

Ein Projekt von

WEKA **CONSULTING**

funkschau

ICT
CHANNEL

LANline
IT • Network • Datacenter



Studie

Digital Workplace

2021/22



weka-fachmedien.de



IN ZUSAMMENARBEIT MIT



Platin-Sponsoren



NFON
Die Cloud-Telefonanlage



Gold-Sponsoren



Bronze-Sponsoren



STARFACE
COMFORTPHONING

ARBEIT NEU DENKEN

Klassische Arbeitsmodelle, geprägt von Präsenzkultur und 9-to-5, weichen in vielen Unternehmen langsam, aber sicher modernen, vielschichtigen Konzepten. Eine, wie es scheint, unausweichliche Entwicklung – beispielsweise, um erfolgreich (um vielerorts rare) junge Fachkräfte werben zu können. Sie hat im Zuge des pandemiebedingten Homeoffice-Booms nochmals deutlich an Fahrt gewonnen. So überrascht es kaum, dass sich mittlerweile ein Großteil der Befragten unserer Studie auch künftig eine Mischung aus Heim- und Büroarbeit wünscht – noch weit vor reinen Homeoffice-Modellen.

Doch diese neue Arbeitswelt, dieser Arbeitsplatz der Zukunft ist alles andere als ein Selbstläufer. Er setzt individuelle Werkzeuge und Prozesse voraus, die noch längst nicht in jedem Unternehmen zum Alltag gehören. Nach wie vor gibt es Entwicklungsbedarf, beispielsweise im Bereich Cyber Security oder auch bei grundsätzlich fehlenden Ressourcen im IT-Bereich.

Jedoch: Die größten Herausforderungen bei der Umsetzung eines vollumfänglichen Digital Workplace sind laut den vorliegenden Ergebnissen nicht technischer Natur. So bewerten die Befragten Widerstände des Managements als entscheidende Hürde – weit vor IT-relevanten Aspekten. Aber gleichzeitig gilt die Geschäftsführung mit deutlichem Abstand als maßgebende Triebkraft für entsprechende Strategien. Das schafft potenzielle Reibungspunkte, wenn unter anderem wirtschaftliche Anforderungen und persönliche Wünsche aufeinandertreffen.

Welche Bausteine darüber hinaus wesentlich für die erfolgreiche Umsetzung sind und wo sich Unternehmen derzeit auf dem Weg zum Arbeitsplatz der Zukunft befinden, das erfahren Sie auf den kommenden Seiten. Wir wünschen Ihnen eine interessante Lektüre und bedanken uns an dieser Stelle bei allen Teilnehmenden sowie unseren Sponsoren-Partnern, die dieses Projekt tatkräftig unterstützt haben.



STEFAN ADELMANN,

Director Content ICT
WEKA FACHMEDIEN

Ihr

ZU DEN ABGEBILDETEN GRAFIKEN:

Sofern mit „Gesamt“ gekennzeichnet, spiegeln die Grafiken in dieser Veröffentlichung die Angaben aller Teilnehmenden der Befragung wider. Darüber hinaus sind weitere Ergebnisse nach Unternehmensgröße sowie der jeweiligen Position der Befragten aufgeschlüsselt.

INHALT

EXECUTIVE SUMMARY

06 Vier Digital-Workplace-Experten ordnen die Ergebnisse der Befragung ein

08 Die wichtigsten Erkenntnisse der Studie auf einen Blick

HYBRIDE ARBEITSWELTEN

11 Die Mehrheit wechselt aktuell zwischen Homeoffice und Büro

12 Nur jeder Zehnte will ausschließlich im Büro arbeiten

14 Kaum negative Erfahrungen mit verteilten Teams

15 Viele, aber längst nicht alle Unternehmen haben eine Roadmap

TECHNISCHE BASIS

17 Solide Ausgangslage

19 E-Mail liegt weiterhin vorn, Videokonferenzen holen auf

20 Viele Unternehmen bereits gut gerüstet

ENTSCHEIDENDE TECHNOLOGIEN

25 Hybride Arbeitsplätze sollen mobil und sicher sein

26 Cloud: Großunternehmen geben Gas, aber auch KMU ziehen nach

27 Videokonferenzen: Gut sehen, gut hören, gut zu bedienen

28 IT-Sicherheit: Ein Thema von Mensch und Technik

29 Es besteht Nachholbedarf bei IT-Security

INHALT

DER ARBEITSPLATZ DER ZUKUNFT

- 31 Bugdets für die Modernisierung der IT
- 32 Ohne kulturellen Wandel geht es nicht
- 34 Abschied von 9-to-5 und Präsenzkultur?
- 35 Von internen Widerständen bis hin zu fehlender Technik

EXPERTENINTERVIEW

- 36 Thomas Muschalla von NFON über die Prozesse auf dem Weg zum Digital Workplace
- 38 Norbert Müller von secunet über den Boom hybrider Arbeitskonzepte

SPONSOREN STELLEN SICH VOR

- 41 secunet
- 42 Pexip
- 43 byon
- 44 STARFACE
- 45 IVANTI
- 46 NFON
- 47 Logitech

METHODIK & TEAM

- 48 Die Hintergründe der Befragung und die Autoren dieser Veröffentlichung



6

EXECUTIVE SUMMARY

Studie Digital Workplace

Bild: NFON



THOMAS MUSCHALLA,
Vice President Sales,
NFON AG

„Beschleunigter Ausbau des Glasfasernetzes und einfacherer Datenzugang für KMUs sind unter anderem Ziele der Ampel-Koalition. Damit will die Politik die Digitalisierung deutscher Unternehmen vorantreiben. Dass das wünschenswert ist, zeigt die Studie zum Thema Digital Workplace.

So setzen heute 60 Prozent der befragten Unternehmen laut der Studie mehr auf digitale Cloud-Lösungen. Gründe für den Trend sind beispielsweise das wachsende Vertrauen beim Thema Datenschutz und die leichte Einrichtung. Bei beiden Punkten kann auch Cloudya, die Lösung für Business-Kommunikation von NFON, überzeugen. Der Service schafft herkömmliche, stationäre Hürden ab. Flexibilität spricht ebenfalls für digitale Lösungen. Moderne Technologien ermöglichen neue Arbeitsszenarien wie etwa das Homeoffice. Für 38 Prozent der Befragten wirkt sich die Vielfalt des Digital Workplace positiv auf die Zufriedenheit der Arbeitnehmer aus. Das heißt, die Investition in Cloud-Lösungen zahlt sich bei der Motivation der Mitarbeiter aus.“

Bild: secunet



NORBERT MÜLLER,
Leiter Division Public Authorities,
secunet Security Networks AG

„Die Ergebnisse sind eindeutig: Die Digitalisierung und Flexibilisierung der Arbeitswelt ist nicht mehr aufzuhalten. Hybride Arbeitskonzepte werden stets attraktiver, sowohl für die Fachabteilungen als auch die Geschäftsführungen. Eine vollständige Rückkehr zur Präsenzarbeit ist nicht mehr denkbar: Lediglich 11 Prozent der befragten Unternehmen befürworten das, während 66 Prozent das hybride Arbeitsmodell als Wunschkonzept angeben. Im Zuge der Corona-Pandemie haben viele Unternehmen ihre Mitarbeitenden mit mobilen Endgeräten wie Laptops ausgestattet. Die Grundlage dafür ist eine sichere Gesamtlösung in puncto Kommunikation und Kollaboration. Mit neuer Technik allein ist es aber nicht getan. New Work umfasst zudem Werte wie Vertrauen und Verlässlichkeit. Nicht zu vergessen ist schließlich die Corporate Identity, die es als gemeinschaftsstiftenden Faktor insbesondere im Zeitalter der Flexibilität zu stärken und zu schärfen gilt.“

Bild: Ivanti



JOHANNES CARL,
Expert Manager PreSales – UEM,
Ivanti

„Die Studie wirft ein interessantes Licht auf die teils deutlichen Perzeptionsunterschiede von Unternehmensleitung und IT-Teams mit Blick auf die Absicherung digitaler Arbeitsplatzstrukturen. Während die Geschäftsführungsebene ihre Organisation generell gut aufgestellt sieht, bleiben die IT-Experten zurückhaltender. Ob dies auf ein mangelndes Verständnis des Managements der dafür nötigen Technologiekonzepte zurückzuführen ist oder die Kompetenz der Organisation schlicht überschätzt wird, bleibt zu prüfen. Letzteres wäre jedoch gravierend. Denn der Everywhere Workplace schafft neue Angriffsvektoren, die nur durch konsequente mobile Sicherheitskonzepte wie Zero-Trust-Security und biometrische Authentifizierungsverfahren geschlossen werden können. Hier ist die IT noch stärker gefordert, den engen Austausch mit der Geschäftsführung zu suchen und sich als strategischer Partner zu positionieren.“

Bild: Pexip



THOMAS NICOLAUS,
Managing Director DACH,
Pexip Germany GmbH

„Videokommunikation ist zu einem integralen Bestandteil interner und externer Kommunikation geworden. Allerdings: Videokonferenzen müssen nutzerfreundlich und in HD-Qualität sein um eine einfache, virtuelle und zugleich persönliche Kommunikation zu ermöglichen. In der hybriden Zusammenarbeit, welche laut dieser Studie weiter zunehmen wird, spielt ein weiteres Detail eine Rolle: Nur wenn auch Interoperabilität zwischen den Videokollaborations-Tools und Videokonferenzsystemen im Büro gegeben ist, können die Teilnehmer nahtlos aus verschiedenen Systemen beitreten. Weiterer Faktor ist der Datenschutz. Als europäischer Anbieter stehen Sicherheitsaspekte bei uns besonders im Vordergrund. Deshalb wird Pexip bevorzugt von Unternehmen, Banken und Behörden angewendet. Der Vorteil einer einheitlichen Video-Plattform zeigt sich auch in der Kundenkommunikation: Durch Integration in Workflows und eine einheitlich gebrandete Oberfläche bieten Unternehmen ihren Kunden ein markenspezifisches Videoerlebnis.“

ERGEBNISSE DER BEFRAGUNG IM ÜBERBLICK



14%
der Befragten bewerten
ihr Unternehmen bereits
als vollumfänglichen
Arbeitsplatz der Zukunft,
53%
zumindest teilweise.

66% der Befragten wünschen
sich für die Zukunft ein hybrides
Arbeitskonzept.

65% der Unternehmen werden
dieses künftig voraussichtlich auch
anbieten.



Mehr als **67%**
sehen die Geschäftsführung in der
Hauptverantwortung bei der Umsetzung
von Digital-Workplace-Strategien,

12% hingegen die IT-Abteilung.

Wiederum **77%**
geben an, dass eine technisch
und personell gut ausgestattete
IT-Abteilung Grundvoraussetzung
für einen funktionierenden Digital
Workplace ist.



Die wichtigsten technischen Bausteine für den Digital Workplace:

Breitbandanbindung, IT-Security und mobile Endgeräte.



Schulungen für die Mitarbeitenden und VPN-Lösungen sind die wichtigsten Werkzeuge für eine hohe IT-Sicherheit am Arbeitsplatz der Zukunft.

Fast zwei Drittel der Befragten sind mit der technischen Ausstattung ihres Arbeitsplatzes aktuell zufrieden oder sogar sehr zufrieden.

24% gehen „absolut“ davon aus, dass sich Unternehmen künftig hin zu neuen Arbeitsmodellen entwickeln werden,

weitere **36%** rechnen zu großen Teilen damit.



Widerstände des Managements gelten als größte Hürden auf dem Weg zum Digital Workplace – dicht gefolgt von betrieblichen Rahmenbedingungen und verschiedenen technischen Aspekten.

10

HYBRIDE ARBEITSWELTEN

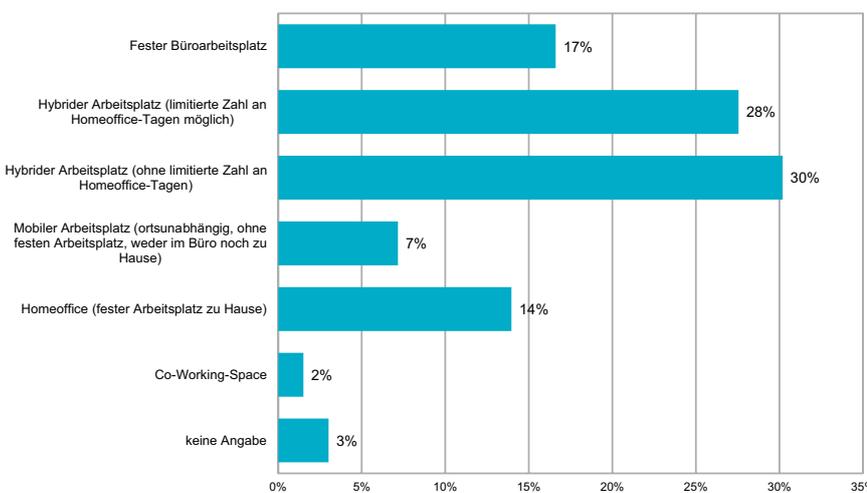
Studie Digital Workplace

HYBRID WORK AUF DEM WEG ZUM STANDARD

DIE MEHRHEIT WECHSELT AKTUELL ZWISCHEN HOMEOFFICE UND BÜRO

Aktuelles Arbeitskonzept im Unternehmen

Gesamt



n = 265

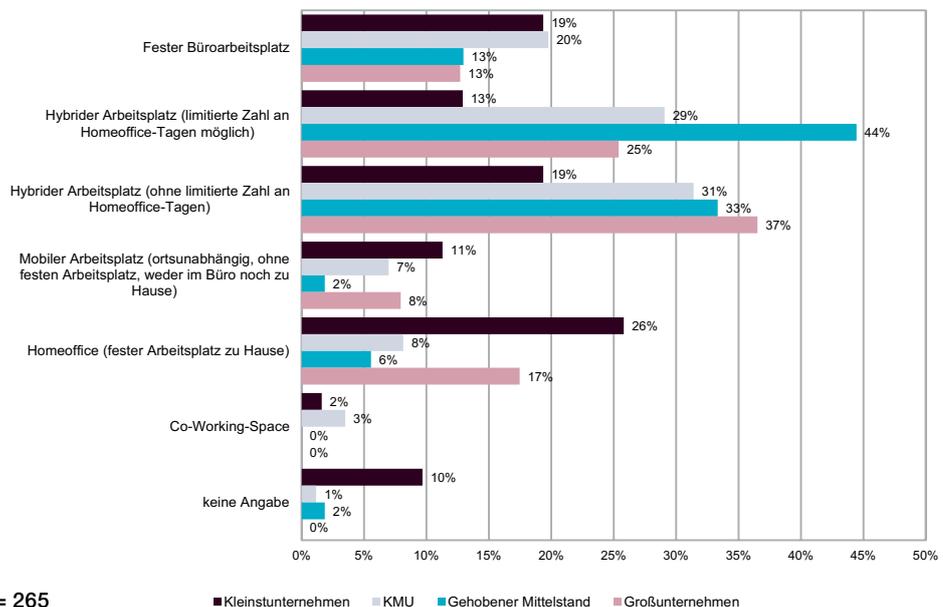
Nur noch 17 %
der Befragten arbeiten
im Moment an einem
fixen Büroarbeitsplatz.

Das erste und eines der wichtigsten Ergebnisse der Studie ist eindeutig: Der traditionelle Office-Arbeitsplatz hat – zumindest im Moment – als Standard ausgedient. Nur 17 Prozent der Befragten gaben an, ihrem Dienst derzeit von einem fixen Büroarbeitsplatz aus nachzugehen. 28 beziehungsweise 30 Prozent nannten als derzeitige Regelung einen hybriden Arbeitsplatz mit und ohne Beschränkung der Homeoffice-Tage. Die verbleibenden rund 23 Prozent teilen sich auf ausschließliche Homeoffice-Arbeit, mobiles Arbeiten und Co-Working-Konzepte auf.

Die Unterscheidung nach Unternehmensgröße verdeutlicht wiederum zwei bemerkenswerte Ergebnisse: Der gehobene Mittelstand scheut offenbar eher davor zurück, die Zahl der Homeoffice-Tage vollständig den Mitarbeitenden zu überlassen. Unternehmen dieser Größe regulieren die Anzahl der Tage häufiger (44 Prozent). Die Großunternehmen handhaben das Konzept hingegen oftmals freier. Weiteres Ergebnis: Kleinunternehmen setzen am häufigsten (26 Prozent) auf eine Homeoffice-Regelung ohne Büroalternative.

