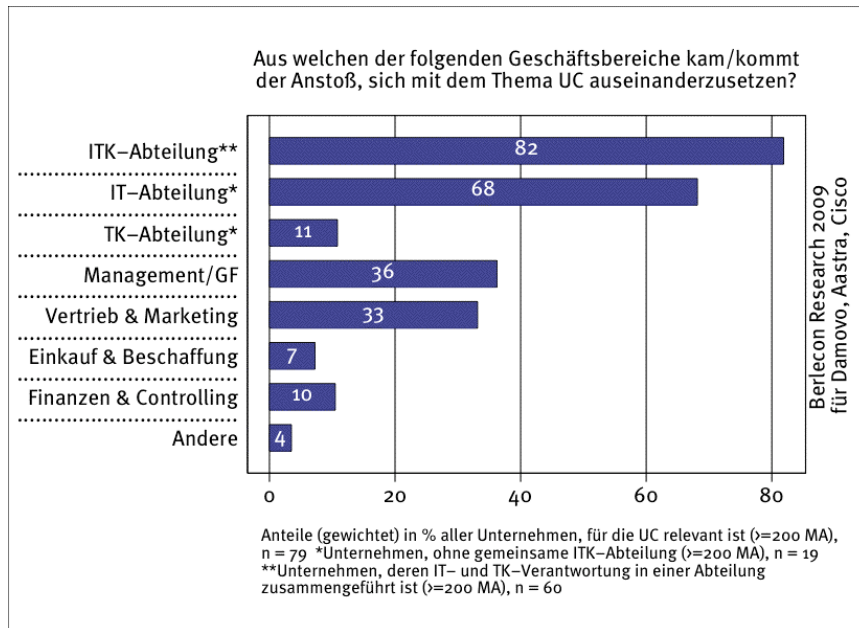


Abb. 10 Treiber von UC

IT- und ITK-Abteilungen sind zwar die wesentlichen Treiber, aber nicht gleichermaßen die alleinigen Entscheidungsträger für UC-Projekte – das zeigen die Ergebnisse der Befragung in Abbildung 11. Entscheidungen über die technische und finanzielle Umsetzung werden fast immer auch von der Unternehmensführung (87%) getroffen.

Entscheidungen größtenteils auf Managementebene

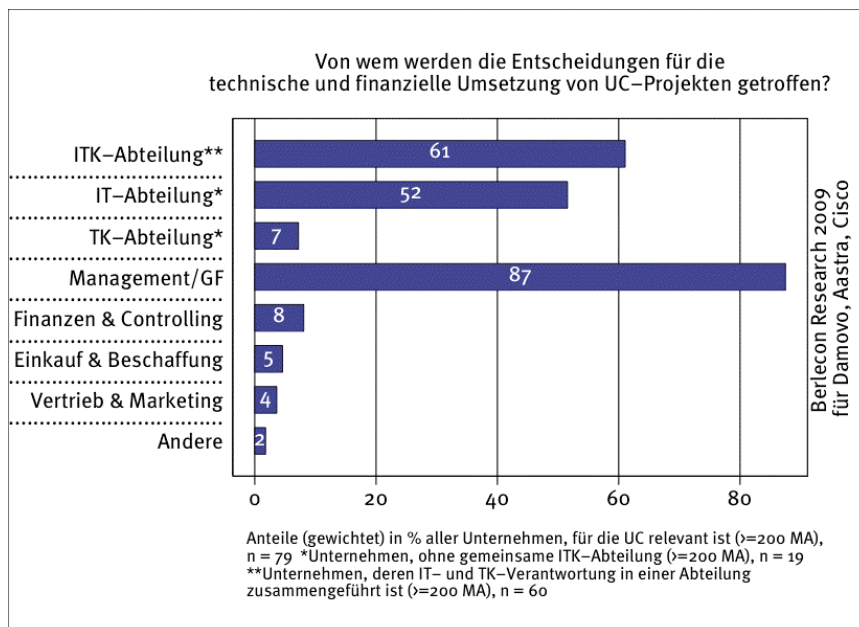


Abb. 11 Entscheider von UC

Demnach ist die Überzeugung und Einbindung der oberen Führungsebenen eine wesentliche Voraussetzung für die erfolgreiche Umsetzung von UC-Projekten. Gerade wenn UC nicht nur vereinzelt im Unternehmen umgesetzt, sondern das strategische Potenzial von UC für das gesamte Unternehmen ausgeschöpft werden soll, muss die Unternehmensleitung einbezogen werden – das bestätigen auch unsere Expertengespräche.

UC erfordert Überzeugung in der oberen Führungsebene

„Initiativen um neue Kommunikationstechnologien für verteiltes Arbeiten entstehen oft inselmäßig. Häufig gibt es einen projektbezogenen Anstoß für neue Kommunikationstechnologien, d.h. ein konkretes Problem muss gelöst werden, was zu sehr pragmatischen Lösungen führt.“

Expertensicht: UC erfordert strategische Weitsicht

Um eine echte Integration zu realisieren, muss das von sehr hoch oben, mit viel Weitsicht und sehr strategisch veranlasst werden. Jemand hoch oben in der Hierarchie muss davon überzeugt werden, dass es Sinn macht, Integrationsprojekte von langer Hand zu planen und entsprechend Geld zu investieren.

Der Schritt vom Pilot zu einer großflächigen Umsetzung am ganzen Standort ist also nicht trivial. Dies erfordert häufig jahrelange Überzeugungsarbeit.“

Dr. Kristina Lauche, Arbeits- und Organisationspsychologin, Associate Professor Delft University of Technology, Faculty of Industrial Design Engineering, Department of Product Innovation Management

3.3 Ausgangspunkte von UC

Da UC die Integration verschiedener Technologieebenen umfasst, kann die Umsetzung von UC-Projekten ihren Ausgangspunkt in verschiedenen Unternehmensbereichen finden. So entstehen UC-Initiativen häufig durch eine Umstellung der Netzinfrastruktur auf VoIP oder die Implementierung von IP-basierten Nebenstellenanlagen. Andere UC-Bestrebungen setzen bei der Einführung konkreter Kommunikationsanwendungen wie Instant Messaging, Presence oder Video Conferencing an. Schließlich kann UC im Rahmen von Businessanwendungen wie CRM integriert werden.

Unterschiedliche Ansatzpunkte...

"Häufig gehen UC-Bestrebungen von kleineren Pilotprojekten zu bestimmten Teilbereichen der Kommunikation bzw. Funktionalitäten wie IM oder Presence aus.

Nicht nur Teilbereiche betrachten

Das birgt allerdings die Gefahr, dass der "Unified-Gedanke" nicht wirklich nachvollzogen und umgesetzt wird.

Viele UC-Projekte haben aber auch ihren Ausgangspunkt dort, wo traditionelle Telefonanlagen erneuert werden müssen und die Umstellung auf VoIP erfolgt.

Mit VoIP ergeben sich zahlreiche neue Möglichkeiten für "Mehrwertdienste", die dann im Rahmen von UC umgesetzt werden."

Albert Heim, Technischer Analyst, Fraunhofer-Einrichtung für Systeme der Kommunikationstechnik ESK

Wir wollten von den Befragten, für die UC relevant ist⁹, wissen, wo Ihre UC-Projekte bzw. -Pläne ansetzen:

- Im Bereich der Kommunikationsinfrastruktur,
- der Netzinfrastruktur,
- bei Businessanwendungen, oder
- bei Kommunikationsanwendungen.

Dabei war eine Mehrfachauswahl möglich.

Die nachfolgende Abbildung bestätigt, dass es für die Umsetzung von UC verschiedene Ansatzpunkte gibt, aber keinen „Königsweg“. Die UC-Projekte und -Pläne der befragten Unternehmen setzen gleichermaßen in verschiedenen Bereichen an (siehe Abb. 12).

UC-Projekte setzen in verschiedenen ITK-Bereichen an

⁹ Unternehmen, die angegeben haben, UC umzusetzen, dies in den kommenden zwei Jahren zu planen oder in denen UC intensiv diskutiert wird.

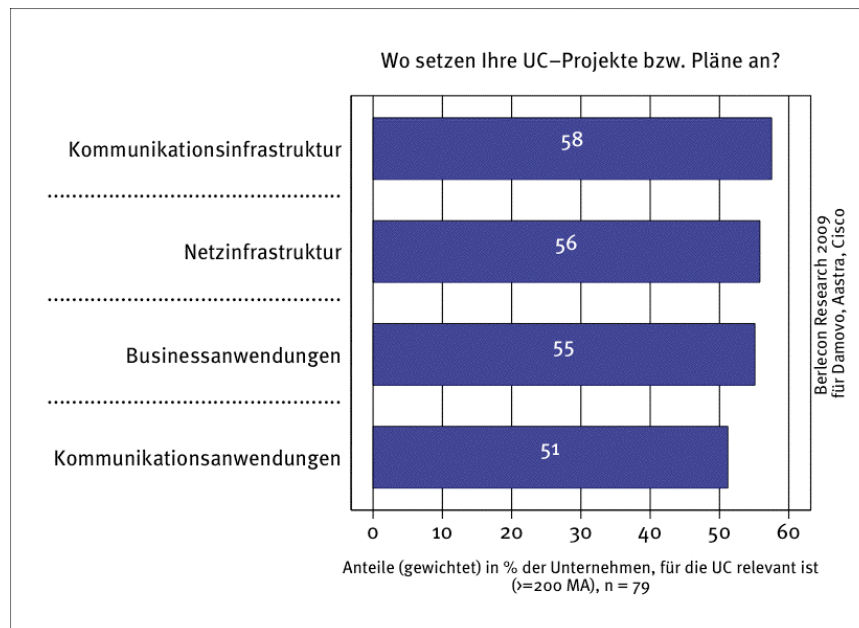


Abb. 12 Ansatzpunkte von UC-Projekten

Das bestätigen auch die Erfahrungsberichte unserer Experten, die von UC-Projekten in ihren Unternehmen berichten:

„Das Thema UC ist zunächst zur Unterstützung der internen Zusammenarbeit geplant, beispielsweise durch die Einführung von Instant Messaging oder die Möglichkeit des Einsatzes von Videoanwendungen am Arbeitsplatz, insbesondere für die standortübergreifende Kommunikation.“

Jens Gastrop, Abteilungsleiter Fachbereichsbetreuung Zentrale Dienste, Union IT-Services GmbH