Aktuelles Arbeitskonzept im Unternehmen

nach Unternehmensgröße

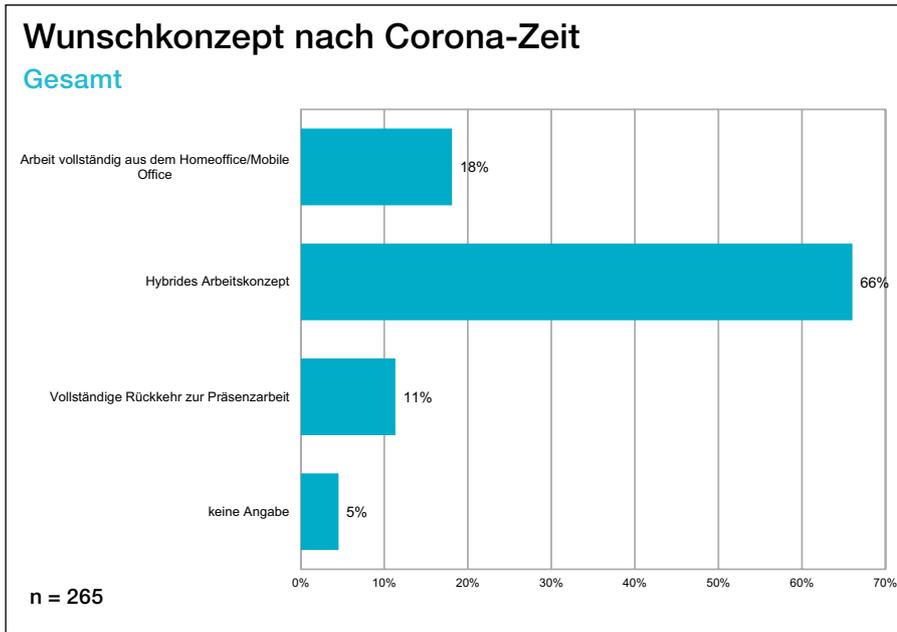


n = 265

■ Kleinunternehmen ■ KMU ■ Gehobener Mittelstand ■ Großunternehmen

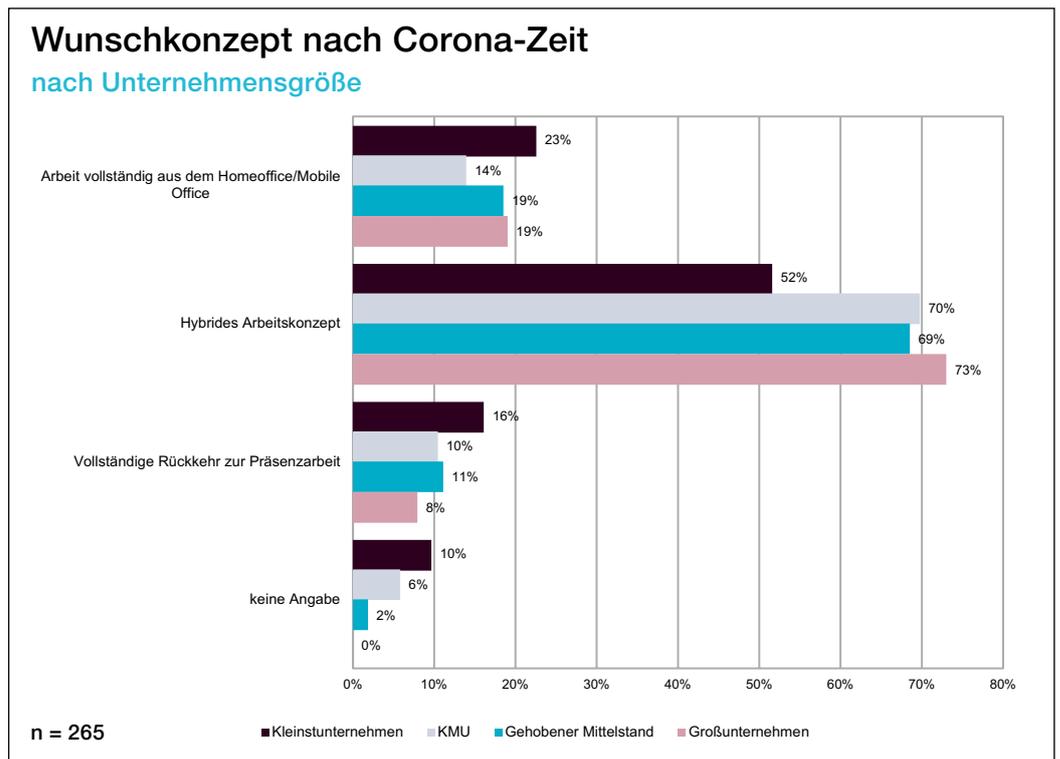
KLARER WUNSCH: IN ZUKUNFT BITTE HYBRID

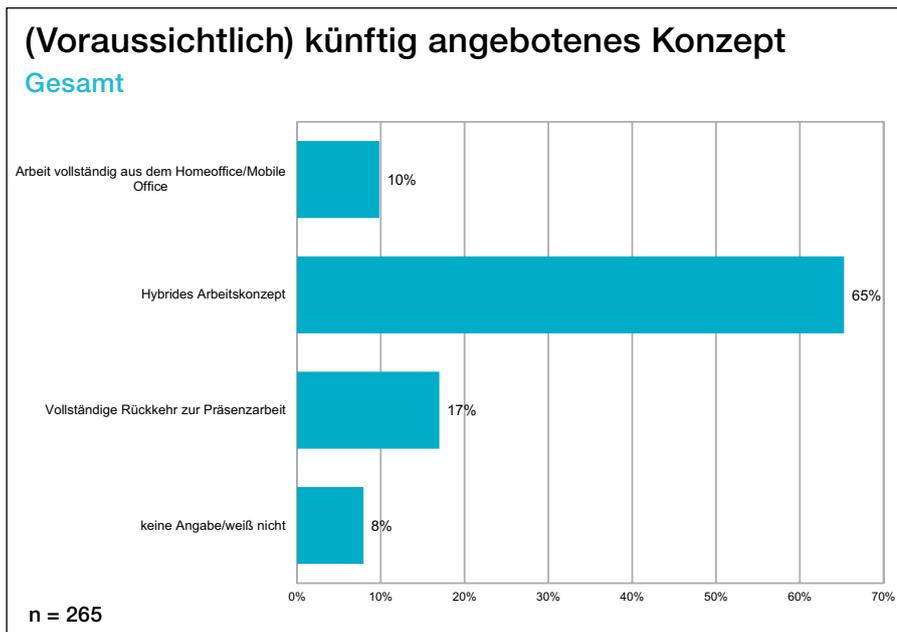
NUR JEDER ZEHNTE WILL AUSSCHLIESSLICH IM BÜRO ARBEITEN



Doch wie wollen Mitarbeitende in Zukunft arbeiten, wenn die pandemiebedingte Situation grundsätzlich wieder alle Optionen ohne Einschränkungen zulässt? Exakt zwei Drittel der Befragten nennen ein hybrides Arbeitskonzept als klare Präferenz. Und nur etwa jeder Zehnte (11 Prozent) will zur reinen Präsenzarbeit zurückkehren. 18 Prozent wollen hingegen künftig ausschließlich von zuhause aus oder mobil arbeiten. Und dieses eindeutige Ergebnis für hybride Arbeitsmodelle gilt übergreifend für alle Unternehmensgrößen und die entsprechenden Bereiche in den Unternehmen.

!
66%
 der Befragten
 wünschen sich
 für die Zukunft
 ein hybrides
 Arbeitskonzept.



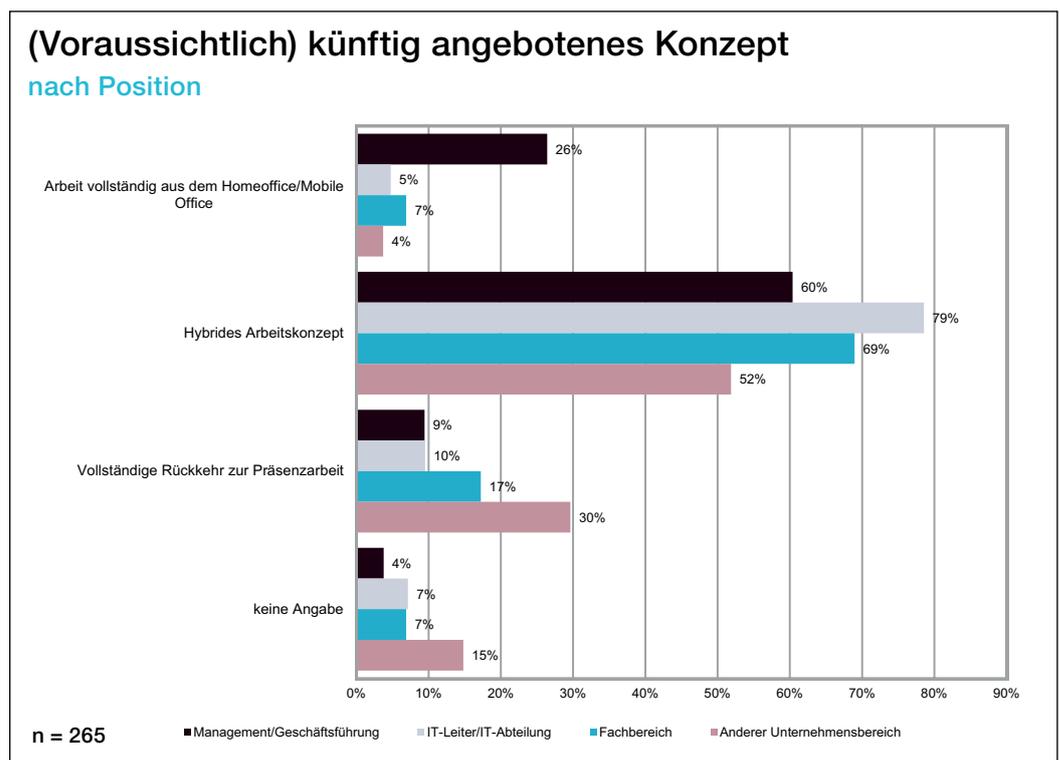


!
65 %
 der Befragten rechnen damit, dass ihr Unternehmen künftig ein hybrides Arbeitskonzept anbietet.

Der Wunsch der Mitarbeitenden und die tatsächliche Strategie der Unternehmen können jedoch in der Alltagspraxis weit voneinander abweichen. Doch nicht im Falle der künftigen Arbeitskonzepte. So ergab die Befragung, dass sich die meisten Unternehmen den Wünschen der Beschäftigten nach hybriden Modellen anpassen wollen oder dies bereits in Angriff genommen haben. Ganze 65 Prozent der Befragten gehen da-

von aus, dass ihr Unternehmen in Zukunft tatsächlich eine Mischung aus Büroarbeit und Homeoffice anbieten wird. Lediglich 17 Prozent erwarten eine vollständige Rückkehr zur Präsenzarbeit. Und nicht nur die Fachbereiche und die IT-Abteilung rechnen mit hybriden Arbeitskonzepten. Auch das Management ist hier mit 60 Prozent vertreten, was diesem Modell den nötigen Rückhalt verspricht. Darüber

hinaus gehen in dieser Position 26 Prozent, und damit deutlich mehr als in anderen Positionen, davon aus, dass für ihr Unternehmen künftig gar ein vollständiges Homeoffice- beziehungsweise Mobile Office-Konzept greifen könnte. Die „anderen Unternehmensbereiche“ erwarten hingegen mit 30 Prozent am häufigsten, dass ihr Arbeitgeber wieder vollständig zur Präsenzkultur zurückkehrt.

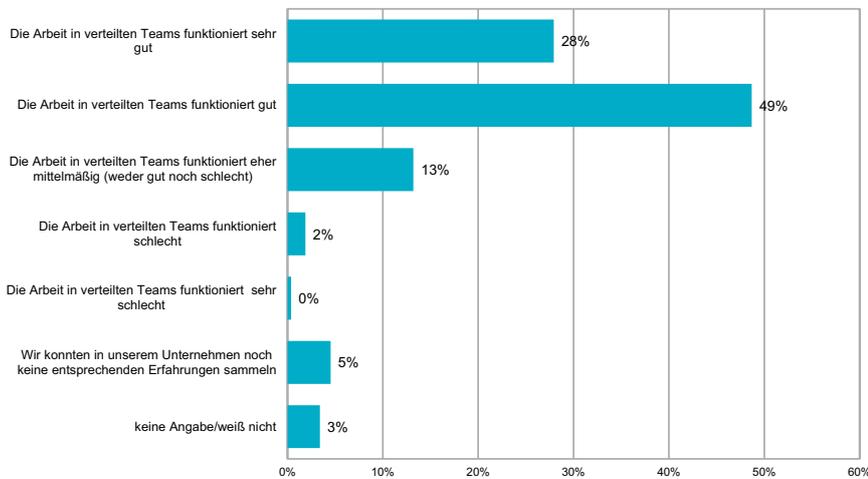


REMOTE WORK KOMMT AN

KAUM NEGATIVE ERFAHRUNGEN MIT VERTEILTEN TEAMS

Bewertung der bisherigen Erfahrungen mit Remote Work/verteilten Teams

Gesamt



n = 251

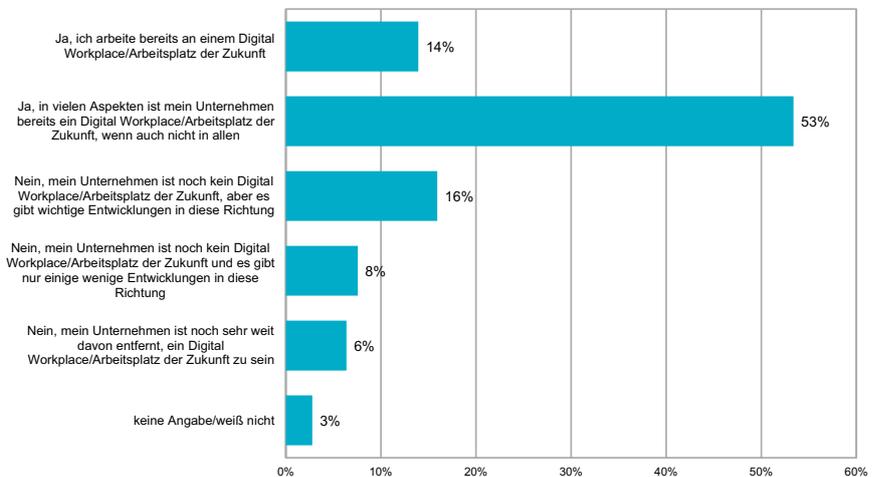
Welche Erfahrungen haben die Beschäftigten bislang mit Remote Work und/oder verteilten Teams gemacht? Die Antworten fallen eindeutig aus. Fast die Hälfte der Befragten (49 Prozent) hat „gute“ Erfahrungen gemacht, 28 Prozent sogar „sehr gute“. Dass die Arbeit in verteilten Teams hingegen „sehr schlecht“ funktioniert habe, gab keiner der Befragten zu Protokoll und nur 2 Prozent berichten von „schlechten“ Erfahrungen. Die Wirtschaft hat sich folglich nicht nur mit der hybriden Arbeitssituation arrangiert, sondern bewertet sie sogar äußerst als positiv.

Dazu passt, dass mehr als die Hälfte der Befragten ihr Unternehmen bereits zumindest teilweise als „Arbeitsplatz der Zukunft“ sieht, 14 Prozent sogar vollständig. Die Aussage „Mein Unternehmen ist noch sehr weit davon entfernt“ ein Arbeitsplatz der Zukunft zu sein, treffen hingegen nur 6 Prozent. 8 Prozent sehen wiederum keine oder nur wenige Entwicklungen in diese Richtung.

14% der Befragten bewerten ihr Unternehmen bereits als vollumfänglichen Arbeitsplatz der Zukunft.

Bezeichnung des Arbeitsplatzes als Digital Workplace/Arbeitsplatz der Zukunft

Gesamt



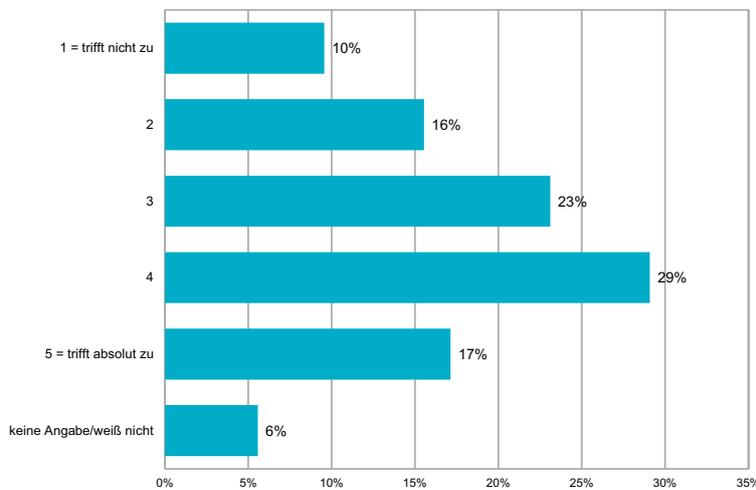
n = 251

NICHT IMMER MIT KONKRETER STRATEGIE

VIELE, ABER LÄNGST NICHT ALLE UNTERNEHMEN HABEN EINE ROADMAP

Bewertung der Aussage: Mein Unternehmen verfolgt eine gezielte Digital-Workplace-Strategie

Gesamt

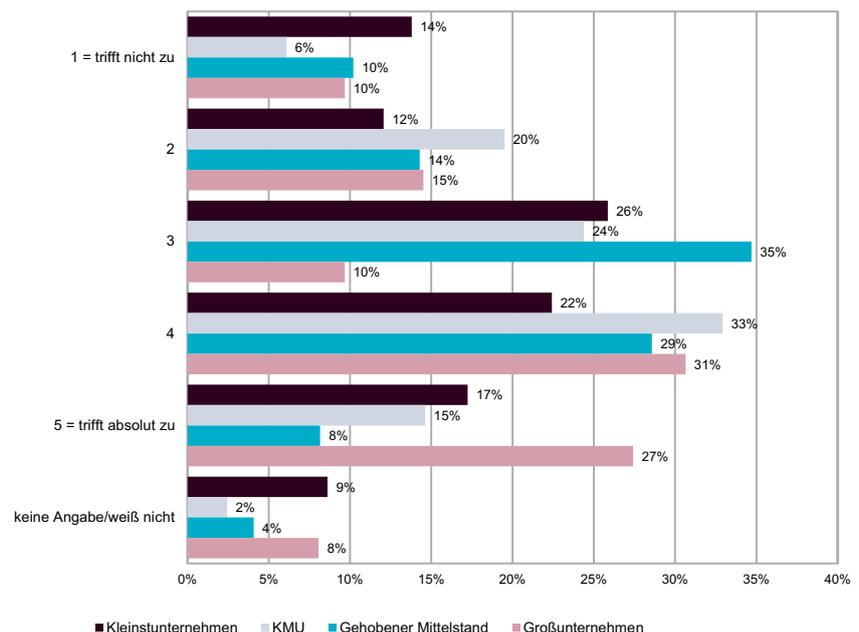


n = 251

Die Studie ergab zudem, dass es durchaus Unterschiede gibt, wie gezielt Unternehmen an Digital-Workplace-Konzepten arbeiten. So gaben 10 Prozent der Befragten an, dass es bei ihnen keinerlei entsprechende Strategie gebe, 16 Prozent sehen diese im eigenen Unternehmen wiederum nur sehr bedingt. Darüber hinaus gaben 23 Prozent „teils/teils“ an und attestieren somit vor allem ein punktuelles Vorgehen. Das Gros der Unternehmen verfolgt also keine oder eine nur auf einzelne Bereiche fokussierte Roadmap. Doch 29 Prozent der Befragten wählten wiederum „trifft eher zu“ und bestätigen ihrem Unternehmen bereits ein zielstrebiges Vorgehen in Hinblick auf Digital-Workplace-Konzepte, während 17 Prozent sogar „trifft absolut zu“ angaben. Detaillierte Strategien scheinen vor allem in Großunternehmen der Fall zu sein. Bei dieser Antwortoption liegen sie mit 27 Prozent deutlich über dem Durchschnitt.

Bewertung der Aussage: Mein Unternehmen verfolgt eine gezielte Digital-Workplace-Strategie

nach Unternehmensgröße



n = 251

■ Kleinstunternehmen ■ KMU ■ Gehobener Mittelstand ■ Großunternehmen



Vor allem Großunternehmen arbeiten bereits mit einer klar definierten Digital-Workplace-Strategie.

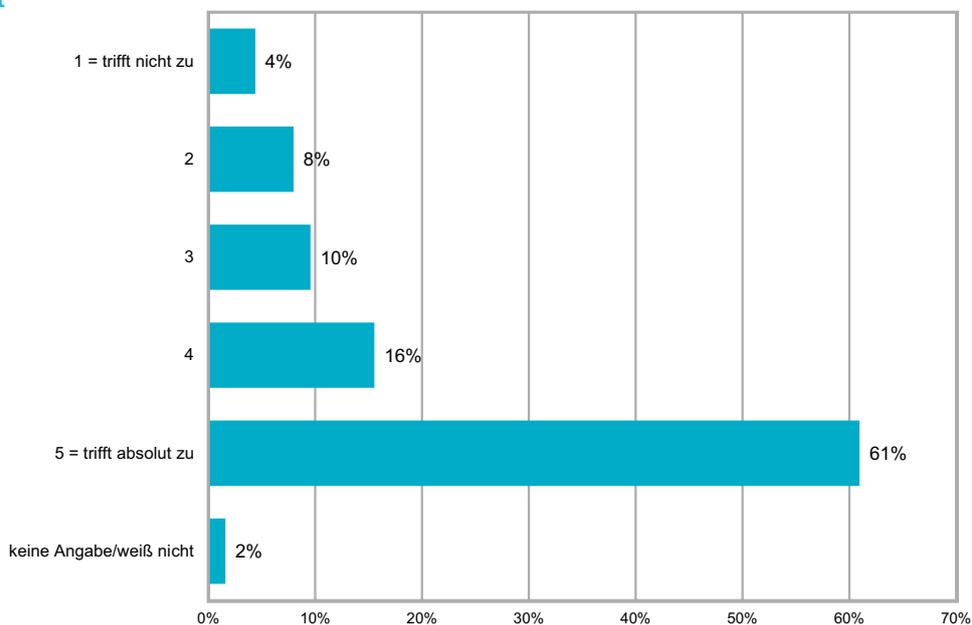
TECHNISCHE BASIS

DIGITALE TRANSFORMATION DER ARBEITSUMGEBUNGEN

SOLIDE AUSGANGSLAGE

Bewertung der Aussage: Eine technisch und personell gut ausgestattete IT-Abteilung ist Grundvoraussetzung für einen funktionierenden und akzeptierten Digital Workplace.

Gesamt



n = 265

Für die erfolgreiche Digitale Transformation von Arbeitsumgebungen ist es zunächst notwendig, vorab die Ausgangssituation möglichst präzise zu bestimmen, inklusive technischer wie auch strategischer und organisatorischer Aspekte. So stellt sich zunächst vor allem die Frage: Wer im Unternehmen soll diese wegweisende Entwicklung in der Praxis eigentlich umsetzen? Neben der federführenden Funktion der Geschäftsführung kommt dabei vor allem den IT-Abteilungen eine tragende Rolle zu. Und vor diesem Hintergrund ist eine technisch und personell gut ausgestattete IT-Abteilung für mehr als drei Viertel der Befragten (77 Prozent) eine Grundvoraussetzung für einen funktionierenden und akzeptierten Digital Workplace im eigenen Unternehmen. Leidglich 4 beziehungsweise 8 Prozent der Teilnehmenden wollen diese Aussage überhaupt nicht oder nur sehr bedingt unterstreichen.

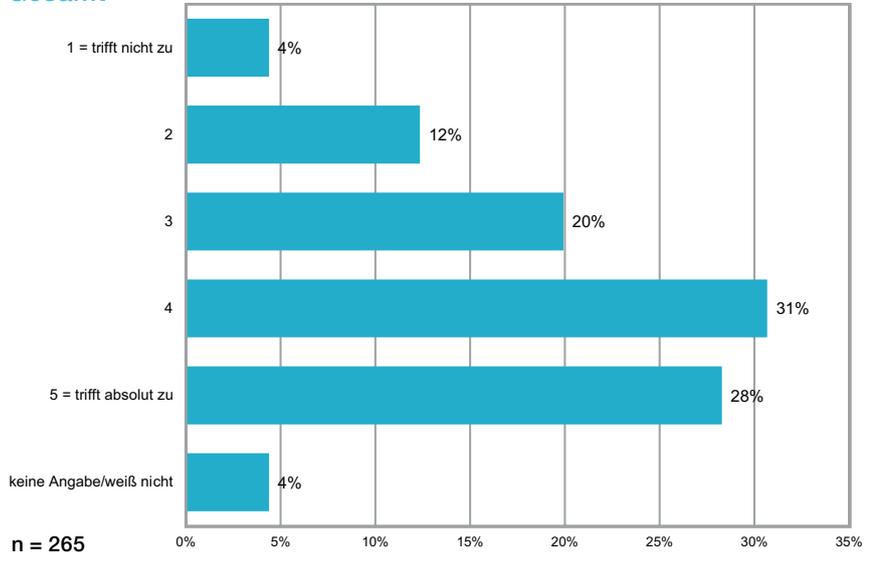
83% der IT-Leiter betonen die Notwendigkeit einer gut ausgestatteten IT-Abteilung. Doch auch drei Viertel der Befragten auf Geschäftsführungsebene teilen diese Ansicht.

Am stärksten überzeugt („trifft absolut zu“) von der Aussage um die Bedeutung der gut ausgerüsteten IT-Abteilungen waren hingegen die Befragten im KMU-Segment (70 Prozent) sowie in Großunternehmen (68 Prozent).

Aber auch der Großteil (59 Prozent) der Kleinunternehmen teilt diese Meinung. Da Unternehmen dieser Größe in aller Regel über keine eigene IT-Abteilung verfügen, lässt dies darauf schließen, dass sie Unterstützung von externer Seite benötigen – hier sind unter anderem IT-Dienstleister und Systemhäuser gefragt. Interessant: Selbstverständlich findet man den Hinweis auf die Notwendigkeit einer gut ausgestatteten IT-Abteilung bevorzugt unter IT-Leitern (zu 83 Prozent); doch auch drei Viertel der Personen auf Geschäftsführungsebene teilen diese Ansicht. An der Bedeutung einer entsprechend umfassend ausgerüsteten IT-Abteilung für den Erfolg von Konzepten rund um den Digital Workplace gibt es daher also weder in Hinblick auf die jeweilige Unternehmensgröße noch auf die entsprechende Position der Befragten im Betrieb weitreichende Zweifel.

Bewertung der Aussage: In meinem Unternehmen ist die IT-Abteilung mit den derzeit zur Verfügung stehenden Mitteln in der Lage, die IT-Infrastruktur für einen funktionierenden und akzeptierten Digital Workplace aufzubauen und bereitzustellen.

Gesamt

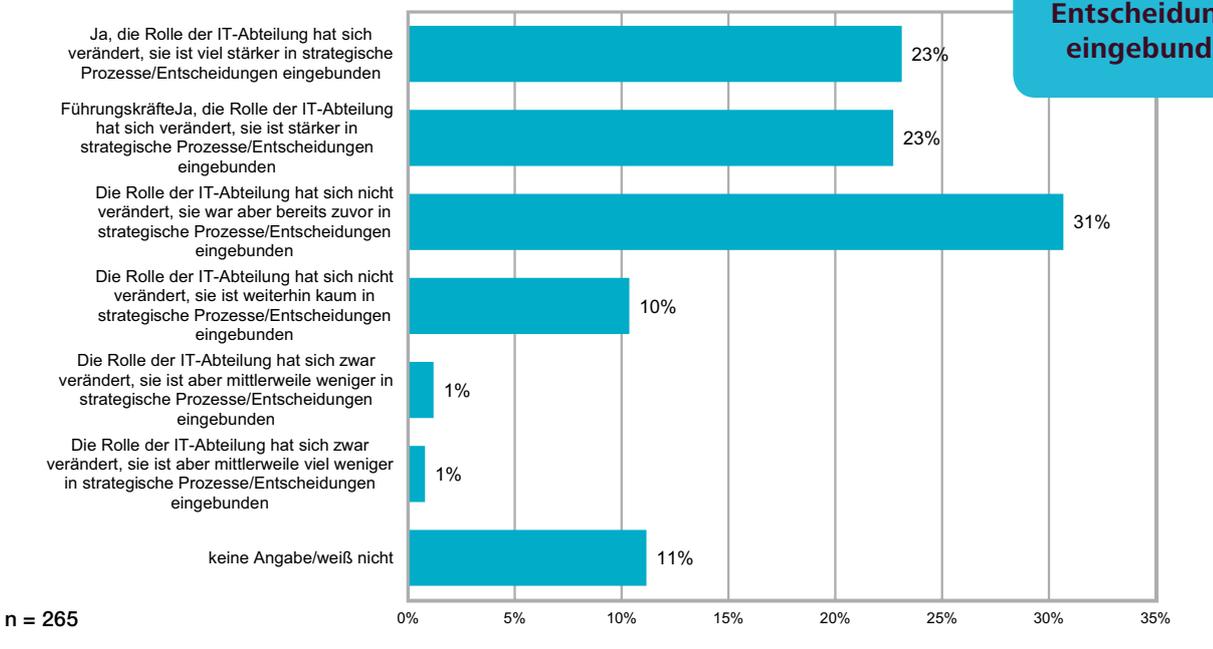


Bedenklich: Nur drei von fünf Befragten (59 Prozent) sahen die IT-Abteilung in ihrem Unternehmen mit den derzeit verfügbaren Mitteln in der Lage, die IT-Infrastruktur für einen funktionierenden Digital Workplace aufzubauen und bereitzustellen. Den größten Optimismus strahlten hierbei die Befragten aus Großunternehmen aus. Allerdings sahen selbst hier nur zwei Drittel ihre IT-Abteilung in dieser Hinsicht als ausreichend gut aufgestellt an. Die größte Diskrepanz ergab sich auf den ersten Blick zwischen Geschäftsführung und IT-Leitung: Während fast die Hälfte (47 Prozent) der Geschäftsführer der Meinung war, dies treffe absolut zu, bestätigte dies nur jeder fünfte IT-Leiter. Addiert man allerdings die Aussagen „trifft zu“ und „trifft absolut zu“, ergibt sich ein deutlich ausgewogeneres Bild: Dann stehen 67 Prozent der Geschäftsführer 66 Prozent der IT-Leiter gegenüber.

! In jedem zehnten Unternehmen ist die IT-Abteilung kaum in strategische Prozesse und Entscheidungen eingebunden.