*Praxiserfahrung:
Anwendungen für die
interne Kommunikation als
Ausgangspunkt*

„Wir sind anfangs von den Funktionalitäten ausgegangen, was bei der Konstellation Telefonie und E-Mail-Integration auch erstmal gar nicht anders möglich war. Das betrifft z.B. Sprachnachrichten oder den Empfang und das Versenden von Fax und SMS in Outlook, aber auch die Möglichkeit, den Kalender einzusehen. Es ist aber eher eine Nutzenargumentation aus Prozesssicht anzustreben, um den dauerhaften Erfolg von IP-Telefonie zu realisieren.“

Markus Sauerbier, Pharmaserv GmbH & Co KG¹⁰

*Praxiserfahrung:
Ausgangspunkt
Funktionalitäten*

„Der Bedarf an UC wurde durch unseren Neubau des Logistik-, Vertriebs- und Schulungszentrums in Tettngang geweckt, da die alte Anlage an ihre Kapazitätsgrenze gestoßen war. Sie bot nicht die notwendigen Ports, um weitere Mitarbeiter anzubinden und die Gebäude hätten TK-technisch über normale Leitungen miteinander verbunden werden müssen. Um alles zu harmonisieren und einfacher zu gestalten, entschieden wir uns

*Praxiserfahrung:
Ausgangspunkt neue
Netzinfrastruktur*

¹⁰ "Pharmaserv ist der innovative Standortbetreiber der Behringwerke in Marburg. Hier arbeiten rund 4.400 Menschen in pharmazeutisch und biotechnologisch orientierten Unternehmen. Darüber hinaus bietet das Unternehmen bundesweit technische Dienstleistungen für die hygienesensible Prozessindustrie. Mit 350 Mitarbeitern liefert Pharmaserv umfassende Dienstleistungen, immer mit dem Ziel der kostenoptimierten und effizienten Unterstützung der Kunden."

für VoIP, um die nächsten Jahre das Ziel eines großen Netzwerkverbundes zu erreichen, an dem alle Niederlassungen an Tettng angebunden werden. Aufgrund dieser Anforderungen sind wir schließlich auf UC gekommen.“

Harald Füssinger, IT-Leiter, wenglor sensoric gmbh

Zwischenfazit

- Etwa jedes zweite deutsche Unternehmen hat bereits UC-Projekte umgesetzt, befindet sich derzeit in der Umsetzung oder hat eine Implementierung von UC innerhalb der kommenden zwei Jahre geplant.
- Ein weiteres Viertel der Unternehmen beschäftigt sich intensiv mit UC.
- Innerhalb der Unternehmen sind vor allem IT- und integrierte ITK-Abteilungen die treibenden Kräfte hinter UC-Projekten. Die Entscheidungen über die technische und finanzielle Umsetzung werden fast immer auch auf Managementebene getroffen.
- Für die Umsetzung von UC gibt es verschiedene technologische Ausgangspunkte, die alle gleichermaßen relevant sind. Einen „Königsweg“ gibt es nicht.

Zwischenfazit: UC in deutschen Unternehmen

4 Mehrwert und Herausforderungen von UC

Ebenso gibt es für Unternehmen verschiedene Gründe UC einzuführen, aber natürlich auch zahlreiche Herausforderungen, die bei der Planung und Implementierung zu berücksichtigen sind. Diese werden im Folgenden untersucht.

Gründe für die Einführung von UC

4.1 Chancen und Potenziale

Eine erste Fragestellung in diesem Kontext betraf die Identifikation der wahrgenommenen Vorteile und Gründe für die Einführung von UC aus Sicht der Anwenderunternehmen. Den Befragten wurden mehrere Nutzenaspekte vorgegeben, die sie nach ihrer Relevanz anhand einer fünfstufigen Skala von „sehr wichtig“ bis „überhaupt nicht wichtig“ beurteilen konnten. Die aufgezeigten Vorteile reichten von funktionalen bis hin zu strategischen Mehrwerten.

Wie die Auswertung in Abbildung 13 zeigt, ist für drei Viertel der Unternehmen die Verbesserung der Kundenkommunikation und damit die Erhöhung der Kundenzufriedenheit einer der wichtigsten Gründe für die Einführung von UC. Etwa zwei Drittel der Unternehmen führen UC ein oder planen dies, um ihre Mitarbeiter an verschiedenen Standorten besser zu vernetzen.

Betrachtet man die Gründe, die für Unternehmen „sehr wichtig“ für die Implementierung von UC sind, steht die Beschleunigung der Geschäftsprozesse an oberster Stelle. Mehr denn je müssen Unternehmen heute ihre Reaktionsgeschwindigkeit erhöhen, indem sie ihre Unternehmensprozesse flexibel und dynamisch an sich verändernde Umweltbedingungen anpassen. Das betrifft beispielsweise die enorm verkürzten Time-to-Market-Zeiten. Integrierte Kommunikationslösungen können diese Entwicklungen unterstützen und vorantreiben.

Die Beschleunigung von Geschäftsprozessen ist einer der wichtigsten Gründe für UC

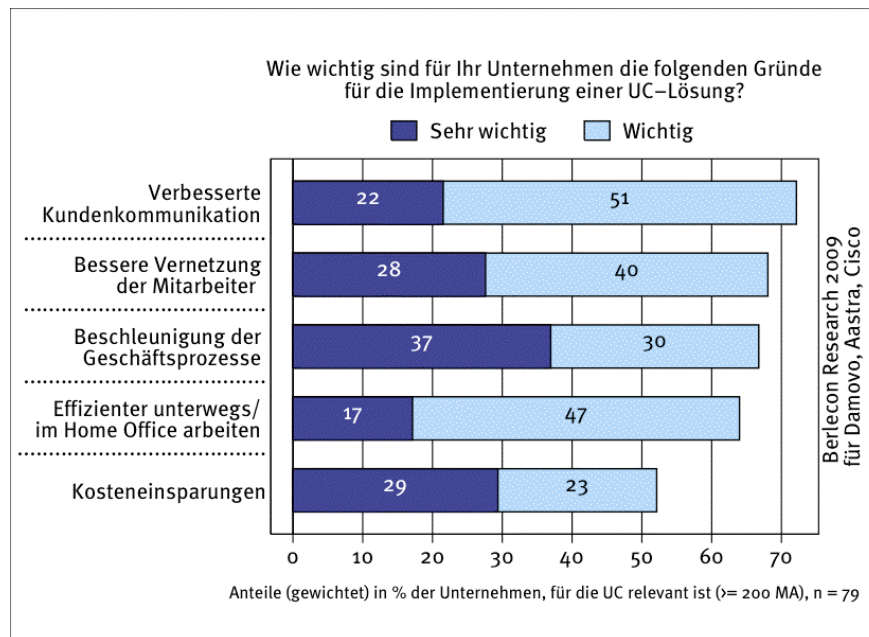


Abb. 13 Gründe für die Implementierung von UC

Auch aus Expertensicht bietet die Einführung neuer Kommunikationstechnologien Unternehmen vor allem die Chance, ihre Geschäftsprozesse zu optimieren :

„Letztlich geht es bei neuen Kommunikations- und Kollaborationstechnologien darum, Arbeitszeit und Expertise sinnvoller zu nutzen und verteilte Ressourcen dort einzusetzen, wo sie im Unternehmen gebraucht werden. Das geht nur dann, wenn Reibungsverluste beim verteilten Arbeiten durch entsprechende Technologien verringert werden.

Häufig ergeben sich durch die Einführung neuer Technologien Veränderungen in den Arbeitsprozessen. Dadurch eröffnet sich die Chance, Organisationen mithilfe der neuen Technologien effizienter zu gestalten.

Die Technologien sind ein Vehikel, das Organisationen, Teams und einzelnen Menschen helfen kann, ihre eigentliche Arbeit besser zu tun.“

Dr. Kristina Lauche, Associate Professor Delft University of Technology, Faculty of Industrial Design Engineering, Department of Product Innovation Management

Expertensicht: Veränderung von Arbeitsprozessen durch Technologien

Aber auch Kostenaspekte spielen bei der Entscheidung für UC eine wichtige Rolle. So führt etwa die Hälfte der Unternehmen UC ein oder plant dies, um Kosten zu sparen.

Unternehmen führen UC ein, um Kosten zu sparen

Weitere Gründe für die Implementierung von UC sind in Abbildung 14 dargestellt. Für etwa die Hälfte der Unternehmen sind die effizientere Zusammenarbeit mit externen Partnern oder Kunden sowie die Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit wichtige bzw. sehr wichtige Gründe, UC einzuführen.

Sowohl die flexible Gestaltung der Organisationsstruktur als auch die effiziente Zusammenarbeit mit Externen wurden zwar nicht als sehr wichtig, aber dennoch von fast der Hälfte der Befragten als Mehrwert von UC angesehen. Natürlich muss in diesem Zusammenhang berücksichtigt werden, dass nicht alle Unternehmen über mehrere Standorte verfügen und organisatorische Veränderungen planen. So wurde von keinem der befragten Unternehmen mit nur einem Standort dieser Vorteil von UC als „sehr wichtig“ eingeschätzt.

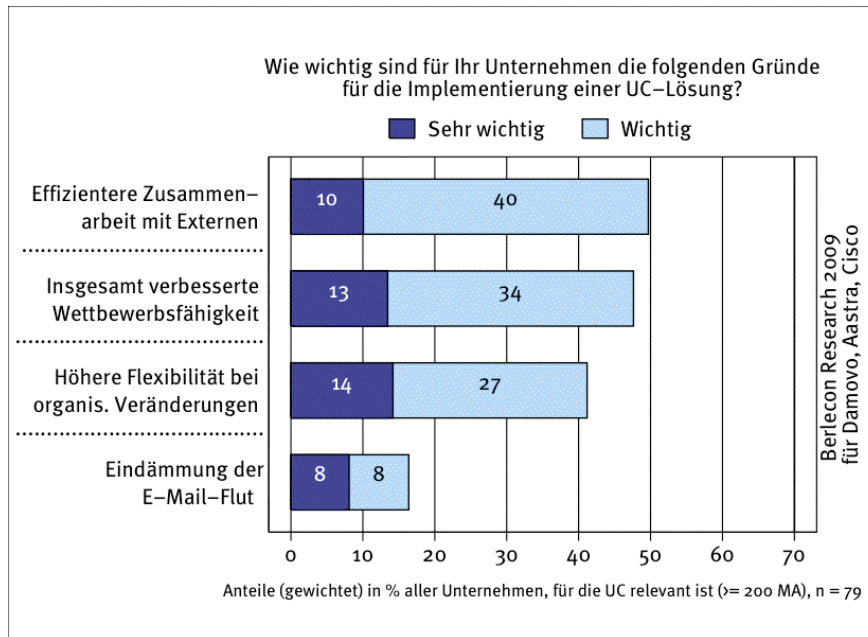


Abb. 14 Weitere Gründe für die Einführung von UC

Kostenvorteile

Da Kostenvorteile sowohl auf Anbieter- als auch auf Kundenseite ein zentrales Argument für UC sind, wurden die Befragten, die von UC Kosteneinsparungen erwarten, nach einzelnen Bereichen für Einsparpotenziale befragt.