Veränderung der Rolle der IT-Abteilung

Gesamt



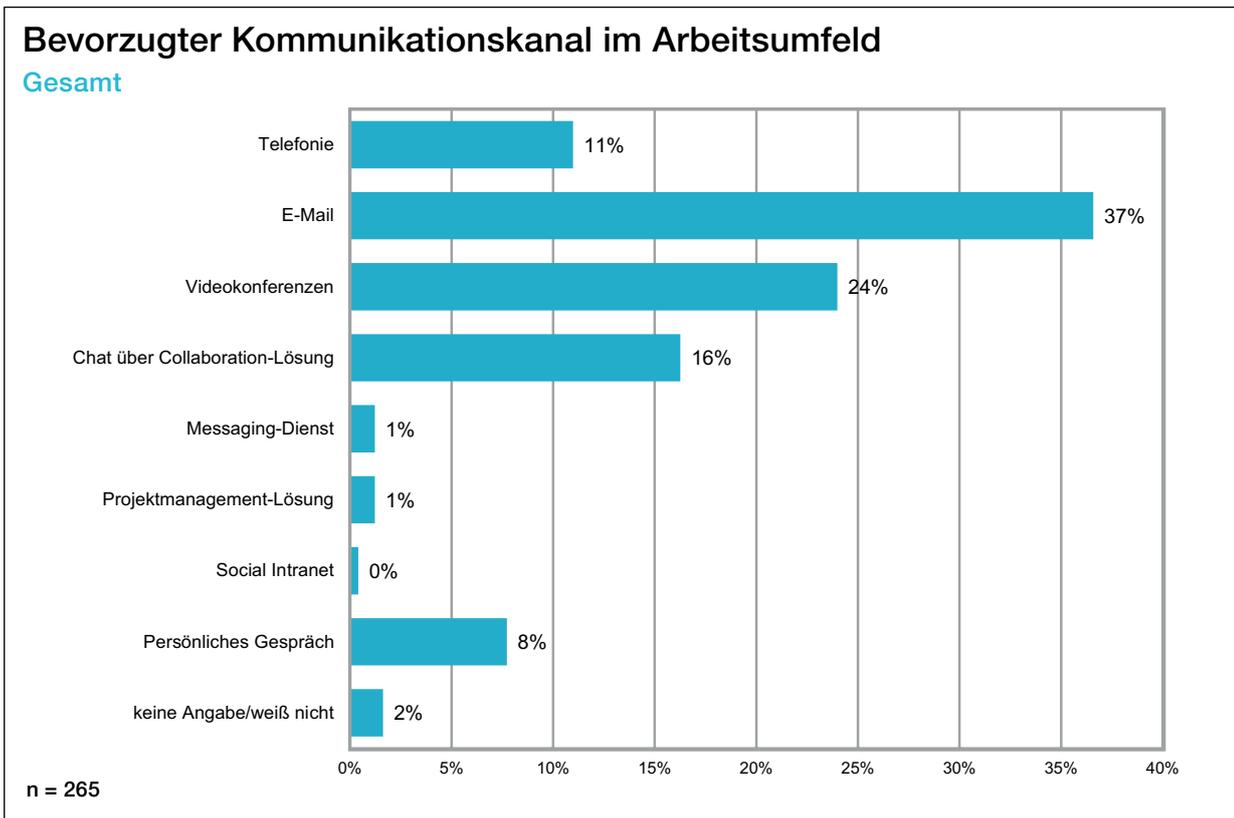
Vor dem Hintergrund der sich stetig beschleunigenden Digitalisierung sowie einer wachsenden Bedeutung digital gestützter Remote-Arbeit stellt sich zudem die Frage, wie sich diese Entwicklungen auf die Position der IT im Unternehmen ausgewirkt haben. Denn vor allem im Zuge der Digitalen Transformation könnte ihr eine zunehmende Bedeutung bei

der Bestimmung der allgemeinen strategischen Ausrichtung des Unternehmens zu kommen. Und fast die Hälfte der Befragten (46 Prozent) sagt, dass sich die Rolle der IT-Abteilung verändert hat und sie nun viel stärker in strategische Prozesse oder Entscheidungen eingebunden ist. 31 Prozent der Befragten gaben wiederum zu Protokoll, die

Rolle der IT-Abteilung habe sich nicht verändert, da diese schon zuvor in strategische Prozesse oder Entscheidungen involviert war. In jedem zehnten Unternehmen allerdings ist die IT-Abteilung nach wie vor kaum in strategische Prozesse und Entscheidungen eingebunden – in Zeiten der Digitalen Transformation ein Missstand.

KOMMUNIKATIONSVERHALTEN

E-MAIL WEITERHIN VORN, VIDEOKONFERENZEN HOLEN AUF



Bei digitalisierten und künftig wohl auch weiterhin häufig verteilten Arbeitsprozessen gilt es darüber hinaus im Auge zu behalten, wie die Beschäftigten miteinander kommunizieren und wie man dies mit technischer Ausstattung am besten unterstützen kann. Auch hier zunächst das Lagebild: Der bevorzugte Kommunikationskanal im Arbeitsumfeld ist nach wie vor mit 37 Prozent eindeutig die E-Mail – und dies über alle Gruppen von Befragten hinweg, von der Geschäftsführung über die IT bis hin zu den Fachbereichen. Aber schon an zweiter Stelle liegt inzwischen der Austausch per Videokonferenz (24 Prozent), gefolgt von der Chat-Funktion einer entsprechenden Collaboration-Lösung (16 Prozent). Die klassische Telefonie ist hingegen nur noch für jeden Neunten (11 Prozent) das Kommunikationsmittel der Wahl.

Auf die E-Mail setzen dabei vor allen Dingen der gehobene Mittelstand (44 Prozent) sowie das KMU-Segment (38 Prozent). Das Telefon ist mit Abstand bei Kleinunternehmen am beliebtesten (18 Prozent), während sich Videokonferenzen und Chat am schnellsten in Großunternehmen etablieren konnten (28 beziehungsweise 25 Prozent). Auffällig: Das Social Intranet, vor einigen Jahren als unternehmenstaugliche Alternative zu den Social-Media-Kanälen aus dem Consumer-Segment gehypt, konnte sich in deutschen Unternehmen absolut nicht als bevorzugter Kommunikationskanal etablieren.

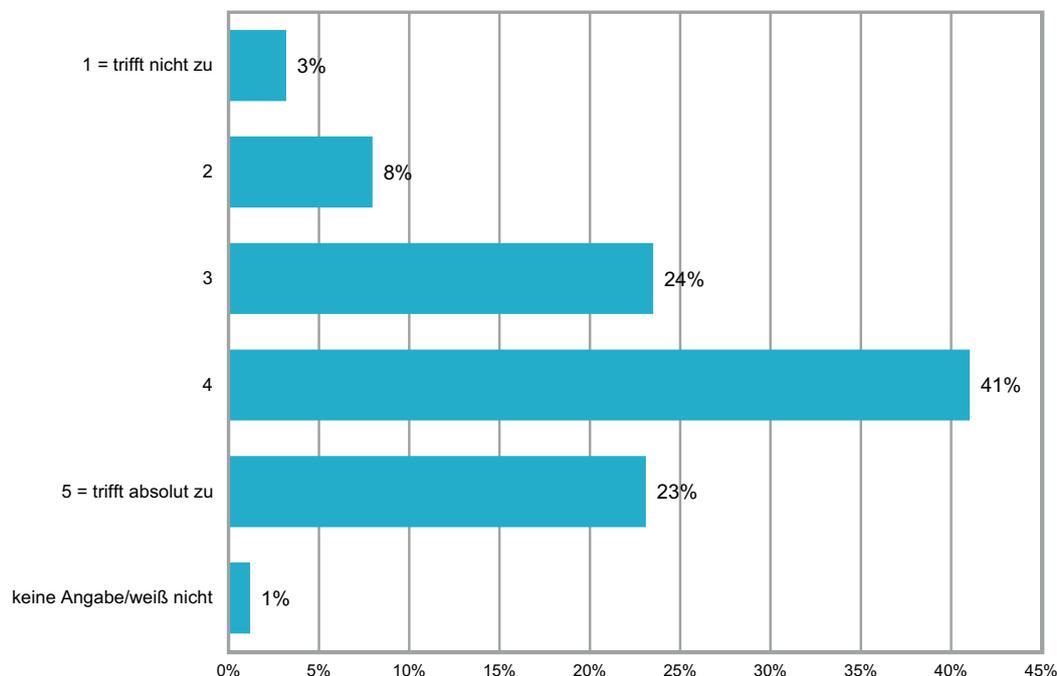


WERKZEUGE FÜR DEN DIGITAL WORKPLACE

VIELE UNTERNEHMEN BEREITS GUT GERÜSTET

Bewertung der Aussage: Ich bin mit der technischen Ausstattung an meinem Arbeitsplatz im Allgemeinen zufrieden.

Gesamt



n = 265

Doch wie zufrieden sind die Mitarbeitenden mit den an ihrem Arbeitsplatz zur Verfügung stehenden technischen Werkzeugen? Immerhin stellen diese die notwendige Basis eines funktionierenden Digital Workplace dar.

Fast zwei von drei Befragten (64 Prozent) gaben an, mit der technischen Ausstattung ihres digitalen Arbeitsplatzes im Allgemeinen zufrieden zu sein. Knapp jeder Vierte (24 Prozent) der Befragten war sich hier hingegen unschlüssig, immerhin 11 Prozent waren zudem eher oder sogar vollständig unzufrieden. Am ehesten zufrieden mit der technischen Arbeitsplatzausstattung zeigten sich

dabei wenig überraschend die Geschäftsführer – allerdings auch diese nur zu überschaubaren 43 Prozent. Hinzu kommt allerdings ein weiteres Drittel (33 Prozent), das zumindest teils zufrieden ist. Selbst die Unternehmensleitung scheint also an vielen Stellen Luft nach oben zu sehen. Noch häufiger bestätigen hingegen die IT-Leiter das vorhandene Verbesserungspotenzial. Hier sind im Vergleich zur Geschäftsführung mit 22 Prozent deutlich weniger der Befragten rundum zufrieden mit der technischen Ausstattung. In den Fachbereichen liegt dieser Anteil mit 21 Prozent sogar noch etwas niedriger.

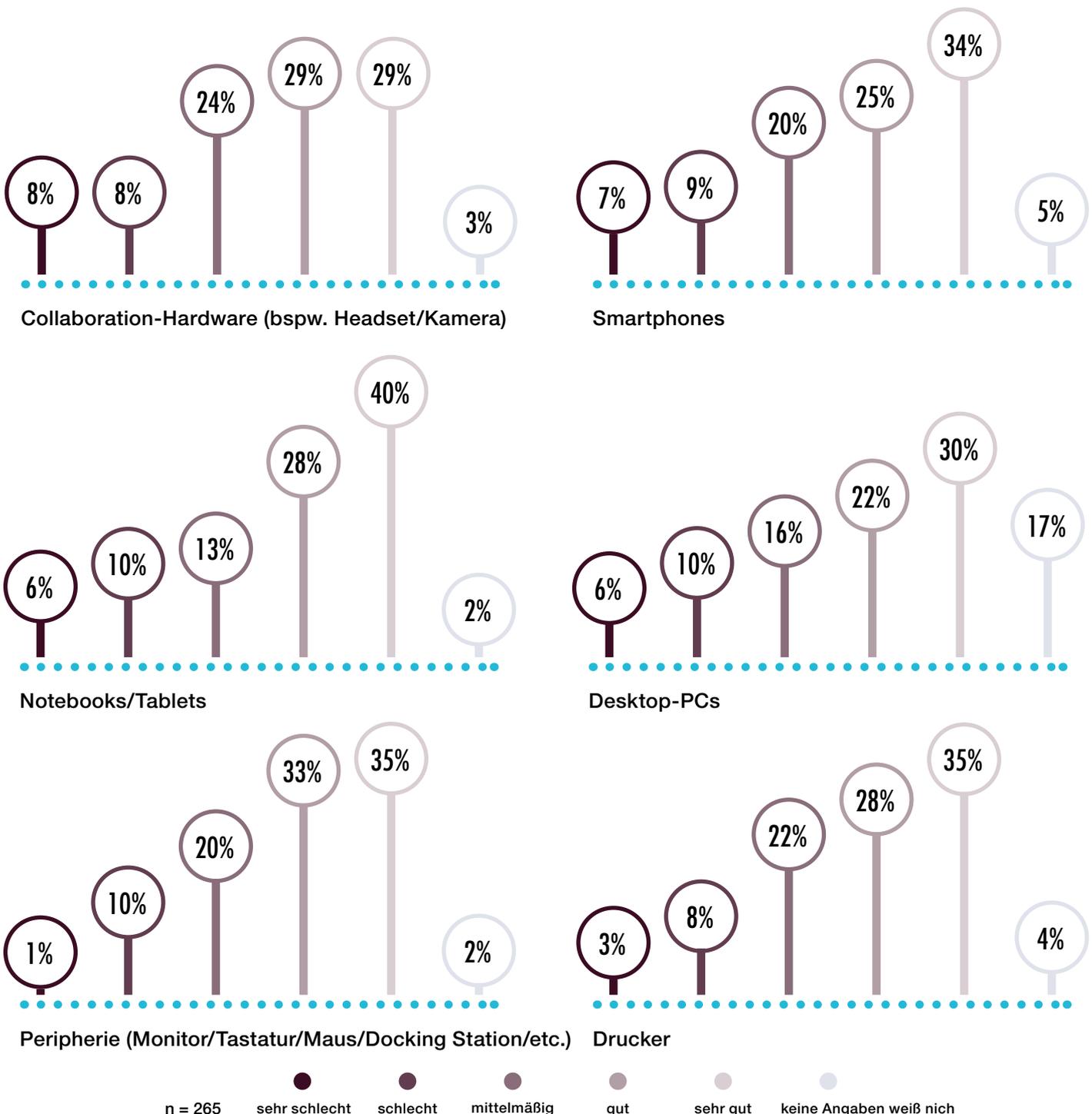
Immerhin 11%
sind aktuell
unzufrieden mit
der technischen
Ausstattung
an ihrem
Arbeitsplatz.

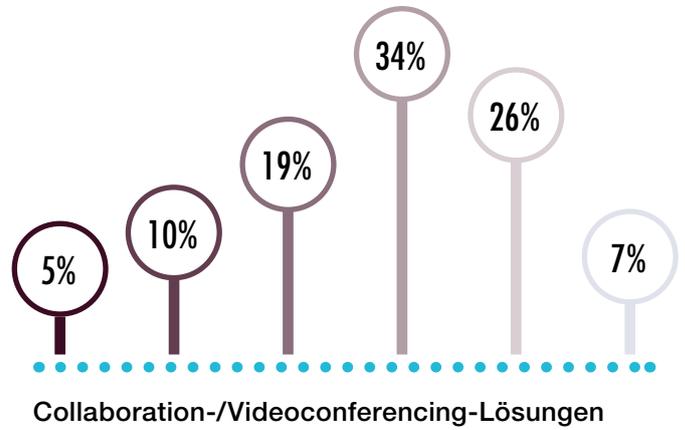
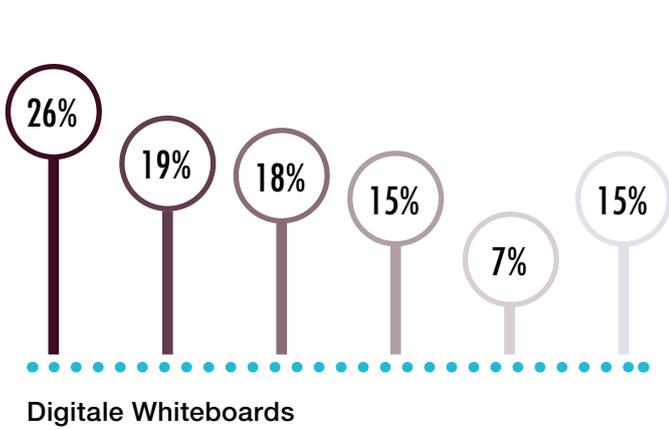
DIE BEWERTUNG DER AUSSTATTUNG MIT IT-HARDWARE UND -SOFTWARE

Viele der Befragten zeigen sich also zufrieden mit der technischen Ausstattung an ihrem Arbeitsplatz – auch wenn es vielerorts durchaus noch Verbesserungspotenziale gibt. Doch welche Hardware- und Software-Lösungen sind davon im Detail betroffen und in welchen Bereichen ist bereits die bestmögliche Umsetzung erreicht? Auf den folgenden Seiten finden sie eine Übersicht über die Bewertung verschiedener technischer Bausteine rund um den Digital Workplace.

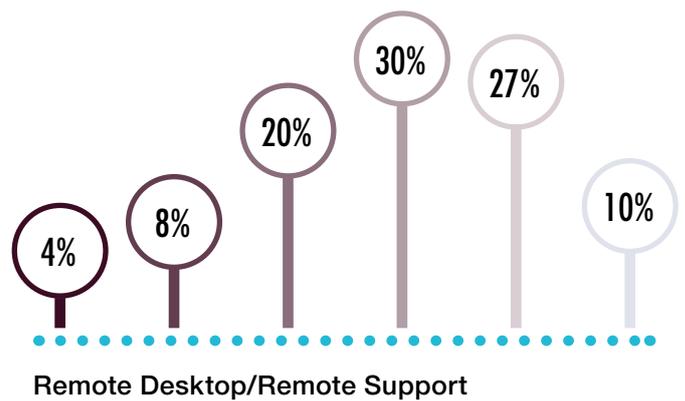
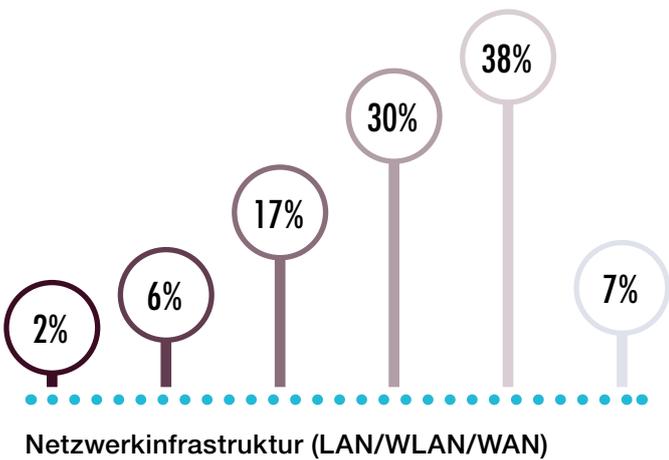
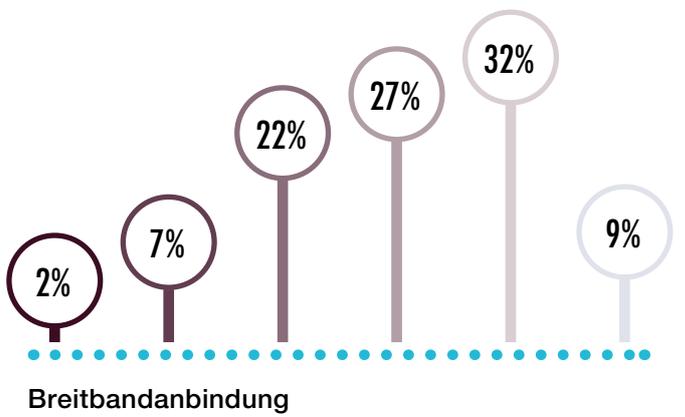
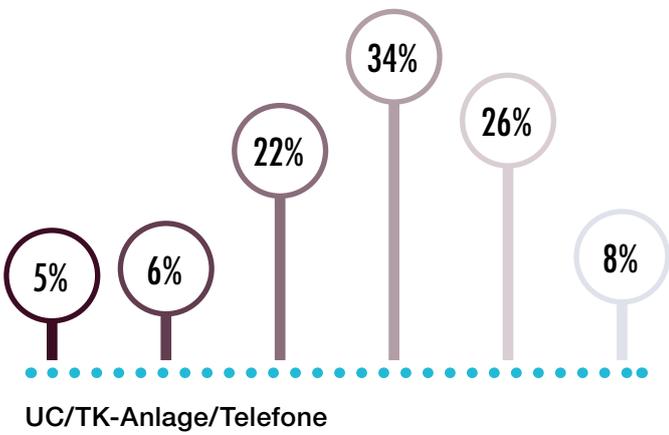
Demnach gibt es nur in wenigen Bereichen gravierende Lücken. Lediglich digitale Whiteboards beziehungsweise Large Format Displays scheinen nur in wenigen Unternehmen bereits zur Verfügung zu stehen. Wie sich auf Seite 25 zeigt, werden sie aber auch nicht von jedem Mitarbeitenden gefordert. Zudem liegt die Ausstattung mit ERP-, CRM- sowie Mobile Device Management-Lösungen laut den Befragten in Summe teils deutlich unter den anderen technischen Bereichen. Die

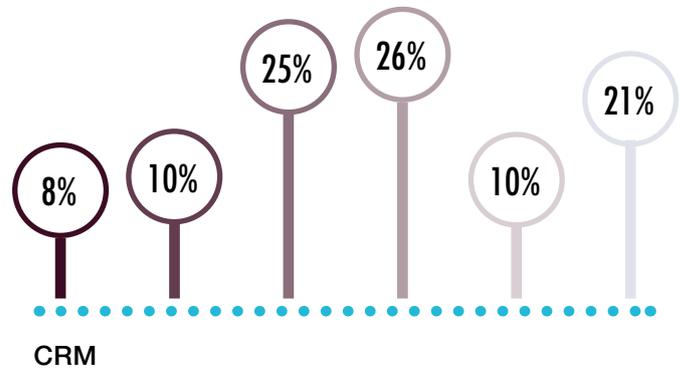
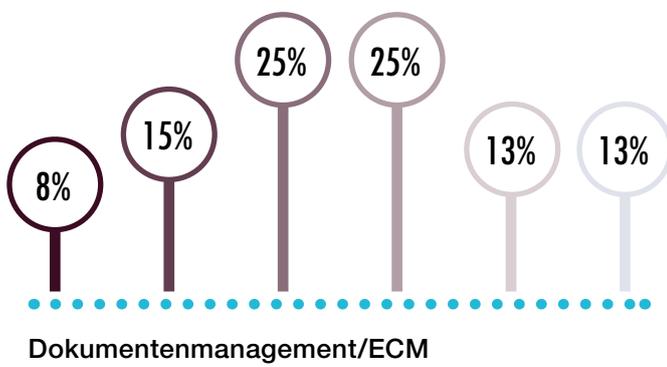
Netzwerkinfrastruktur scheint sich hingegen mit einem Anteil von 38 Prozent bei „sehr gut“ und 30 Prozent bei „gut“ trotz gesteigerter Anforderungen durch Remote Work in vielen Unternehmen vorbildlich zu schlagen. Ähnlich stark können sich darüber hinaus mobile Endgeräte wie Notebooks und Tablets sowie Peripherie-Produkte wie Monitor, Tastatur und Maus positionieren. Ein Großteil der Befragten ist mit der Ausstattung in diesen Bereichen rundum zufrieden.



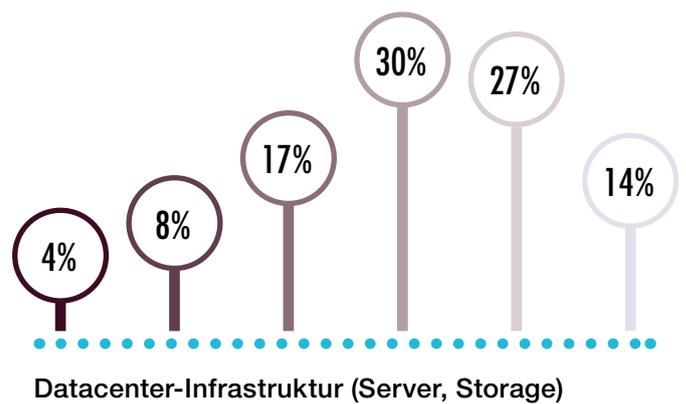
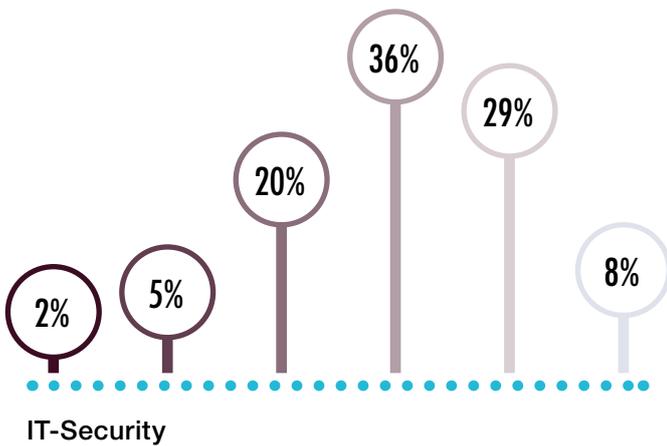
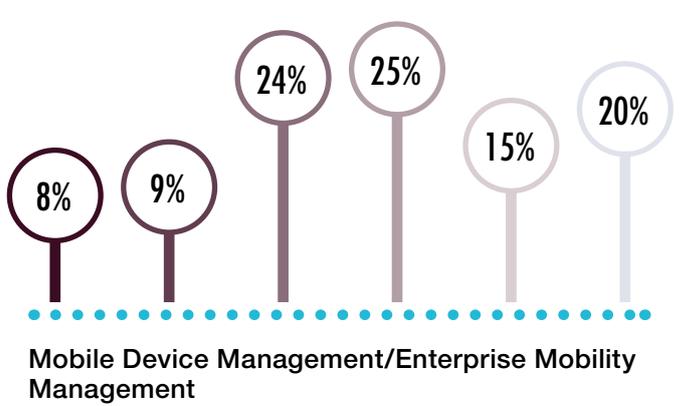
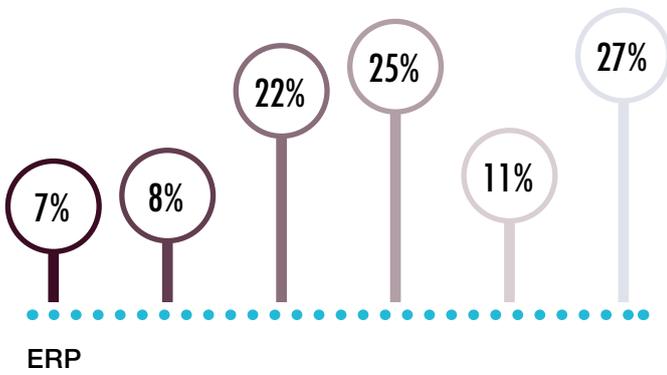


n = 265 ● sehr schlecht ● schlecht ● mittelmäßig ● gut ● sehr gut ● keine Angaben weiß nicht





n = 265 ● sehr schlecht ● schlecht ● mittelmäßig ● gut ● sehr gut ● keine Angaben weiß nicht



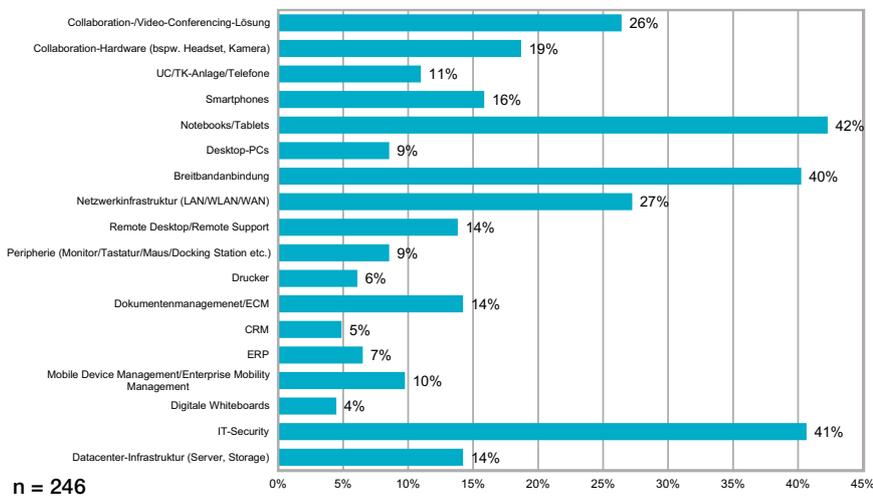
ENTSCHEIDENDE TECHNOLOGIEN

MODERNE TECHNOLOGIEN – ABER WELCHE?

HYBRIDE ARBEITSPLÄTZE SOLLEN MOBIL UND SICHER SEIN

Entscheidende Technologien im Rahmen eines Digital Workplace

Gesamt



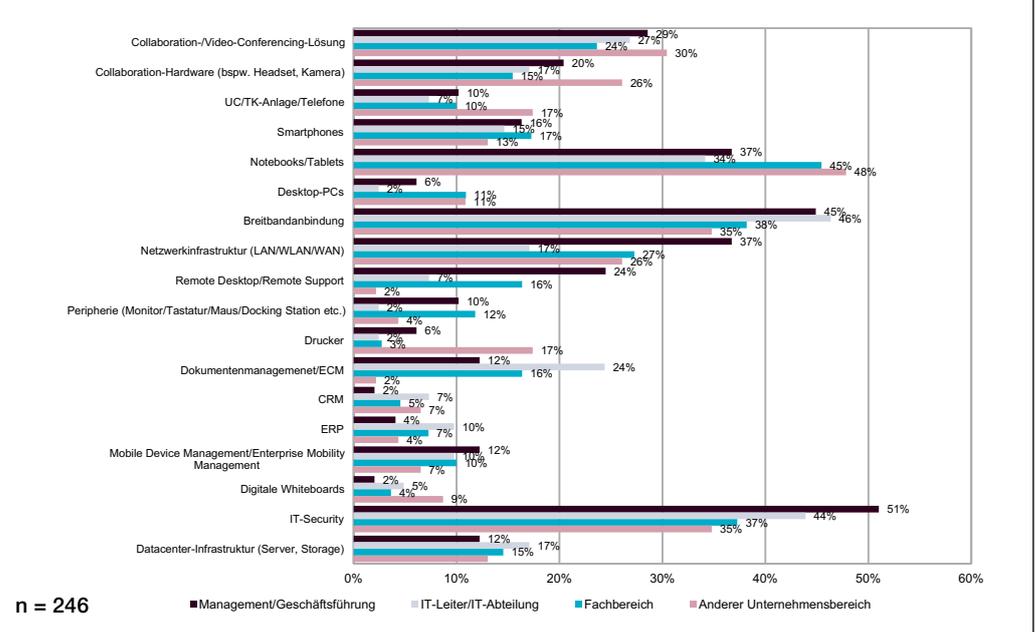
Die wichtigsten Technologien rund um den Digital Workplace: Breitbandanbindung, IT-Security und Mobile Endgeräte.

Gefragt, welche Technologien im Rahmen eines Digital Workplace die entscheidenden seien, brachte die Befragung drei klare Spitzenreiter hervor: Das A und O ist demnach für 42 Prozent der Befragten die Ausstattung mit mobilen Computern, also Notebooks und Tablets. Und auch die „Gegenprobe“ bestätigt diesen Trend zu mehr Mobilität und Flexibilität: So halten lediglich 9 Prozent der Befragten stationäre Desktop-PCs für besonders relevant. Schlusslichter bei der Hardware sind jedoch Drucker (6 Prozent) und digitale Whiteboards (4 Prozent).

Auf den zweiten Platz schafft es hingegen die IT-Security mit 41 Prozent. Besonders wichtig ist die Sicherheit der Geschäftsführung (51 Prozent) und der IT-Abteilung (44 Prozent), wohingegen der Anteil bei den Fach- und anderen Unternehmensbereichen bei 37 beziehungsweise 35 Prozent liegt. Und als dritt wichtigster technischer Aspekt wurde die Breitbandanbindung von 40 Prozent der Befragten genannt. Die herausragende Rolle dieser drei Technologien zeigt auch der große Abstand zu Platz 4. Die Netzwerkinfrastruktur gaben 27 Prozent der Teilnehmenden der Befragung an.