Abbildung 15 macht deutlich, dass Einsparpotenziale von UC in verschiedenen Bereichen gesehen werden. So schätzt über die Hälfte der Unternehmen die mittel- bis langfristigen Kostenvorteile durch eine Konsolidierung der ITK-Infrastruktur im Rahmen von UC als sehr hoch oder hoch ein.

Jedes zweite Unternehmen geht davon aus, mit UC durch die Beschleunigung von Geschäftsprozessen Einsparpotenziale realisieren zu können. Interessant ist, dass ALLE Befragten von UC Einsparpotenziale durch optimierte Prozesse erwarten (siehe Tab. 5) und lediglich 5% der Unternehmen hier nur ein geringes Potenzial sehen.

Alle Befragten erwarten Einsparpotenziale durch optimierte Prozesse

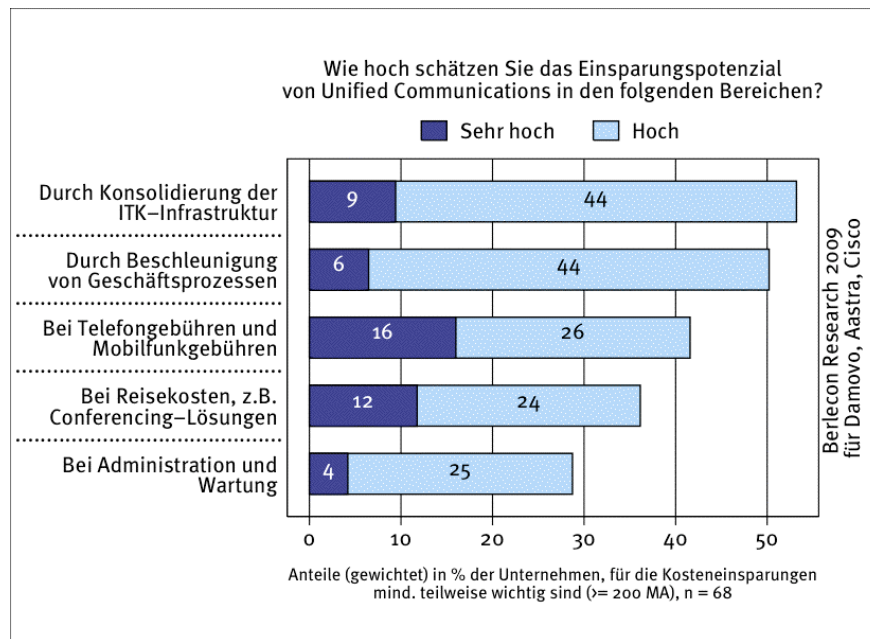


Abb. 15 Einsparpotenziale von UC

Werden durch die Einführung von UC Telefonate über das firmeneigene (W)LAN anstatt über öffentliche Telefon- und Mobilfunknetze geführt, können Unternehmen Telefon- und Mobilfunkgebühren sparen. Das daraus resultierende Einsparpotenzial schätzen 42% der Befragten als sehr hoch oder hoch ein (siehe Abb. 15). Zudem können UC-Anwendungen, wie z.B. Conferencing-Lösungen dazu beitragen, Reisekosten zu sparen, das erwarten 36% der Befragten.

Unterschiedliche Einschätzungen hinsichtlich des Einsparpotenzials bei Telefongebühren und Reisekosten

Gleichzeitig sind viele Anwenderunternehmen aber auch der Meinung – das zeigt Tabelle 5 – dass gerade in diesen Bereichen nur geringe bis keine Einsparpotenziale liegen. So sehen insgesamt 37% der Befragten bei den Telefongebühren und 35% bei den Reisekosten nur geringe bis gar keine Kostenvorteile. Diese abweichenden Einschätzungen sind vermutlich auf die unterschiedliche individuelle Ausgangslage in den befragten Unternehmen zurückzuführen.

Tab 4 Einsparpotenzial von UC

Einsparpotenzial	Sehr hoch	Hoch	Teils/teils	Gering	Kein
Bei Administration und Wartung	4%	25%	33%	13%	20%
Durch Konsolidierung der Infrastruktur	9%	44%	26%	15%	4%
Bei Telefongebühren zwischen Standorten oder Mobilfunkgebühren	16%	26%	21%	18%	19%
Bei Reisekosten, z.B. durch Conferencing-Lösungen	12%	24%	27%	23%	13%
Durch Beschleunigung von Geschäftsprozessen	7%	44%	42%	5%	0%

Nennungen in Prozent der Befragten. Aufgrund von Rundungen können einzelne Prozentzahlen geringfügig abweichen. Weiß nicht/keine Angabe sind in dieser Tabelle nicht berücksichtigt.

Berlecon Research 2009

Die Einsparungen durch geringere Kosten für Administration und Wartung konvergenter ITK-Lösungen werden nur von einem vergleichsweise geringen Teil der Befragten als hoch oder sehr hoch eingeschätzt. Erfahrungen aus der Praxis zeigen jedoch, dass sich auch und gerade durch eine zentrale und vereinfachte Administration Kostenvorteile realisieren lassen.

„Internationale Standorte werden von der Zentrale aus einfach angebunden und administriert. Das war ursprünglich gar nicht in dem Umfang und der kurzen Zeit geplant, weil man sich überhaupt nicht bewusst war, wie einfach das sein würde.“

Harald Füssinger, IT-Leiter, wenglor sensoric gmbh

Einsparpotenzial bei Administration und Wartung wird relativ gering eingeschätzt

Praxiserfahrung: unverhofft einfache Anbindung und Administration internationaler Standorte

„Kosten, die wegfallen, liegen auch im Bereich Move Add Changes, weil man IP-Telefonie oftmals selbst umziehen und bedienen kann und daher für einfache Arbeiten keinen speziellen Techniker mehr braucht.“

Markus Sauerbier, Pharmaserv GmbH & Co KG

Praxiserfahrung: IP ermöglicht Administration „ohne Schraubenzieher“

„Ein Treiber auf der kaufmännischen Seite war die Reduktion von Umzugskosten. Ein wesentlicher Teil entfiel auf die Telekommunikation. Auch die Nutzung IP-basierter Infrastruktur schafft Flexibilität in der Netzadministration. Auf das klassische TK-Netz kann dann sukzessive verzichtet werden.“

Dr. Matthias Mehrrens, CIO, Stadtwerke Düsseldorf AG

Praxiserfahrung: Reduktion von Move-Add-Changes-Kosten

4.2 Herausforderungen und Hemmnisse

Nachdem die Vorteile seitens der Anwender aufgezeigt wurden, richtet sich der Blick des folgenden Abschnitts auf die wahrgenommenen Herausforderungen bei der Umsetzung von UC. Auch hier konnten die Befragten verschiedene Aussagen anhand einer fünfstufigen Skala von „stimme voll und ganz zu“ bis „stimme überhaupt nicht zu“ bewerten.

Budgetrestriktionen aufgrund der aktuellen Wirtschaftslage stellen in vielen Unternehmen (36%) derzeit eine wesentliche Herausforderung für die Umsetzung von UC-Projekten dar (siehe Abb. 16). Denn UC ist nach Einschätzung von 40% der Befragten mit einem relativ hohen finanziellen Aufwand verbunden. Auf der anderen Seite stimmten immerhin 27% der Befragten der Aussage: „Wir haben aufgrund der aktuellen Wirtschaftslage derzeit keine Budgets für UC-Projekte“ überhaupt nicht zu (siehe Tab. 5).

Budgetrestriktionen aufgrund der aktuellen Wirtschaftslage sind eine wesentliche Herausforderung

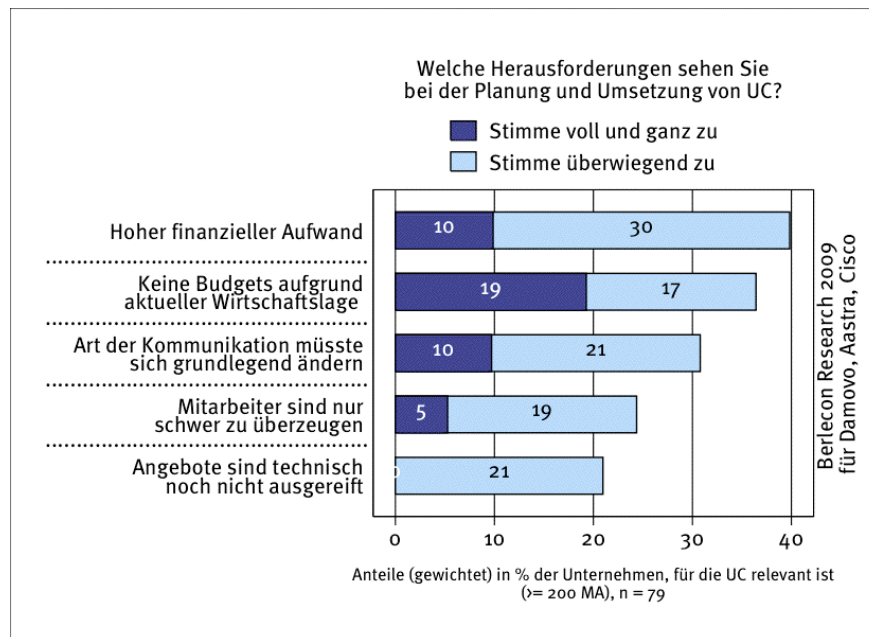


Abb. 16 Die größten Herausforderungen von UC

Zwar ist der hohe finanzielle Aufwand, der mit der Umsetzung von UC verbunden ist, eine Herausforderung. Erfahrungsberichte von Unternehmen, die bereits UC-Projekte umgesetzt haben, zeigen allerdings, dass Investitionen sich relativ schnell amortisieren können.