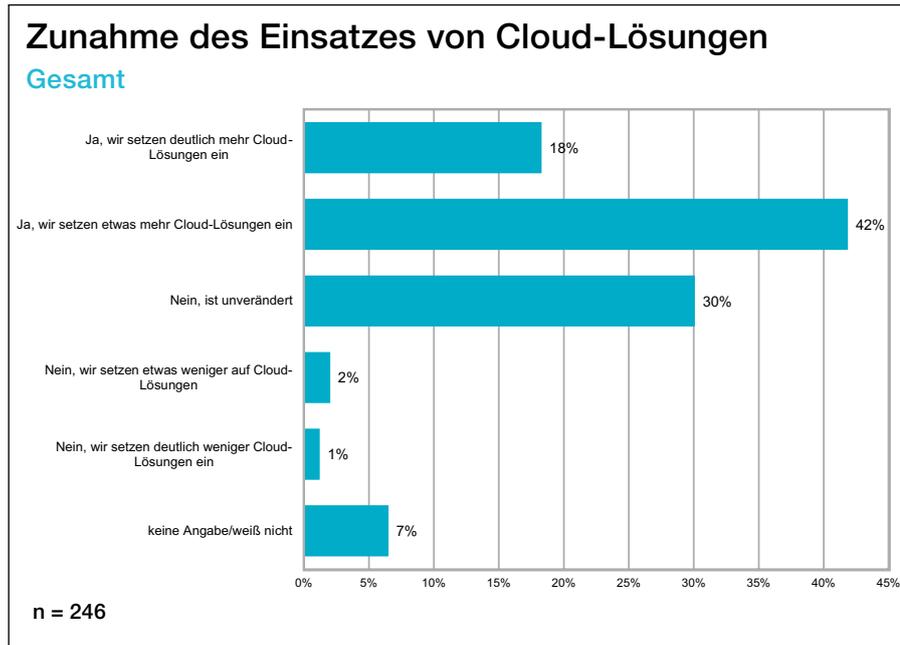
Entscheidende Technologien im Rahmen eines Digital Workplace

nach Position



ROLLE VON CLOUD-LÖSUNGEN

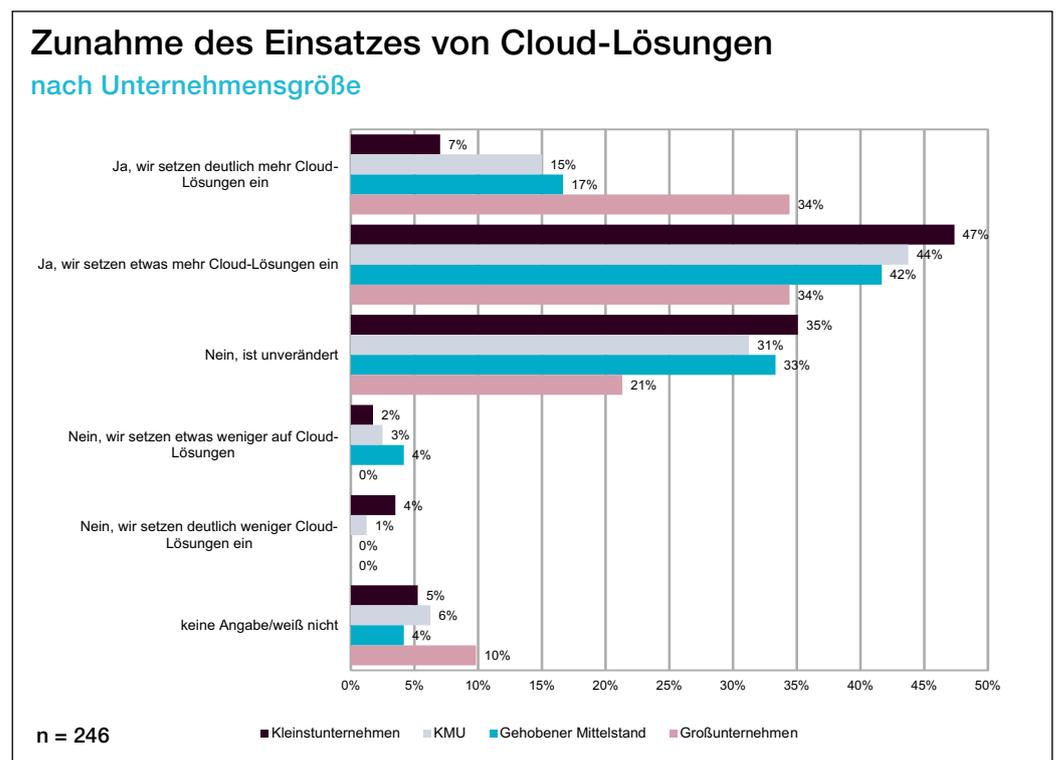
VOR ALLEM GROSSUNTERNEHMEN GEBEN GAS, ABER AUCH KMU ZIEHEN NACH



Nur 3% der Unternehmen haben den Einsatz von Cloud-Lösungen reduziert.

Beim Thema Cloud geben Unternehmen mittlerweile Gas: So gaben 60 Prozent der Befragten an, dass ihr Unternehmen im Zuge einer Remote Work-/Digital Workplace-Strategie „deutlich mehr“ (18 Prozent) oder zumindest „etwas mehr“ Cloud-Lösungen einsetzt (42 Prozent). Bei 30 Prozent ist die Situation hingegen unverändert. Den Einsatz jedoch zu reduzieren, scheint für kaum ein Unternehmen eine Option zu sein. Nur insgesamt 3 Prozent gaben einen „etwas“ oder „deutlich“ verminderten Einsatz von Cloud-Lösungen an.

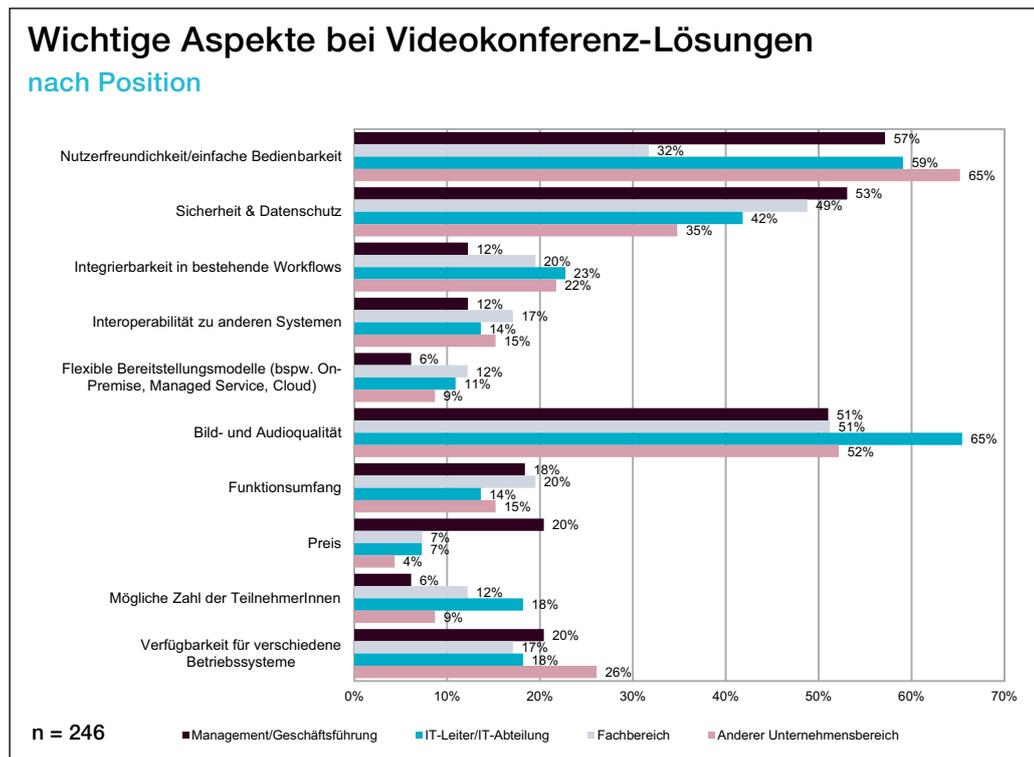
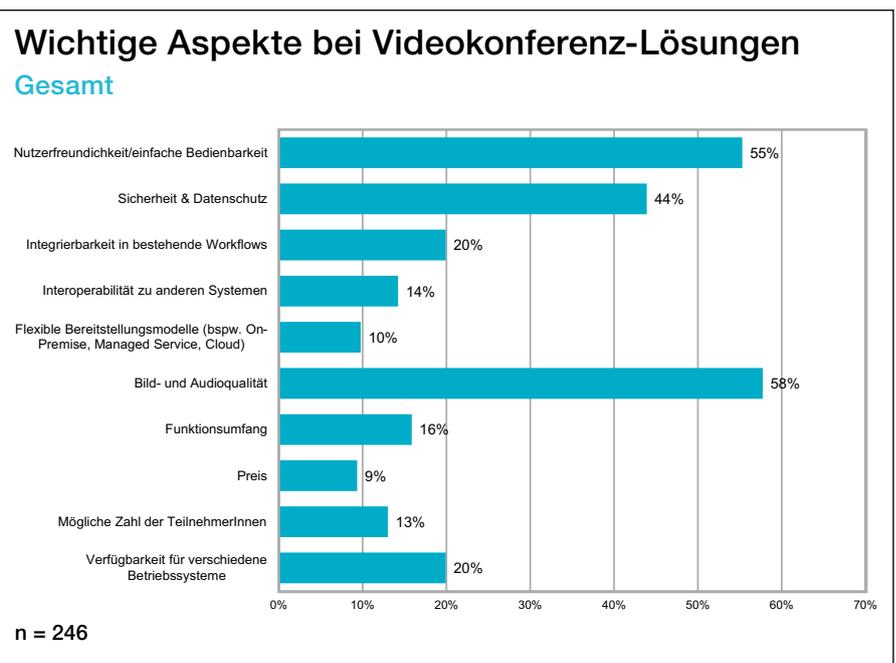
Nach der Unternehmensgröße aufgeschlüsselt zeigt sich, dass vor allem Großunternehmen den Einsatz von Cloud-Lösungen „deutlich“ ausgebaut haben. Sie sind mit 34 Prozent mit Abstand am stärksten vertreten. Aber auch Kleinunternehmen und KMU scheinen ehemalige Bedenken und Zurückhaltung abzubauen. 47 Prozent (Kleinunternehmen) beziehungsweise 44 Prozent (KMU) der Befragten aus Unternehmen entsprechender Größe gaben ab, dass sie mittlerweile „etwas mehr“ Cloud-Lösungen einsetzen würden.



STICHWORT: VIDEOKONFERENZEN

GUT SEHEN, GUT HÖREN, GUT ZU BEDIENEN

Videokonferenz-Lösungen sind im Zuge der vergangenen zwei Jahre zu einem der entscheidenden Kommunikationskanäle und wichtigen Werkzeug in Unternehmen avanciert. Daher hat die Befragung in den Fokus gerückt, was für die Nutzenden bei entsprechenden Lösungen besonders wichtig ist. Klare Priorität: Bild und Ton. 58 Prozent gaben die Bild- und Audioqualität als besonders wichtigen Aspekt an. An zweiter Stelle findet sich aber nur mit wenig Abstand die leichte, nutzerfreundliche Bedienbarkeit der Lösungen (55 Prozent). Das Thema Sicherheit und Datenschutz spielt für die Befragten ebenfalls eine entscheidende Rolle (44 Prozent). Jedoch zeigen sich hier klare Abstufungen. So sind Management und IT-Abteilungen deutlich mehr an einer hohen Sicherheit interessiert als die Fach- und andere Unternehmensbereiche. Die flexible Verfügbarkeit für verschiedene Betriebssysteme sowie die Integrierbarkeit in bestehende Workflows liegen mit jeweils positionsübergreifend 20 Prozent hingegen bereits deutlich hinter den drei wichtigsten Aspekten von Videokonferenz-Lösungen.



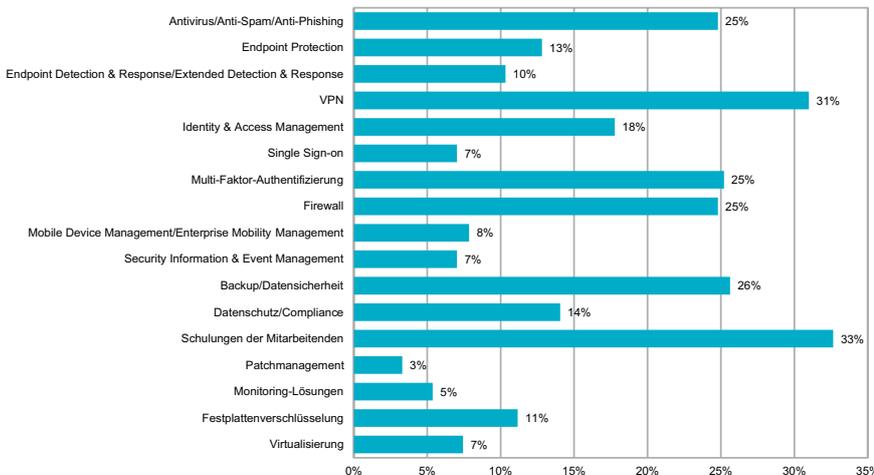
Überraschend spielt der Preis nur eine untergeordnete Rolle (9 Prozent), jedoch gibt es auch hier signifikante Unterschiede. Während nur jeweils 7 Prozent der Befragten aus Fachbereichen und auch IT-Abteilungen diesen Aspekt angaben, waren es im Management mit 20 Prozent nahezu dreimal so viele Teilnehmende. Interessant ist darüber hinaus, dass die Nutzerfreundlichkeit der Lösungen für viele IT-Abteilungen wohl lediglich eine untergeordnete Rolle spielt. Während alle anderen Positionen bei diesem Punkt bei Anteilen von weit über 50 bis hin zu 65 Prozent liegen, gaben lediglich 32 Prozent aus der IT diesen Aspekt als wichtig für eingesetzte Videokonferenz-Lösungen an.

DIGITAL, MOBIL, SICHER

IT-SICHERHEIT: EIN THEMA VON MENSCH UND TECHNIK

Relevante IT-Security-Technologien/-Bereiche zum Schutz von Digital Workplace-Strukturen inkl. mobiler Arbeitsplätze

Gesamt



n = 242



Schulungen der Mitarbeitenden sind das wichtigste Werkzeug für eine hohe IT-Sicherheit am Arbeitsplatz der Zukunft.

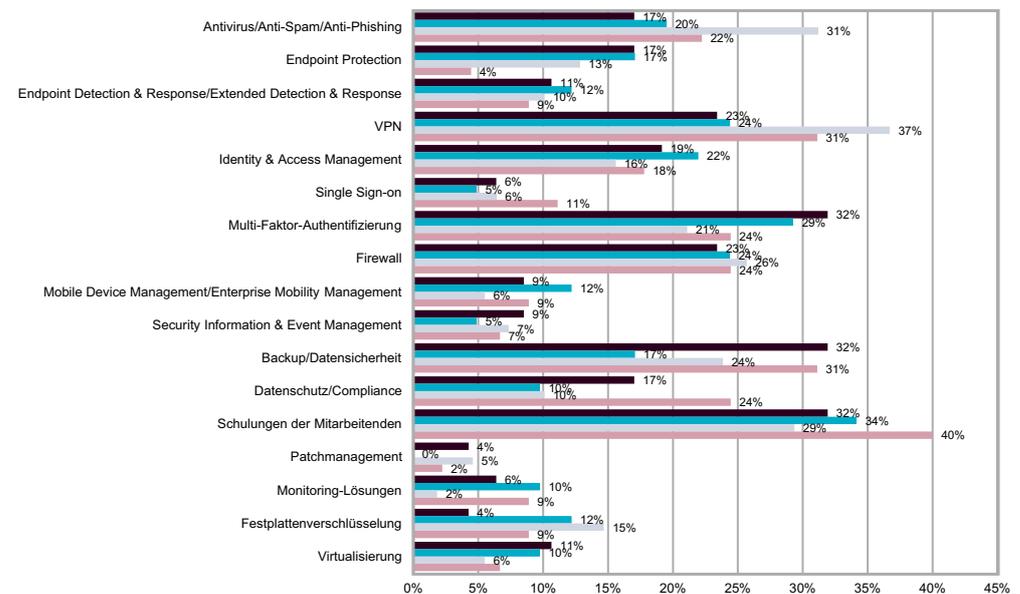
Der Mensch ist mitunter das größte IT-Sicherheitsrisiko. Das unterstreicht auch die Frage, wie Unternehmen ihre Digital Workplace-Strukturen schützen wollen. Mit 33 Prozent liegen Mitarbeiterschulungen dabei an erster Stelle, noch vor technischen Lösungen. Vor allem mit Blick auf mobile Arbeitskonzepte spielen VPN-Lösungen aber eine nahezu ebenso wichtige Rolle (31 Prozent).

Doch auch die grundlegenden IT-Sicherheits-Lösungen Antivirus, Firewall und Backup wurden mit 25 beziehungsweise 26 Prozent von den Befragten häufig angegeben. Deutlich weniger relevant stufen Unternehmen hingegen aktuell ganzheitliche Konzepte wie SIEM-Lösungen (7 Prozent) ein.

Aufschlussreich ist zudem der Blick auf die Positionen. So schätzen Befragte aus den Fachbereichen einige technische Lösung wesentlich relevanter ein als die IT-Abteilungen, beispielsweise VPN und Antivirus. Mit einem auffallend kleinen Anteil sind die IT-Expertinnen und -Experten zudem bei Backup/Datensicherheit vertreten.