„Wenn die TK-Anlage weitestgehend abgeschrieben ist, muss natürlich erstmal ein sehr hoher Invest getätigt werden. Die alte Anlage ist ja nicht defekt, sondern wäre weiterhin durchaus nutzbar. Von daher entstehen zu Beginn ganz erhebliche Mehrkosten, die aber im Laufe der Zeit aufgezehrt werden. Nach etwa fünf Jahren dürfte der Break Even erreicht werden und die Investition sich rechnen.“

Markus Sauerbier, Produktmanager, Pharmaserv GmbH & Co KG

Praxiserfahrung: Investitionen amortisieren sich relativ schnell

„Die finanziellen Investitionen amortisieren sich sehr schnell und trotz höherer Komplexität ist der Aufwand nur unwesentlich gestiegen.“

Harald Füssinger, IT-Leiter, wenglor sensoric gmbh

Praxiserfahrung: geringer Aufwand trotz gesteigener Komplexität

„Wir überlegen derzeit, UC als integrierten Teil der Standard-Basisinfrastruktur des künftigen Arbeitsplatzes und nicht als einzelne Leistung zu beziehen.“

Jens Gastrop, Abteilungsleiter Fachbereichsbetreuung Zentrale Dienste, Union IT-Services GmbH

Praxiserfahrung: UC als Investition in Basisinfrastruktur der Arbeitsplätze

Neben finanziellen Aspekten ergibt sich aus Sicht der Unternehmen eine weitere Herausforderung bei der Umsetzung von UC aus der notwendigen Veränderung der Kommunikationskultur. 31% der Befragten erwarten, dass sich die Art und Weise, wie im Unternehmen kommuniziert wird, grundlegend ändern müsse, um UC erfolgreich zu nutzen. Denn bei UC geht es nicht nur um die Implementierung neuer Technologien, sondern auch um neue Kommunikationsformen. Etwa ein Viertel der Unternehmen sieht die Vorbehalte der Mitarbeiter als Hürde an, die es bei der Einführung von UC zu überwinden gilt.

Tab 5 *Größte Herausforderungen bei der Umsetzung von UC*

	Stimme voll und ganz zu	Stimme eher zu	Teils/teils	Stimme eher nicht zu	Stimme überhaupt nicht zu
Hoher finanzieller Aufwand	10%	30%	28%	24%	2%
Keine Budgets aufgrund aktueller Wirtschaftslage	19%	17%	16%	18%	27%
Art der Kommunikation müsste sich grundlegend verändern	10%	21%	31%	28%	11%
Mitarbeiter sind nur schwer zu überzeugen	5%	19%	27%	27%	22%
Angebote sind technisch noch nicht ausgereift	0%	21%	25%	33%	16%

Nennungen in Prozent der Befragten. Aufgrund von Rundungen können einzelne Prozentzahlen geringfügig abweichen. Weiß nicht/keine Angabe sind in dieser Tabelle nicht berücksichtigt.

Berlecon Research 2009

Nach Einschätzung von Experten ist die frühzeitige Einbindung der Fachbereiche und die Berücksichtigung der Anforderungen verschiedener Mitarbeitergruppen daher eine wichtige Voraussetzung für den langfristigen Erfolg von UC-Projekten. Denn nur wenn UC-Anwendungen Einzug in den Unternehmensalltag halten und damit der individuelle Mehrwert für den einzelnen Anwender ersichtlich wird, können die Potenziale von UC voll ausgeschöpft werden.

„Gerade für das Verständnis und die Akzeptanz von Fachbereichen ist es wichtig, UC zunächst innerhalb der internen Kommunikation aktiv zu benutzen. Das Verständnis für Nutzen und Effizienz von UC kommt dann mit der Nutzung. Hat man UC einmal verstanden, werden dem potenziellen Anwender die Potenziale schnell klar – für die eigene interne Arbeit, aber ggf. auch für die Arbeit mit Kunden.“

Dr. Carsten Nolte, Leiter Konzern Informationsmanagement, ERGO Versicherungsgruppe AG

Praxiserfahrung: Akzeptanz für UC kommt mit aktiver Nutzung

"Wenn etwas einfach funktioniert und einen Nutzen bringt, dann ist Akzeptanz kein Problem."

Fred Paulus, Leiter DHL-Innovation Center, Deutsche Post AG

Praxiserfahrung: Nur durch wahrgenommenen Nutzen entsteht Akzeptanz

„Die Technik hat neue Welten eröffnet. Der Mehrwert wurde von den Mitarbeitern sehr schnell erkannt und die Mitarbeiter kommen auch sehr gut damit klar. Auch ältere Mitarbeiter nutzen das, da keine besonderen Technikenkenntnisse nötig sind.“

Harald Füssinger, IT-Leiter, wenglor sensoric gmbh

Praxiserfahrung: Auch ältere Generation zeigt hohe Akzeptanz

Andere Herausforderungen spielen für Unternehmen, die UC umsetzen, planen oder intensiv diskutieren, eine nur geringe Rolle (siehe Abb. 17).

Sicherheitsrisiken spielen nur eine geringe Rolle

So ist nur jedes fünfte Unternehmen unsicher, wie es mit neuen Sicherheitsrisiken von UC umgehen soll. Über die Hälfte der Befragten (52%) sieht in Sicherheitsrisiken eher keine und überhaupt keine Herausforderung (siehe Tab. 6).

Tab 6 Weitere Herausforderungen bei der Umsetzung von UC

	Stimme voll und ganz zu	Stimme eher zu	Teils/teils	Stimme eher nicht zu	Stimme überhaupt nicht zu
Sicherheitsrisiken	3%	18%	27%	37%	15%
Management ist schwer zu überzeugen	4%	16%	19%	35%	25%
Konsolidierung heterogener Infrastruktur	5%	10%	25%	34%	25%
Fehlende personelle Ressourcen und Kompetenzen	1%	11%	40%	34%	14%
Kein erkennbarer Nutzen für das Unternehmen	0%	5%	21%	43%	31%

Nennungen in Prozent der Befragten. Aufgrund von Rundungen können einzelne Prozentzahlen geringfügig abweichen. Weiß nicht/keine Angabe sind in dieser Tabelle nicht berücksichtigt.

Berlecon Research 2009

Auch die Überzeugung des Managements oder die Konsolidierung der bestehenden heterogenen Infrastruktur ist nur in wenigen Unternehmen eine ernst zu nehmende Herausforderung. Mangelnde personelle Ressourcen und Kompetenzen stellen für viele Unternehmen nur teilweise ein Hindernis dar, 48% der Befragten sehen in diesem Bereich eher keine und überhaupt keine Herausforderung.

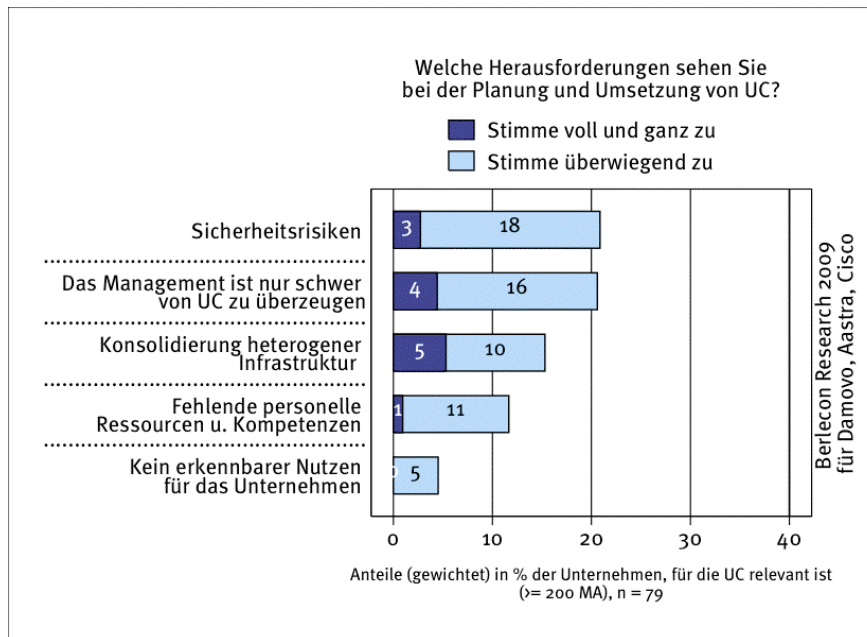


Abb. 17 Weitere Herausforderungen für UC

Dass UC für das Unternehmen keinen erkennbaren Nutzen bringt, ist für die Unternehmen, die sich mit UC intensiv beschäftigen keine wesentliche Hürde.

Ganz anders stellt sich dies allerdings in Unternehmen dar, in denen UC kein relevantes Thema ist. Ein Großteil der Befragten (67%), für die UC zur Zeit nicht relevant ist, bejahen die Aussage: „UC bringt für unser Unternehmen keinen erkennbaren Nutzen“ mit „Voll und ganz“ und „stimme eher zu“. Der nicht ersichtliche Nutzen für das Unternehmen ist damit der mit Abstand wichtigste Grund, sich nicht mit UC zu beschäftigen. Eine weitere wichtige Herausforderung wird auch hier in der notwendigen Veränderung der Kommunikationskultur gesehen (54%).

Unternehmen, in denen UC kein Thema ist, sehen keinen erkennbaren Nutzen

Zwischenfazit

- Deutsche Unternehmen führen UC vor allem ein, um ihre Kundenkommunikation zu verbessern (73%), ihre Mitarbeiter an verschiedenen Standorten besser zu vernetzen (68%) und um ihre Geschäftsprozesse insgesamt zu beschleunigen (67%).
- Kosteneinsparungen erwartet etwa die Hälfte der Unternehmen durch die Konsolidierung der ITK-Infrastruktur im Zuge von UC sowie durch die Optimierung der Geschäftsprozesse.
- Die größte Herausforderung besteht aus Sicht der Unternehmen in den, durch die aktuelle Wirtschaftslage bedingten, knappen ITK-Budgets (36%). Denn UC ist nach Einschätzung von 40% der Befragten mit einem relativ hohen finanziellen Aufwand verbunden.
- Darüber hinaus ist für 31% der Befragten die notwendige Änderung der Kommunikationskultur im Unternehmen eine Herausforderung.

Zwischenfazit: Mehrwert und Herausforderungen von UC

5 Status quo Infrastruktur, Anwendungen und Integration

Das folgende Kapitel fokussiert die konkrete Umsetzung und Planung von UC-Lösungen. Beleuchtet werden die einzelnen Elemente einer UC-Umgebung von der Netzinfrastruktur bis hin zur Anwendungsebene. Schließlich wird beleuchtet, wie weit Unternehmen bei der Anwendungsintegration von UC fortgeschritten sind.

UC: Netzelemente, Anwendungen und deren Integration

5.1 Netzinfrastruktur

Wie die Auswertung in Abbildung 18 zeigt, schreitet die IP-Migration in deutschen Unternehmen zunehmend voran. Rund 45% der deutschen Unternehmen haben eine IP-basierte Nebenstellenanlage (IP-PBX) und/oder ein gemeinsames IP-Netz für Daten und Sprache implementiert. Damit ist der Anteil seit 2008 deutlich gestiegen.