Relevante IT-Security-Technologien/-Bereiche zum Schutz von Digital Workplace-Strukturen inkl. mobiler Arbeitsplätze

nach Position

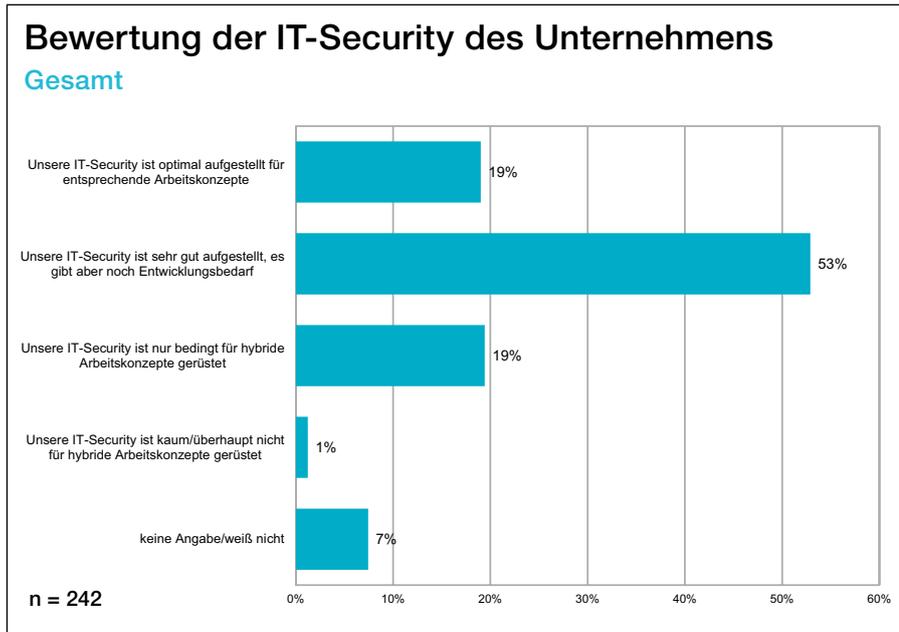


n = 242

■ Management/Geschäftsführung ■ IT-Leiter/IT-Abteilung ■ Fachbereich ■ Anderer Unternehmensbereich

IT-SECURITY IN UNTERNEHMEN

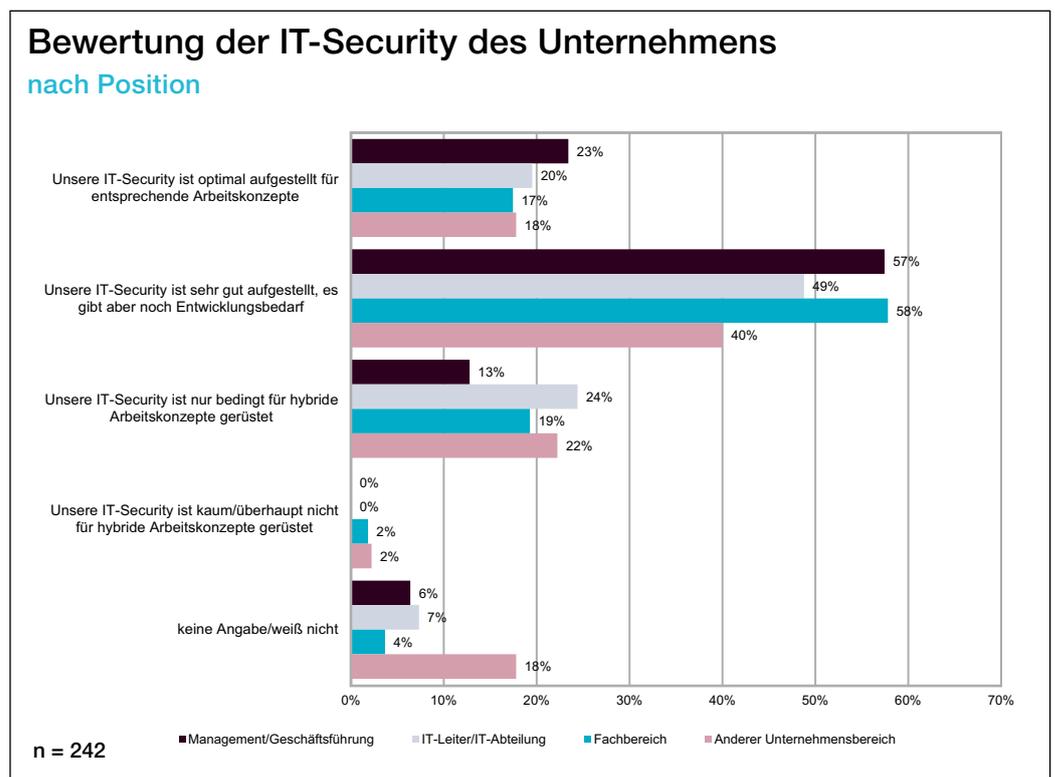
ES BESTEHT NACHHOLBEDARF



Für hybride Arbeitskonzepte sieht sich der Großteil der befragten Unternehmen in puncto IT-Sicherheit übergreifend gut gewappnet. So beurteilten 19 Prozent ihr Unternehmen bei der IT-Sicherheit als „optimal“, 53 Prozent immerhin als sehr gut aufgestellt – jedoch noch mit Entwicklungsbedarf. 19 Prozent gaben hingegen an, dass ihr Unternehmen nur bedingt für hybride Arbeitskonzepte gerüstet sei. Aber nur 1 Prozent der Befragten stellt der IT-Security im eigenen Unternehmen ein schlechtes Zeugnis aus beziehungsweise ist der Meinung, dass diese „kaum/überhaupt nicht“ für hybride Arbeitskonzepte gerüstet sei.

Fakt ist aber auch, dass die Zahl der Angriffe vor allem auf Heimarbeitsplätze gestiegen ist. Unternehmen kommen kaum umhin, ihre IT-Sicherheitsstrategie stetig weiterzuentwickeln und Lösungen zu modernisieren. Dass jedoch die Einschätzung bezüglich der IT-Security über alle Positionen hinweg ähnlich ausfällt, spricht zumindest dafür, dass die gefühlte Sicherheit der Fachbereiche nicht von der praxisnahen Bewertung der IT-Abteilungen abweicht.

Bei der Unternehmensgröße zeigt sich wiederum der größte Zweifel an der eigenen IT-Security im gehobenen Mittelstand. 26 Prozent dieser Befragten sehen ihre Unternehmen nur bedingt für hybride Arbeitskonzepte gerüstet. Im Gegenzug fällt der Anteil bei „optimal aufgestellt“ auffallend klein aus (11 Prozent).



DER ARBEITSPLATZ DER ZUKUNFT

NICHT JEDER WILL INVESTIEREN

BUDGETS FÜR MODERNISIERUNG DER IT

! Rund ein Viertel der Unternehmen will künftig signifikant oder zumindest in großem Maße in Digital Workplace-Lösungen investieren.



Viele Unternehmen haben vor allem im Zuge der vergangenen zwei Jahre für zahlreiche Abteilungen und Mitarbeitende neue Arbeitswerkzeuge anschaffen müssen, ob mobile Endgeräte oder Collaboration-Lösungen – nicht zuletzt, um teils in kürzester Zeit die Arbeit aus dem Homeoffice ermöglichen zu können. Doch wie steht es um die Bereitschaft, auch über die pandemiebedingten Anforderungen hinaus in den kommenden

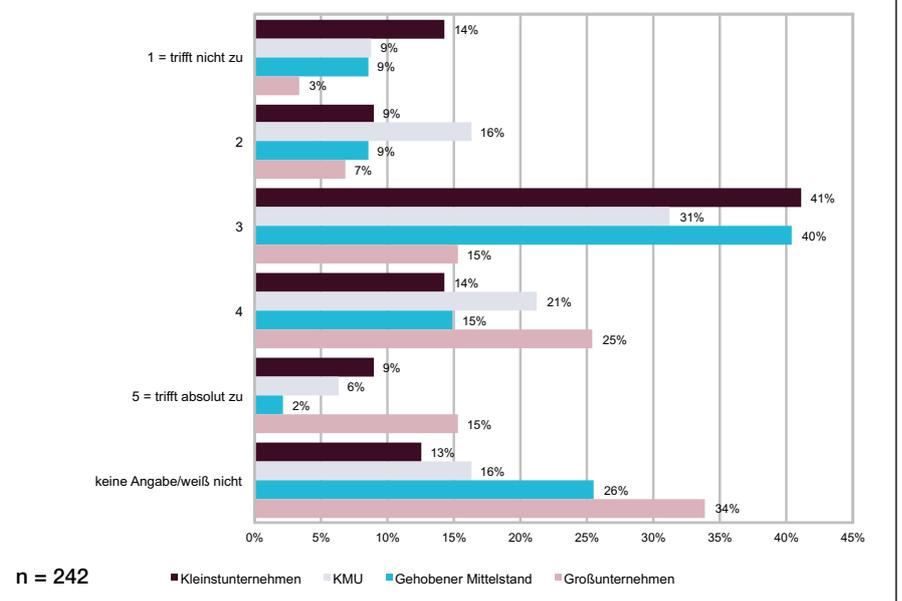
Jahren in die technische Basis eines modernen digitalen Arbeitsplatzes zu investieren? Trotz der großen Aufmerksamkeit für die Themen Homeoffice und Digital Workplace plant mit 27 Prozent lediglich etwas mehr als ein Viertel der Unternehmen größere Investitionen, davon 8 Prozent „signifikante Investitionen“, 19 Prozent wiederum Investitionen in einem immer noch größeren Umfang.

Der mit 31 Prozent größte Anteil gab hingegen „teils teils“ an und rechnet somit mit punktuellen Investitionen der eigenen Unternehmen, aber nicht mit umfangreichen Budgets beispielsweise für betriebsweite Modernisierungsmaßnahmen. Und immerhin 20 Prozent der Befragten gehen von keinerlei (9 Prozent) oder zumindest nur sehr geringen Investitionen (11 Prozent) in neue technische Lösungen aus.

Interessant ist bei dieser Fragestellung auch der Blick auf die Aufteilung nach Unternehmensgröße. So zeigt sich, dass die Großunternehmen bei den Antwortoptionen „trifft absolut zu“ und „trifft eher zu“ jeweils am stärksten vertreten sind. Sie stehen somit in Summe für die höchste Investitionsbereitschaft im IT-Bereich.

Bewertung der Aussage: Für die technische Einrichtung von modernen digitalen Arbeitsplätzen plant mein Unternehmen im laufenden und kommenden Jahr signifikante Investitionen.

nach Unternehmensgröße

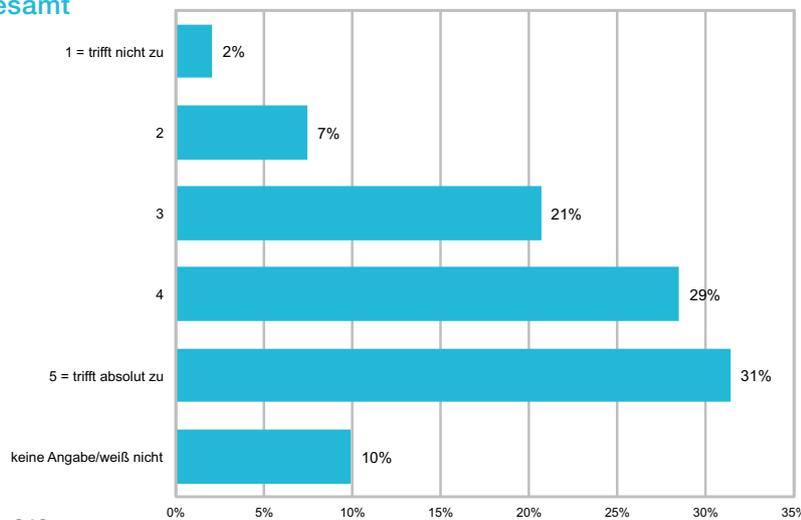


DAS RICHTIGE MINDSET ZÄHLT!

OHNE EINEN KULTURELLEN WANDEL GEHT ES NICHT

Bewertung der Aussage: Für den Erfolg eines Digital Workplace sind ein gezieltes Change Management sowie ein Kulturwandel im Unternehmen unerlässlich.

Gesamt



Während moderne IT-Lösungen ein unerlässlicher Baustein des Digital Workplace sind, stehen vor allem auch ein durchdachtes Change Management sowie ein kultureller Wandel immer wieder im Zentrum der Diskussion rund um die Arbeitswelt der Zukunft. Wie wichtig diese beiden Aspekte sind, bestätigen auch die Teilnehmenden der Umfrage. 31 Prozent stimmen der Aussage „absolut“ zu, dass ein gezieltes Change Management sowie ein Kulturwandel „unerlässlich“ für den Erfolg eines Digital Workplace seien, 29 Prozent stimmen immerhin „eher zu“. In Summe unterstreicht mit 60 Prozent also die große Mehrheit die Bedeutung der mitarbeiterbezogenen Aspekte des Transformationsprozesses.

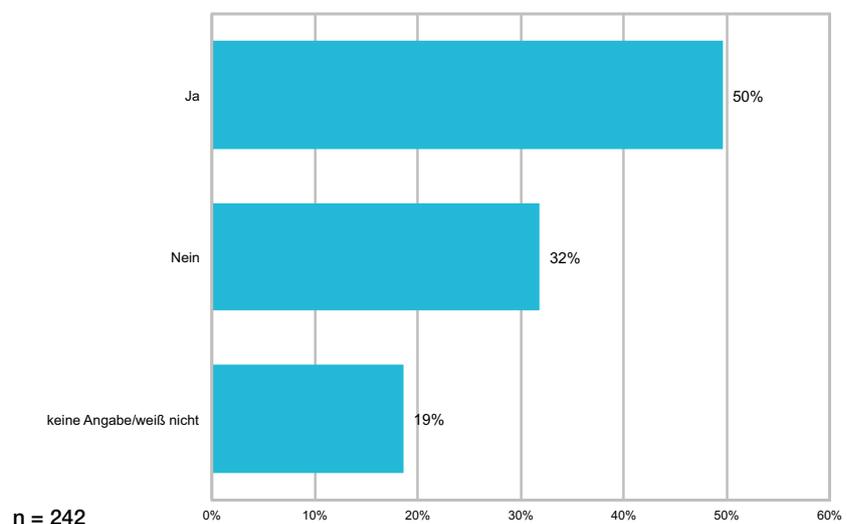
Im Gegenzug stimmen lediglich 9 Prozent der Aussage nicht oder kaum zu, wobei 7 Prozent „trifft eher nicht zu“ angaben und lediglich 2 Prozent der Befragten der erfolgsentscheidenden Bedeutung von kulturellem Wandel und Change Management eine grundsätzliche Absage erteilten.

Dieses Bewusstsein um die Bedeutung des Kulturwandels kommt aber nicht automatisch in jedem Unternehmen auch in der Praxis an. Bereits zahlreiche Projekte sind in Vergangenheit an einer zu kurz gedachten Transformationsstrategie gescheitert. Es scheint sich jedoch zusehends durchzusetzen, dass ein kultureller Wandel nicht schlicht nur gefordert werden kann, sondern aktiv gefördert werden muss. So gab die Hälfte der Teilnehmenden der Umfrage an, dass ihr Unternehmen in den vergangenen 12 Monaten Programme aufgesetzt oder bestehende Programme ausgebaut hat, um einen entsprechenden Kulturwandel voranzubringen. Besonders aktiv sind dabei die Großunternehmen. Hier liegt der Anteil gar bei 66 Prozent, während lediglich 20 Prozent der Unternehmen dieser Größe keinerlei Programm angestoßen haben.

Grundsätzlich scheinen sich entsprechende Maßnahmen also zu etablieren. Im Gegenzug sind es über alle Befragten hinweg 32 Prozent, die bisher gänzlich auf entsprechende Maßnahmen verzichtet haben.

Hat Ihr Unternehmen in den letzten 12 Monaten Programme aufgesetzt oder ausgebaut, um einen entsprechenden Kulturwandel zu fördern?