IP-Migration schreitet voran

So verfügten zu Beginn des Jahres 2008 lediglich 25% der deutschen Unternehmen über eine IP-PBX und 38% über ein konvergentes IP-Netz.¹¹ Zwar sind diese Zahlen nur bedingt vergleichbar, da 2008 Unternehmen ab 100 Mitarbeitern in der Untersuchung berücksichtigt wurden, während es 2009 Unternehmen ab 200 Mitarbeitern waren. Die Tendenz hin zu IP-basierten Infrastrukturen wird aber dennoch deutlich.

¹¹ Berlecon Research (2008): „VoIP und Unified Communications 2008. Anforderungen und Pläne deutscher ITK-Entscheider.“

"Kommunikation die software- und IP-basiert erfolgt, ist wesentlich flexibler und unabhängiger vom genutzten Endgerät – genau wie die Kommunikation von Mensch zu Mensch auch. Nutzer erhalten die Möglichkeit, wesentlich kreativer mit Kommunikation umzugehen, sie ihren individuellen Präferenzen gemäß selbst zu gestalten. Vor allem kann Kommunikation vergleichsweise einfach in Abläufe und Anwendungen eingebunden werden."

Albert Heim, Technischer Analyst, Fraunhofer-Einrichtung für Systeme der Kommunikationstechnik ESK

Expertensicht: Software- und IP-basierte Kommunikation erhöht Flexibilität und Integrationsfähigkeit

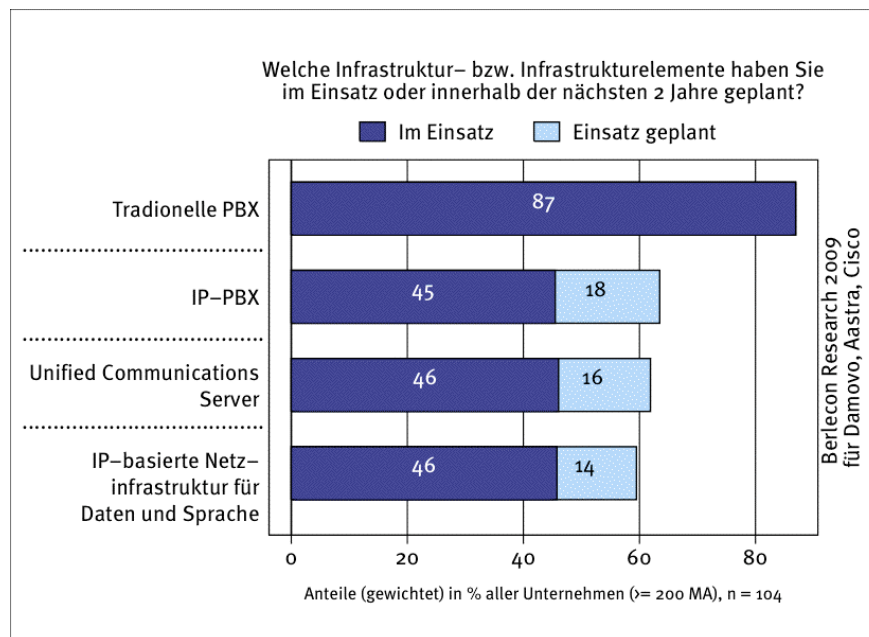


Abb. 18 Implementierte Infrastrukturelemente

Fast alle Unternehmen haben aber offensichtlich neben IP-basierten auch noch traditionelle TK-Elemente im Einsatz. Neue Technologien werden demnach neben bestehenden ITK-Elementen parallel eingesetzt, so dass in vielen Unternehmen heterogene Infrastrukturen vorherrschen. Häufig wird erst nach Ablauf der Abschreibungsfristen die traditionelle Infrastruktur im Sinne einer sanften Migration Schritt für Schritt ausgetauscht.

Strategie der sanften Migration

Auch UC-Server sind bereits in vielen Unternehmen im Einsatz, obwohl UC-Lösungen erst seit wenigen Jahren am Markt angeboten werden. Bereits 46% der befragten Unternehmen setzen verschiedene UC-Server für CTI oder IM ein, was zumindest auf eine partielle Umsetzung von UC hinweist und die Ergebnisse aus Abschnitt 3.1 bestätigt.

Fast die Hälfte der Befragten hat UC-Server im Einsatz

5.2 Kommunikationsanwendungen

In Bezug auf die verwendeten Kommunikationsanwendungen sind in deutschen Unternehmen Collaboration- und Conferencing-Tools mittlerweile sehr weit verbreitet. Insbesondere der Anteil an Conferencing-Anwendungen hat seit 2008 deutlich zugenommen¹². Nutzen zu Beginn

Collaboration und Conferencing werden allmählich zum Standard...

¹² Berlecon Research (2008): „VoIP und Unified Communications 2008. Anforderungen und Pläne deutscher ITK-Entscheider.“

des Jahres 2008 noch 32% der deutschen Unternehmen Webconferencing und 24% Video-Conferencing, sind es heute bereits 44%.¹³

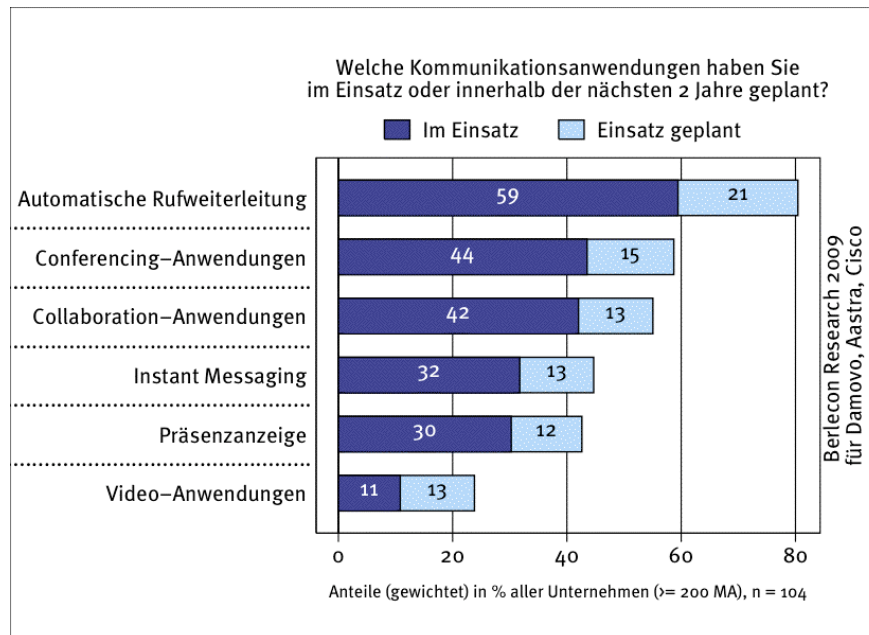


Abb. 19 Eingesetzte Kommunikationsanwendungen

Die Nutzung von Anwendungen für Instant Messaging und Präsenzanzeige verharret dagegen auf einem vergleichsweise niedrigen Niveau. Die Nutzung des Präsenzstatus ist im Vergleich zum Vorjahr um nur drei Prozentpunkte und der Einsatz von IM um lediglich zwei Prozentpunkte gestiegen.

...während die Nutzung von Präsenz und IM auf relativ niedrigem Niveau verharret

Wie die folgenden Praxisberichte zeigen, haben Collaboration-Anwendungen sowie der Austausch von Kalender- und Präsenzinformationen in vielen Unternehmen einen positiven Einfluss auf die Effizienz von Mitarbeitern. Dies gilt insbesondere für die Zusammenarbeit in standort- und länderübergreifenden Teams.

„Wir haben zahlreiche internationale Projekte, da wir global expandieren und sind häufig noch gezwungen, die "Collaboration" in Arbeitsgruppen mittels E-Mail mit Excel-, Word- oder PowerPoint-Anlagen zu realisieren. Deswegen ist Collaboration zunehmend ein Thema, z.B. für internes Arbeiten in der Linie und im Projektgeschäft. Das hat nicht nur etwas mit Convenience, sondern vor allem mit Effizienz und Effektivität zu tun.“

Praxiserfahrung:
Collaboration Tools erhöhen Effizienz und Effektivität

Dr. Carsten Nolte, Leiter Konzern Informationsmanagement, ERGO Versicherungsgruppe AG

"Meetingplace wird vorwiegend intern genutzt und führt beispielsweise dazu die time-to-market-Zeit deutlich zu verkürzen, da Mitarbeiter weltweit und zeitnah geschult werden können.“

Praxiserfahrung:
Collaboration mit Meetingplace verringert Time to market

Harald Füssinger, IT-Leiter, wenglor sensoric gmbh

¹³ Ein direkter Vergleich ist nur bedingt möglich, da 2008 auch Unternehmen ab 100 Mitarbeitern in der Untersuchung berücksichtigt wurden.

„Presence-Informationen bieten die Grundlage für eine schnelle und einfache Kommunikation auch über Ländergrenzen hinweg. Funktionen wie Click to Dial oder die Anzeige der Verfügbarkeit sparen sehr viel Zeit ein. Mit einem Mausklick ist während eines Telefongespräches Desktop Sharing mit einem Kollegen möglich. Die Akzeptanz der Mitarbeiter ist sehr groß, weil es einfach eine enorme Erleichterung ist.“

Harald Füssinger, IT-Leiter, wenglor sensoric gmbh

Praxiserfahrung: Präsenz erleichtert länderübergreifende Zusammenarbeit...

„Die Kalenderintegration ist mittlerweile von vielen Mitarbeitern freigegeben, weil's einfach sehr praktisch ist, wenn man in einer Konferenz oder einem Meeting nicht mehr gestört wird. Jedem Mitarbeiter steht es aber frei, inwieweit er Kalenderinformationen freigeben möchte oder nicht.“

Markus Sauerbier, Produktmanager, Pharmaserv GmbH & Co KG

Praxiserfahrung: ...aber auch die unternehmensinterne Koordination und Organisation

Aber auch Videokonferenz-Anwendungen werden zunehmend in Unternehmen genutzt, um die Zusammenarbeit über Distanzen hinweg persönlicher und effizienter zu gestalten und Reisekosten einzusparen. Die Bedeutung der visuellen Kommunikation für die Effizienz von Meetings betont die folgende Expertenaussage einer Arbeits- und Organisationspsychologin:

„Allerdings überwinden nur die Daten (und auch die nicht immer) schnell und mühelos die großen Entfernungen. Für die beteiligten Menschen führt verteiltes Arbeiten zu einer psychischen Entfernung, die in der Teamarbeit nicht immer einfach zu überbrücken ist. Diese kann teilweise durch geeignete Kommunikationstechnologien verringert werden. Videoverbindungen ermöglichen ein hohes Maß an Präsenz, dem Gefühl „beinahe wirklich dort“ zu sein, sich beinahe „richtig“ begegnet zu sein.“

Expertensicht: Mit Videokonferenzen psychische Entfernung überwinden und Qualität von Meetings erhöhen

Die soziale Kontrolle ist bei Videokonferenzen deutlich höher als bei Telefonkonferenzen. Die Leute haben Möglichkeiten der nonverbalen Kommunikation, sie nehmen intensiver teil und allein das trägt meist zur Qualität der Meetings bei.“

Dr. Kristina Lauche, Associate Professor Delft University of Technology, Faculty of Industrial Design Engineering, Department of Product Innovation Management

5.3 UC auf mobilen Endgeräten

Während UC-Anwendungen zunehmend Einzug auf dem Desktop halten, ist die mobile Nutzung von UC-Anwendungen auf Mobiltelefonen oder Smartphones noch sehr begrenzt – das illustrieren die Ergebnisse der Befragung in Abbildung 20. Lediglich der Zugriff von mobilen Endgeräten auf unternehmenseigene Directories wie Kundendatenbanken, Adressregister usw. ist heute schon in vielen Unternehmen üblich (54%). Allerdings ist damit nicht unbedingt die nahtlose Einbindung dieser Directories in mobile Kommunikationsanwendungen im Sinne einer UC-Strategie verbunden.

Bisher begrenzte Nutzung auf mobilen Endgeräten

"Zwar ist in vielen Unternehmen der Zugriff von mobilen Endgeräten auf Kontaktdatenbanken bzw. deren Synchronisierung möglich. Im Rahmen von UC sollten mobile Endgeräte aber darüber hinausgehend als mobile Nebenstelle agieren können. Im Optimalfall bietet ein Soft Client auf dem Handy dieselben Funktionalitäten wie ein Desktop-Telefon.“

Expertensicht: Mobiler Zugriff auf Directories

Albert Heim, Technischer Analyst, Fraunhofer-Einrichtung für Systeme der Kommunikationstechnik ESK

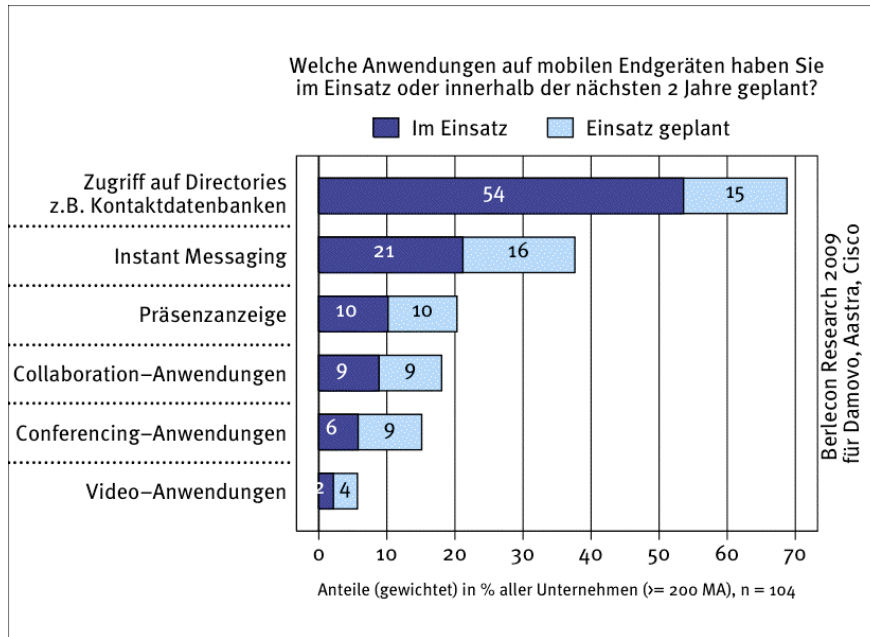


Abb. 20 Mobile Nutzung von UC-Anwendungen

Instant Messaging auf mobilen Endgeräten wird immerhin von jedem fünften deutschen Unternehmen genutzt. Collaboration- und Conferencing Tools spielen dagegen aus nachvollziehbaren Gründen bisher nur eine untergeordnete Rolle.

"Nutzen und Usability von Collaboration- und Conferencing-Anwendungen auf mobilen Endgeräten sind für den Anwender relativ begrenzt. Die Funktionalitäten von Instant Messaging sind mobil bereits über SMS und Mobile E-Mail nutzbar, wenn auch auf Grundlage anderer Technologien."

"Interessant ist dagegen die Einbindung von Präsenzinformationen sowie der Erreichbarkeitsstatus über mobile Endgeräte. Hier ist eine sehr differenzierte Ausgestaltung der Präsenzinformationen möglich, die jedoch weitgehend automatisiert erfolgen sollte."

Albert Heim, Technischer Analyst, Fraunhofer-Einrichtung für Systeme der Kommunikationstechnik ESK

Expertensicht: UC-Anwendungen auf mobilen Endgeräten

5.4 Anwendungsintegration

Unified Communications beschreibt nach der dieser Untersuchung zugrunde gelegten Definition, die Integration verschiedener Kommunikationskanäle UND deren Einbindung in IT-Anwendungen. Ziel ist es, Kommunikationsfunktionalitäten direkt aus IT-Anwendungen heraus nutzbar zu machen. Offensichtlich wird aber dieser Integrationsgedanke in deutschen Unternehmen trotz der umfangreichen UC-Umsetzungen und -Pläne noch weitgehend vernachlässigt.

Fast die Hälfte der deutschen Unternehmen (47%), die UC einsetzen oder dies erwägen, haben die Integration in Produktivitätsanwendungen wie in Office-Suiten oder Groupware weder umgesetzt noch innerhalb der kommenden zwei Jahre geplant.

Integrationsgedanke wird in deutschen Unternehmen noch weitgehend vernachlässigt

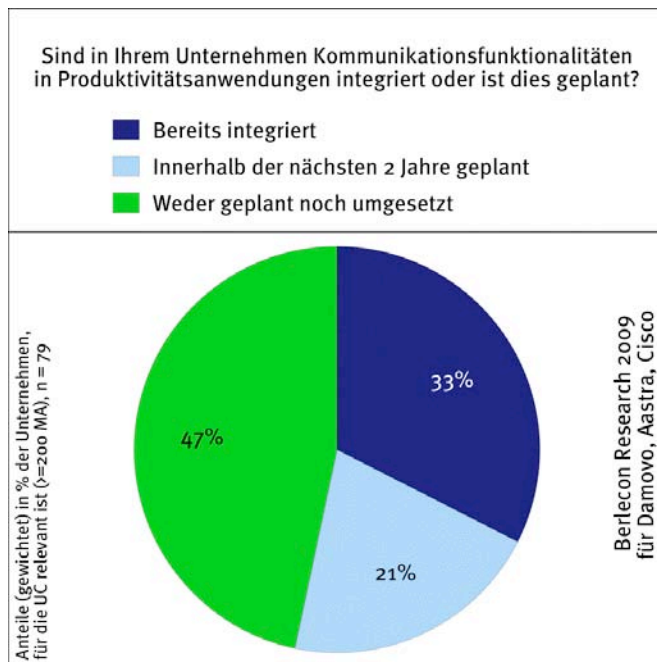


Abb. 21
Anwendungsintegration in Produktivitätsanwendungen

Ein ähnliches Bild zeichnet sich auch bei Prozessanwendungen ab. Ein großer Teil der befragten Unternehmen (47%) hat noch keine UC-Kommunikationsfunktionalitäten in Anwendungen wie CRM oder ERP integriert und plant dies auch nicht (siehe Abb. 22).

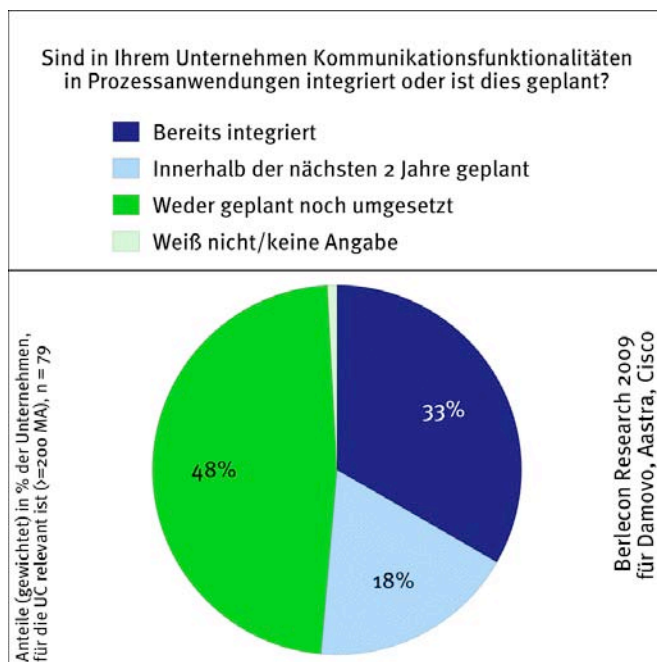


Abb. 22
Anwendungsintegration in Prozessanwendungen

Demnach besteht aus unserer Sicht im Bezug auf die Anwendungsintegration noch ein erheblicher Handlungsbedarf in deutschen Unternehmen. Denn Unternehmen lassen damit wichtige Potenziale von UC, die erst durch die Anwendungsintegration wirklich zum Tragen kommen, unausgeschöpft. Erst die Einbindung von UC-Funktionalitäten in IT-Anwendungen ermöglicht eine umfangreiche Optimierung von Unternehmensprozessen – was ja explizites Ziel von UC-Implementierungen ist (siehe Abschnitt 4.1).

Fehlende Anwendungsintegration lässt wichtige Potenziale von UC unausgeschöpft

Das bestätigen auch die Erfahrungen aus der Praxis:

„Unified Communications macht nur Sinn, wenn man die Kommunikationsfunktionalitäten entsprechend in Anwendungen einbindet. Bei unseren Kunden war anfangs die Integration im Wesentlichen noch auf die Kommunikationsebene, also z.B. die E-Mail-Integration, begrenzt. Wir sind als Dienstleister natürlich ein paar Schritte voraus, und haben für einige Kunden und Pharnaserv bereits die Einbindung in Ticketsysteme (IT-Support) oder CRM-Applikationen hergestellt. Außerdem betreiben wir mittlerweile mehrere IP-Callcenter für unsere Kunden.“

Markus Sauerbier, Produktmanager, Pharnaserv GmbH & Co KG

Praxiserfahrung: Auf Kundenseite ausschließlich Integration von Kommunikationsfunktionen

„Terminabsprachen in Outlook, SMS/Faxintegration oder Konferenzsysteme verbessern die Kommunikation, aber bei der Anwendungsintegration z.B. in das CRM, wird das Ganze schon viel interessanter.“

Hans-Jörg Hertwig, Head of IT Infrastructure & Telecommunication, Credit Suisse Deutschland AG

Praxiserfahrung: Zusatznutzen durch Integration in Geschäftsanwendungen

Zwischenfazit

- Die Migration auf IP schreitet in deutschen Unternehmen zunehmend voran. Rund 45% der Unternehmen haben eine IP-basierte Nebenstellenanlage (IP-PBX) und/oder ein gemeinsames IP-Netz für Daten und Sprache im Einsatz. Damit ist der Anteil seit 2008 deutlich gestiegen.
- Auch der Einsatz von Collaboration- und Conferencing-Anwendungen hat seit 2008 deutlich zugenommen (über 40%), während die Nutzung von Präsenz und IM auf relativ niedrigem Niveau verharrt.
- UC-Anwendungen werden auf mobilen Endgeräten derzeit noch sehr begrenzt genutzt.
- Offensichtlich wird der Integrationsgedanke von UC in deutschen Unternehmen noch weitgehend vernachlässigt. Fast die Hälfte der deutschen Unternehmen, die UC einsetzen oder dies erwägen, haben die Integration in IT-Anwendungen weder umgesetzt noch innerhalb der kommenden zwei Jahre geplant.
- Damit lassen deutsche Unternehmen wichtige Potenziale von UC unausgeschöpft.

Zwischenfazit: Mehrwert und Herausforderungen von UC

6 Managed Services und SaaS

Technologieanbieter, Systemintegratoren und Netzbetreiber aus dem IT- und TK-Bereich bieten UC-Lösungen derzeit zunehmend auch in Form neuer Dienstleistungsmodelle an.¹⁴ Dabei lässt sich unterscheiden zwischen Managed Services und „as-a-Service-Angeboten“. Im Fall von Managed Services übernimmt ein externer Dienstleister Betrieb und Wartung der – in der Regel beim Kunden installierten – VoIP- und UC-Infrastruktur. Dabei wird der Betrieb entweder der gesamten Kommunikationsinfrastruktur oder einzelner Teile wie etwa der Nebenstellenanlagen ausgelagert. Der Dienstleister garantiert über Service Level Agreements (SLA) eine mit dem Kunden ausgehandelte

Managed Services

¹⁴ Siehe auch: Berlecon Research (2009): „Managed VoIP und UC. Konzepte, Wertversprechen, Praxisbeispiele.“ (www.berlecon.de/managedvoip)

Dienstqualität und Verfügbarkeit der betriebenen Technologien und ihrer Funktionalität.

Werden UC-Lösungen „as a Service“ (SaaS) durch einen Dienstleister bereitgestellt, betreibt der Provider die Lösung in eigenen Rechenzentren, an die seine Kunden über ein sicheres Virtual Private Network (VPN) angebunden sind. Die Mitarbeiter nutzen die Kommunikationsdienste netzbasiert über Software Clients und physische Endgeräte. Wie auch bei Managed Services wird die Dienstqualität über ausgehandelte SLAs geregelt.

Wie die Ergebnisse der vorliegenden Studie zeigen, spielen SaaS-Angebote in der praktischen Anwendung in Deutschland bisher jedoch noch kaum eine Rolle. Allerdings hält etwa jedes fünfte Unternehmen die Nutzung von SaaS im Bereich Kommunikationsinfrastruktur und -anwendungen für durchaus sinnvoll (siehe Abb. 24).

In Bezug auf Managed Services zeichnet sich ein etwas anderes Bild ab. Managed Services sind sowohl im Infrastruktur- als auch im Anwendungsbereich deutlich weiter verbreitet. So nutzen 17% Managed Services im Bereich der Netzinfrastruktur, 14% im Bereich der Kommunikationsinfrastruktur und 19% für Geschäftsanwendungen. Gleichzeitig besteht bei fast einem Drittel der Anwenderunternehmen ein eindeutiges Interesse an Managed Services, hauptsächlich in den Bereichen Netz- und Kommunikationsinfrastruktur sowie bei Kommunikationsanwendungen.

Software as a Service (SaaS)

SaaS wird bisher kaum genutzt, aber von zahlreichen Unternehmen für sinnvoll erachtet

Großes Interesse an Managed Services

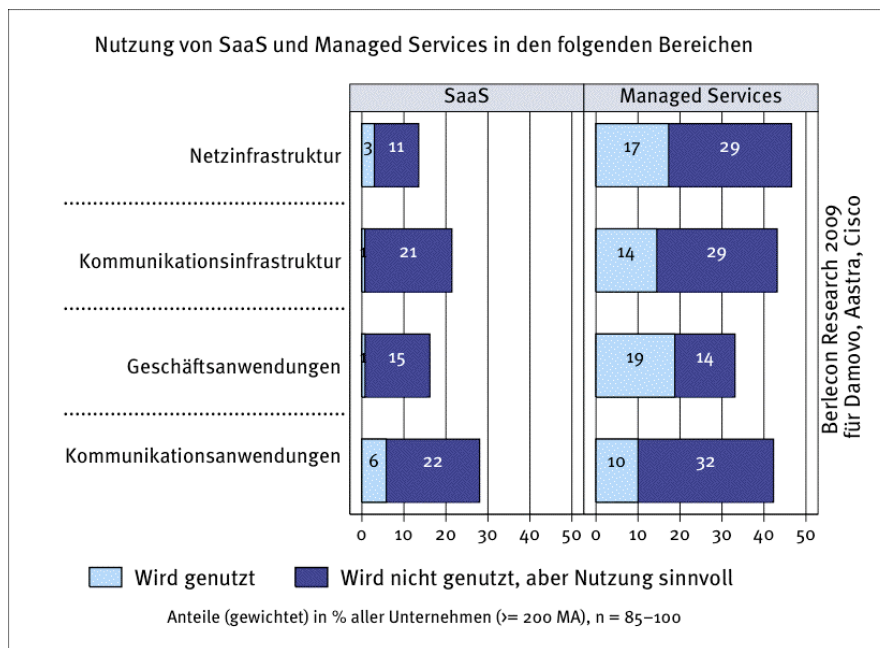


Abb. 24 Nutzung von Managed Services und SaaS

Gerade vor dem Hintergrund der in Abschnitt 4.2 dargestellten Herausforderung, dass viele Unternehmen mit UC einen hohen finanziellen Aufwand verbinden, aber aufgrund der aktuellen Wirtschaftslage derzeit keine Budgets für umfangreiche Investitionen zur Verfügung haben, dürften neue Servicemodelle wie SaaS und Managed Services in den kommenden Jahren an Bedeutung gewinnen. Das bestätigen auch die Aussagen von Experten aus der Praxis:

„Wir beziehen alle PC-Basisleistungen bereits als Managed Services. UC könnte ein neues Leistungspaket darstellen und damit ebenfalls als Managed Service aus einer Hand mit den PC-Diensten bezogen werden.“

Praxiserfahrung: UC als erweitertes Leistungspaket von Managed Services

Damit wären unsererseits auch keine dedizierten Investitionen für UC notwendig. Vielmehr würden diese im Rahmen der Basisleistungen für den Arbeitsplatz auf einer monatlichen Basis abgerechnet.“

Jens Gastrop, Abteilungsleiter Fachbereichsbetreuung Zentrale Dienste, Union IT-Services GmbH

Allerdings sprechen aus Sicht einiger Unternehmen einzelne zentrale Argumente gegen Managed-Services-Modelle. Dazu zählen Sicherheitsbedenken und der wahrgenommene Kontrollverlust. Auch werden vorhandene ITK-Kompetenzen als Stärke/Wettbewerbsvorteil des eigenen Unternehmens gesehen, die im Unternehmen verbleiben sollen:

„Managed Services kommt für uns nicht in Frage, da ein sehr umfangreiches ITK-Wissen im Haus vorhanden ist und auch im Unternehmen verbleiben soll.“

Harald Füssinger, IT-Leiter, wenglor sensoric gmbh

Betrachtet man die Nutzung von Managed Services und SaaS hinsichtlich der Unternehmensgröße, zeigen sich keine wesentlichen Unterschiede zwischen mittelgroßen und großen Unternehmen. Allein bei der Nutzung von Geschäftsanwendungen im Managed-Services-Modell lässt sich ein Unterschied erkennen: Große Unternehmen nehmen Managed-Services-Angebote im Bereich der Geschäftsanwendungen viel stärker in Anspruch (35%) als mittelgroßen Unternehmen.

Sowohl große als auch mittelgroße Unternehmen sehen insbesondere SaaS-Angebote für den Bereich der Netzinfrastruktur als nicht sinnvoll an, können sich in diesem Bereich aber die Auslagerung im Managed-Services-Modell vorstellen. Wie aus den Erfahrungsberichten deutlich wurde, werden solche Basisinfrastrukturen nur ungerne komplett in die Hände eines externen Dienstleisters gelegt.

Im Bereich der Kommunikationsinfrastruktur scheint für Unternehmen eine Auslagerung eher in Betracht zu kommen, wobei große Unternehmen die Relevanz von Managed Services und SaaS-Angeboten tendenziell höher einschätzen. Im Bereich der Kommunikationsanwendungen scheinen mittelgroße Unternehmen SaaS-Lösungen zu bevorzugen, während große Unternehmen eher Managed Services als sinnvoll erachten.

Tab 7 Relevanz von Managed Services und SaaS nach Unternehmensgröße

	Mittelgroße Unternehmen	Große Unternehmen	gesamt
Netzinfrastruktur			
SaaS sinnvoll	13%	6%	11%
Mgd. Services sinnvoll	29%	31%	29%
Kommunikationsinfrastruktur			
SaaS sinnvoll	26%	12%	21%
Mgd. Services sinnvoll	33%	21%	29%
Geschäftsanwendungen			
SaaS sinnvoll	17%	12%	15%
Mgd. Services sinnvoll	20%	0%	14%
Kommunikationsanwendungen			
SaaS sinnvoll	24%	19%	22%
Mgd. Services sinnvoll	28%	40%	32%

Nennungen in % der Befragten. Erläuterung zu den Größenklassen siehe Abschnitt 1.

Berlecon Research 2009

*Praxiserfahrung:
Vorhandene ITK-Kapazitäten
sprechen gegen Managed
UC*

*Kaum Unterschiede in der
Nutzung von SaaS und
Managed Services nach
Unternehmensgröße*

*Bei Kommunikations-
anwendungen bevorzugen
mittelgroße Unternehmen
SaaS, große Managed
Services*

Zwischenfazit

- ❑ Deutsche Unternehmen nutzen SaaS bisher kaum. Allerdings hält etwa jedes fünfte Unternehmen die Nutzung von SaaS im Bereich Kommunikationsinfrastruktur und -anwendungen für durchaus sinnvoll.
- ❑ Managed Services sind sowohl im Infrastruktur- als auch im Anwendungsbereich weiter verbreitet. Gleichzeitig besteht bei fast einem Drittel der Anwenderunternehmen ein eindeutiges Interesse an Managed Services, vor allem in den Bereichen Netz- und Kommunikationsinfrastruktur sowie bei Kommunikationsanwendungen.
- ❑ Vor dem Hintergrund, dass viele Unternehmen aufgrund der aktuellen Wirtschaftslage derzeit keine Budgets für umfangreiche Investitionen in UC zur Verfügung haben, dürften neue Servicemodelle wie SaaS und Managed Services in den kommenden Jahren an Bedeutung gewinnen.

Zwischenfazit: Managed Services und Saas

7 Zusammenfassung und Fazit

Ziel der vorliegenden Studie war es, eine aktuelle Bestandsaufnahme zum Status quo von UC in deutschen Unternehmen zu liefern. Dabei wurden nicht nur die technischen, sondern auch die organisatorischen, wirtschaftlichen und kulturellen Aspekte von Unified Communications betrachtet. Für die Studie wurden über 100 ITK-Verantwortliche in größeren deutschen Unternehmen in einer repräsentativen Erhebung befragt sowie qualitative Gespräche mit Experten aus der Praxis sowie mit Wissenschaftlern geführt.

Dabei hat die Analyse gezeigt, dass UC kein reines Hype-Thema mehr ist, sondern praktische Relevanz für Unternehmen besitzt. So hat etwa jedes zweite deutsche Unternehmen bereits UC-Projekte umgesetzt, befindet sich derzeit in der Umsetzung oder hat eine Implementierung von UC innerhalb der kommenden zwei Jahre geplant. Ein weiteres Viertel der Unternehmen beschäftigt sich intensiv mit UC.

Treibende Kräfte hinter UC-Projekten sind vor allem IT- und integrierte ITK-Abteilungen. Die Entscheidungen über die technische und finanzielle Umsetzung werden aber fast immer auch auf Managementebene getroffen.

Die technologische Konvergenz von IT und TK, die durch UC vorangetrieben wird, spiegelt sich zunehmend auch in der Organisationsstruktur der Unternehmen wider. Drei Viertel von ihnen haben IT- und TK-Verantwortung bereits in einer integrierten ITK-Abteilung zusammengeführt.

Allerdings unterscheidet sich der Stellenwert von IT und TK weiterhin: Während die IT die Geschäftsbereiche und ihre Prozesse aktiv unterstützen soll, herrscht mit Blick auf die TK häufig noch eine operative Sichtweise vor. Immerhin erkennt mehr als die Hälfte der Unternehmen den strategischen Stellenwert von IT und TK.

Deutsche Unternehmen führen UC vor allem ein, um ihre Kundenkommunikation zu verbessern (73%), ihre Mitarbeiter an verschiedenen Standorten besser zu vernetzen (68%) und um ihre Geschäftsprozesse insgesamt zu beschleunigen (67%). Für die Umsetzung von UC gibt es verschiedene technologische Ausgangspunkte – die Netzinfrastruktur, Kommunikationsinfrastruktur oder -anwendungen sowie Geschäftsan-

wendungen, die alle gleichermaßen relevant sind. Einen „Königsweg“ gibt es nicht.

Etwa die Hälfte der Unternehmen verspricht sich von UC Kosteneinsparungen – vor allem durch die Konsolidierung der ITK-Infrastruktur sowie durch die Optimierung ihrer Geschäftsprozesse.

Allerdings gilt es auf dem Weg zu einer einheitlichen, konvergenten Kommunikationsumgebung auch einige Herausforderungen zu meistern. Die größte Herausforderung besteht aus Sicht der Unternehmen in den derzeit, durch die aktuelle Wirtschaftslage bedingten, knappen ITK-Budgets (36%). Denn UC ist nach Einschätzung von 40% der Befragten mit einem relativ hohen finanziellen Aufwand verbunden. Darüber hinaus ist für 31% der Befragten die notwendige Änderung der Kommunikationskultur im Unternehmen eine Herausforderung.

Status quo Infrastruktur, Anwendungen und Integration

IP-basierte Kommunikationsinfrastrukturen sind meist die Grundlage für UC-Umgebungen. Dabei zeigen die Ergebnisse der Analyse, dass die IP-Migration in deutschen Unternehmen zunehmend voranschreitet. Rund 45% der Unternehmen haben eine IP-basierte Nebenstellenanlage (IP-PBX) und/oder ein gemeinsames IP-Netz für Daten und Sprache im Einsatz. Damit ist der Anteil seit 2008 deutlich gestiegen.

Fazit

Auch der Einsatz von Collaboration- und Conferencing-Anwendungen hat seit 2008 deutlich zugenommen (über 40%), während die Nutzung von Präsenz und IM auf relativ niedrigem Niveau verharret. UC-Anwendungen werden auf mobilen Endgeräten dagegen derzeit noch sehr begrenzt genutzt.

Handlungsbedarf gibt es aber vor allem bei der Integration von UC-Funktionalitäten in IT-Anwendungen. Offensichtlich wird der Integrationsgedanke von UC in deutschen Unternehmen noch weitgehend vernachlässigt. Fast die Hälfte der deutschen Unternehmen, die UC einsetzen oder dies erwägen, haben die Integration in IT-Anwendungen weder umgesetzt noch innerhalb der kommenden zwei Jahre geplant. Damit lassen sie wichtige Potenziale von UC unausgeschöpft.

Managed Services und SaaS

UC-Anwendungen werden derzeit verstärkt auch als Managed Service oder Software as a Service (SaaS) angeboten. SaaS spielt allerdings in deutschen Unternehmen in der praktischen Nutzung bisher kaum eine Rolle. Allerdings hält etwa jedes fünfte Unternehmen die Nutzung von SaaS im Bereich Kommunikationsinfrastruktur und -anwendungen für durchaus sinnvoll.

Managed Services sind sowohl im Infrastruktur- als auch im Anwendungsbereich weiter verbreitet. Gleichzeitig besteht bei fast einem Drittel der Anwenderunternehmen ein eindeutiges Interesse an Managed Services, vor allem in den Bereichen Netz- und Kommunikationsinfrastruktur sowie bei Kommunikationsanwendungen.

Vor dem Hintergrund, dass viele Unternehmen aufgrund der aktuellen Wirtschaftslage derzeit keine Budgets für umfangreiche Investitionen in UC zur Verfügung haben, dürften neue Servicemodelle wie SaaS und Managed Services in den kommenden Jahren an Bedeutung gewinnen.

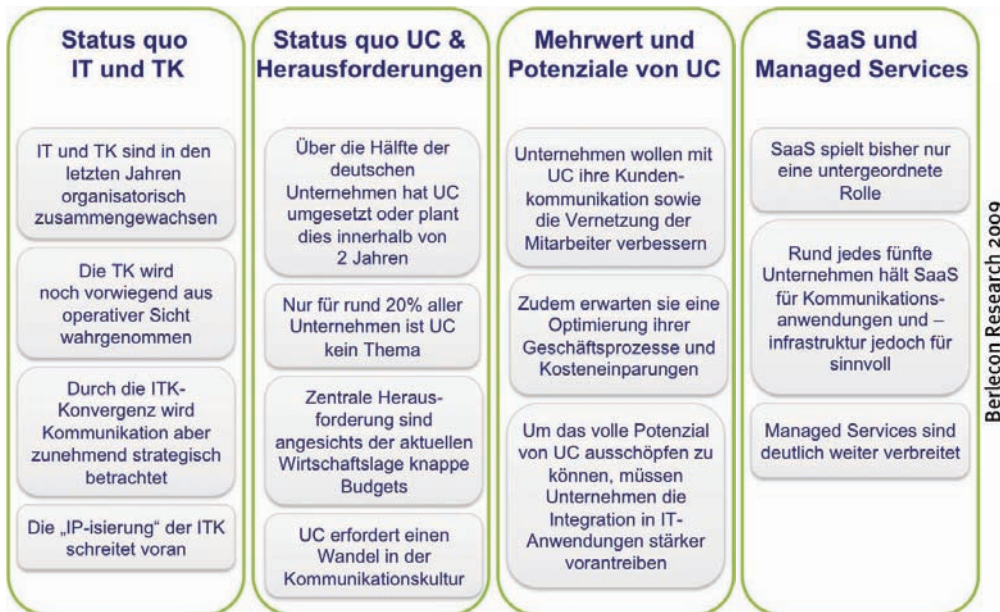


Abb. 25 Zusammenfassung

Berlecon Research 2009

UNABHÄNGIGKEIT, DATENSCHUTZ, HAFTUNGSAUSSCHLUSS UND NUTZUNGSRECHTE

Unabhängigkeit und Datenschutz

Diese Studie wurde allein von Berlecon Research erstellt. Die Auftraggeber hatten keinen Einfluss auf die Auswertung der Daten und die Erstellung der Studie.

Den Teilnehmern an der Studie wurde Vertraulichkeit ihrer Angaben zugesichert. Keine Aussage lässt Rückschlüsse auf individuelle Unternehmen zu, und keine individuellen Befragungsdaten wurden an den Auftraggeber oder sonstige Dritte weitergegeben.

Alle Studienteilnehmer sind zufällig ausgewählt worden. Es besteht kein Bezug zwischen der Studiererstellung und einer etwaigen Kundenbeziehung zwischen den Befragten und den Auftraggebern dieser Studie.

Haftungsausschluss

Die Inhalte dieses Reports wurden mit der größtmöglichen Sorgfalt zusammengestellt, eine Gewähr für ihre Richtigkeit kann jedoch nicht übernommen werden. Einschätzungen und Beurteilungen spiegeln unseren gegenwärtigen Wissensstand im Mai 2009 wider und können sich jederzeit ändern. Das gilt insbesondere, aber nicht ausschließlich, für zukunftsgerichtete Aussagen.

In diesem Report vorkommende Namen und Bezeichnungen sind möglicherweise eingetragene Warenzeichen.

Nutzungsrechte

Dieser Report ist urheberrechtlich geschützt. Jegliche Vervielfältigung oder Weitergabe an Dritte, auch auszugsweise, bedarf der vorherigen expliziten Einwilligung der Auftraggeber des Reports. Auch die Veröffentlichung oder Weitergabe von Tabellen, Grafiken etc. in anderen Publikationen bedarf der vorherigen Genehmigung.