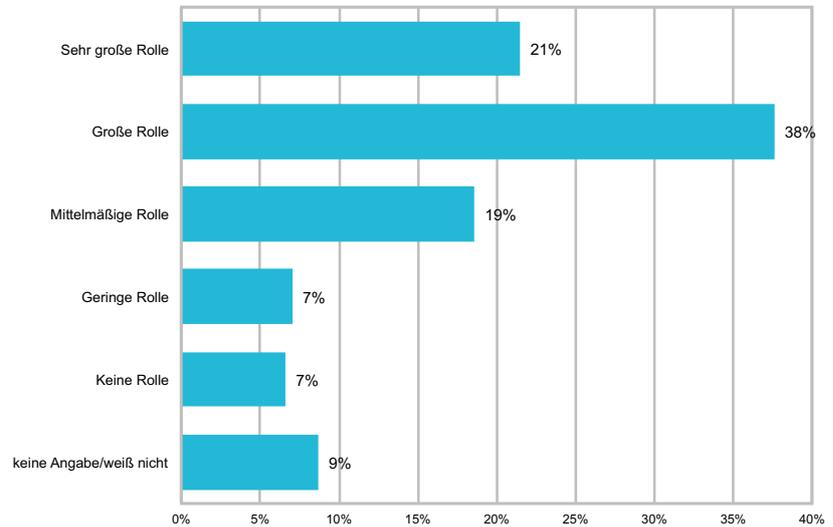
Gesamt



! Bei **38%** der Unternehmen spielt eine zielorientierte Vertrauenskultur bereits eine große Rolle, bei **21%** sogar eine sehr große.

Die Rolle einer zielorientierten Vertrauenskultur im eigenen Unternehmen

Gesamt



n = 242

Eine besondere Rolle im Rahmen einer modernen Unternehmenskultur kommt zudem dem Vertrauen zu. Denn vor allem die Arbeit in verteilten Teams über Bürogrenzen hinweg und an verschiedensten Orten muss oftmals auf ganz klassische Kontrollmechanismen verzichten. Ob Mitarbeitenden ihre Aufgaben und Ziele tatsächlich erfüllen, lässt sich meist erst zeitverzögert an den Ergebnissen ablesen. In Zuge dieser zunehmenden Aufweichung etablierter Strukturen ist Vertrauen eine entscheidende Voraussetzung – zwischen Vorgesetzten und Mitarbeitenden, aber auch zwischen Mitarbeitenden und Mitarbeitenden –, damit Teams effektiv und effizient arbeiten können.

Doch wie die Befragung zeigt, muss eine zielorientierte Vertrauenskultur im Großteil der Unternehmen nicht erst langwierig aufgebaut werden – denn sie ist längst gelebter Alltag. So gaben 21 Prozent der Teilnehmenden an, dass eine entsprechende Kultur derzeit eine „sehr große Rolle“ spielt, bei 38 Prozent immerhin eine „große Rolle“.

19 Prozent berichten zudem von einer „mittelmäßigen Rolle“ – und bei zusammengeordnet 14 Prozent der Befragten gibt es noch Nachholbedarf in Sachen Vertrauen. 7 Prozent sehen eine „geringe Rolle“, während ebenfalls 7 Prozent angaben, dass eine zielorientierte Vertrauenskultur aktuell „keine Rolle“ in ihrem Unternehmen spielt. Das scheint wiederum häufiger in größeren Betrieben der Fall zu sein. Großunternehmen (10 Prozent) und der gehobene Mittelstand (11 Prozent) waren hier stärker vertreten als Kleinstunternehmen und KMU mit jeweils 4 Prozent.

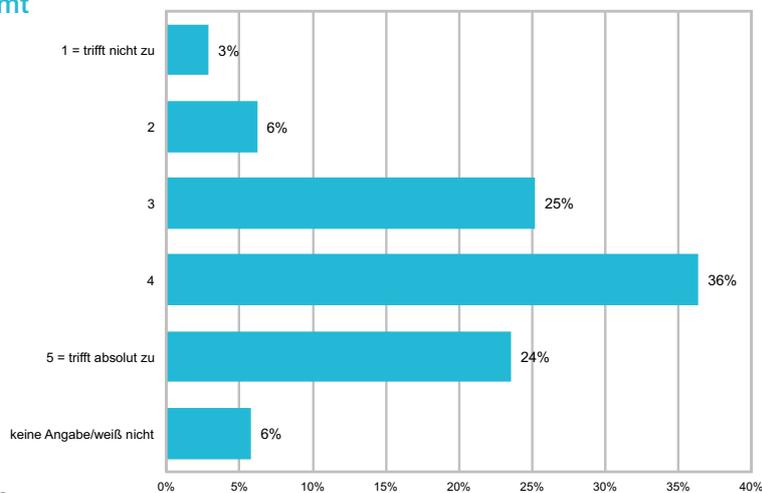


MOBILER, FLEXIBLER, INDIVIDUELLER

ABSCHIED VON 9-TO-5 UND PRÄSENZKULTUR?

Bewertung der folgenden Aussage: Langfristig wird sich ein Großteil der Unternehmen weg vom 9-to-5-Modell und der Präsenzkultur hin zu mobilen, flexiblen und individuelleren Arbeitskonzepten entwickeln.

Gesamt



n = 242

Vor allem die vergangenen zwei Jahre haben viele Veränderungen der Arbeitswelt mit sich gebracht oder diese zumindest beschleunigt. Doch rechnen Unternehmen auch mit einem langfristigen, noch weitreichenderen Wandel weg vom 9-to-5-Modell und Präsenzkultur, hin zu hybriden, flexiblen Konzepten? Ein Großteil der Befragten rechnet fest mit dieser Entwicklung, 24 Prozent sind „absolut“ überzeugt davon, dass sich Mobilität, Flexibilität und Individualität am Arbeitsplatz durchsetzen, weitere 36 Prozent stimmen der Aussage „eher“ zu. Besonders optimistisch zeigen sich dabei die Großunternehmen. Sie sind bei beiden Antwortoptionen im Vergleich zu anderen Unternehmensgrößen jeweils am häufigsten vertreten.

Und während noch ein Viertel der Befragten zumindest mit einem teilweisen Abschied von klassischen Zeit- und Ortsmodellen rechnet, gehen insgesamt nur 9 Prozent davon aus, dass es nur einen geringen (6 Prozent) oder überhaupt keinen langfristigen Wandel (3 Prozent) weg geben wird.



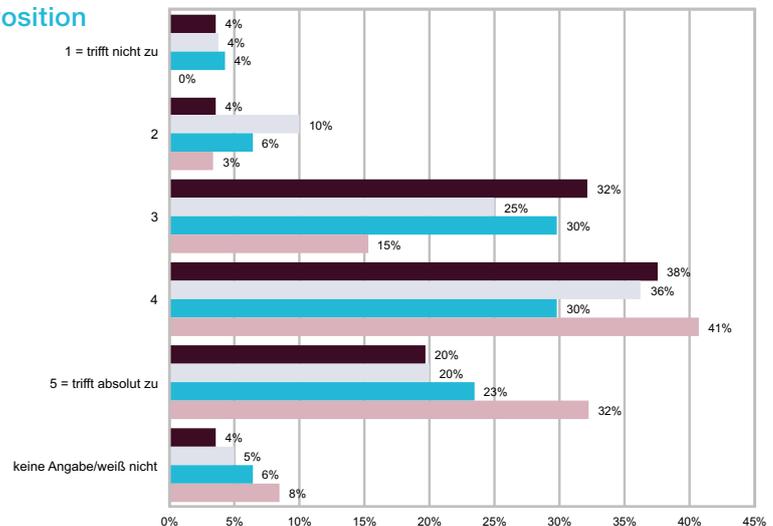
**Abschied von
klassischen Arbeits-
modellen?**

24 %

gehen „absolut“ davon
aus, dass sich Unter-
nehmen künftig hin zu
neuen Arbeitsmodellen
entwickeln werden,
weitere 36 % rechnen
zu großen Teilen damit.

Bewertung der folgenden Aussage: Langfristig wird sich ein Großteil der Unternehmen weg vom 9-to-5-Modell und der Präsenzkultur hin zu mobilen, flexiblen und individuelleren Arbeitskonzepten entwickeln.

nach Position



n = 242

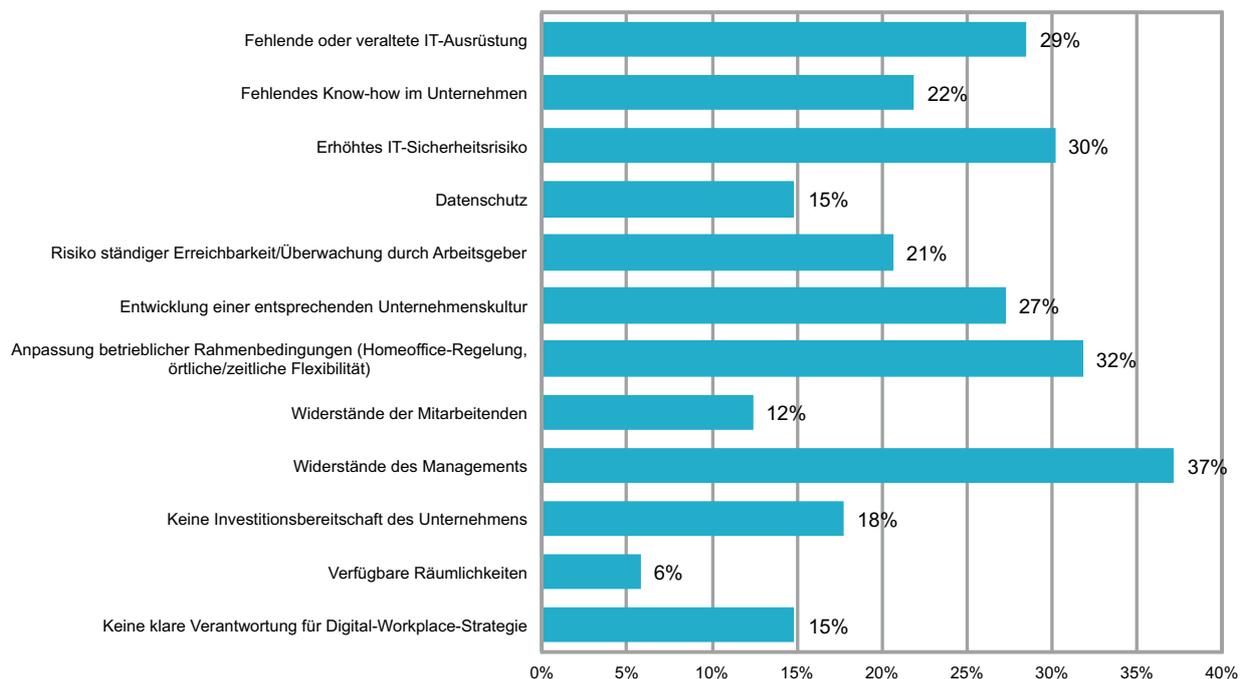
■ Kleinunternehmen ■ KMU ■ Gehobener Mittelstand ■ Großunternehmen

DER STEINIGE WEG ZUM DIGITAL WORKPLACE

VON INTERNEN WIDERSTÄNDEN BIS HIN ZU FEHLENDER TECHNIK

Die größten Hürden auf dem Weg zum Digital Workplace

Gesamt



n = 242

Viele Unternehmen mussten bereits die Erfahrung sammeln, dass der Weg zum Digital Workplace alles andere als ein leichter ist. Sie sehen sich zahlreichen Herausforderungen technischer und strategischer Natur gegenüber, die es zu bewältigen gilt. Ganz oben auf der Liste der größten Hürden: Widerstände des Managements (37 Prozent); viele Befragte befürchten, dass die Chefetage den Wandel ausbremsen könnte. Besonders kritisch zeigen sich dabei die Fachbereiche: mit 46 Prozent ist ihr Anteil hier auffallend hoch. Während das Management vielen als Hürde gilt, ist dies bei anderen Angestellten kaum der Fall. Nur 12 Prozent der Befragten gaben Widerstände seitens der Mitarbeitenden als potenzielle Herausforderung an.

Mit 32 Prozent folgt auf dem zweiten Platz der größten Hürden die Anpassung betrieblicher Rahmenbedingungen wie beispielsweise

von Betriebsvereinbarungen rund um das Homeoffice. Und mit 39 Prozent sehen abermals allen voran die Fachbereiche in diesem Aspekt eine bedeutende Hürde auf dem Weg zum Digital Workplace. Aber auch die technischen Facetten des Wandels spielen eine entscheidende Rolle. So sehen 30 Prozent ein erhöhtes IT-Sicherheitsrisiko als Herausforderung, dicht gefolgt von einer fehlenden oder veralteten IT-Ausrüstung mit 29 Prozent. Gravierende Hemmnisse sind zudem die Entwicklung einer entsprechenden Unternehmenskultur, fehlendes Know-how sowie das Risiko ständiger Erreichbarkeit beziehungsweise der Überwachung durch den Arbeitgeber. Das Schlusslicht bildet hingegen die Verfügbarkeit passender Räumlichkeiten, um moderne Arbeitskonzepte in die Praxis umsetzen zu können. Lediglich 6 Prozent sehen hier eine Hürde für ihr Unternehmen.



Widerstände des Managements gelten als größte Hürde auf dem Weg zum Digital Workplace – dicht gefolgt von betrieblichen Rahmenbedingungen und verschiedenen technischen Aspekten.

„FÜR MANCHE UNTERNEHMEN IST DER WEG WEITER ALS FÜR ANDERE“



BILD: NFON

THOMAS MUSCHALLA,
Vice President Sales bei NFON

Bedenken gibt es weiterhin, Aufklärungs- und Überzeugungsarbeit muss an vielen Stellen noch geleistet werden, berichtet Thomas Muschalla von NFON im Interview. Doch es auf dem Weg zum Digital Workplace hat sich bereits viel bewegt. Besonders dort, wo Unternehmen mutig sind und das Thema zur Chefsache machen.

Herr Muschalla, 77 Prozent der Studienteilnehmer geben an, dass die Zusammenarbeit in Remote Teams gut oder sogar sehr gut funktioniert. Haben Sie ebenfalls die Erfahrung gesammelt, dass flexible, ortsunabhängige Arbeitskonzepte nicht nur eine aktuelle Notwendigkeit sind, sondern sich in den Unternehmen etabliert haben?

Thomas Muschalla: Ich denke, dass insbesondere die letzten Monate Beschleuniger für eine Entwicklung gewesen sind, die so oder so vorhanden ist. Die Ergebnisse dieser und vergleichbarer Studien sowie die Erfahrung in der Realität haben jedoch viele Unternehmen positiv überrascht und Vorurteile beseitigt. Vor allem in Deutschland gab es eine starke Präsenzkultur und ein sehr falsches Bild der Mitarbeitenden. Ob sich aus dieser überraschenden Entwicklung ein dauerhaftes Remote-Modell ergibt, darf man bezweifeln – aber, dass der Grad an Flexibilität höher bleibt als vor wenigen Jahren und dieser sich weiterentwickelt, ist unstrittig.

Aber wie gut sind Unternehmen Ihrer Meinung nach technisch für diesen Wandel vorbereitet? Sprechen wir noch von einer Grundausstattung mit mobilen Endgeräten oder kommen bereits umfassende Digital Workplace-Konzepte zum Tragen, die tief integrierte Lösungen und stark digitalisierte Arbeitsprozesse umfassen?

Muschalla: Bereits umfassend digitalisiert ist tatsächlich nur ein Bruchteil der Unternehmen. Wir bei NFON hatten durchaus einige Kunden, die auf uns zugekommen sind, da die Mitarbeitenden nicht einmal außerhalb der Büros erreichbar waren und innerhalb weniger Tage eine funktionierende Lösung gebraucht wurde. Wir sehen viele Unternehmen, die sich erst jetzt damit befassen, erste Schritte gehen und Konzepte entwickeln. Dass sich etwas verändert, haben mittlerweile die meisten Unternehmen verstanden und sie schlagen einen entsprechenden Weg ein. Aber wir müssen berücksichtigen, dass für manche Unternehmen dieser Weg weiter ist als für andere.

Kommt der klassischen Telefonie neben Chat und Video-Kollaboration in dieser neuen Arbeitswelt weiterhin eine bedeutende Rolle zu?

Muschalla: Wie oft in der Kommunikation sehen wir, dass Formen wie Video oder Chat ergänzend zu Telefonie zu sehen sind und

diese nicht oder nur teilweise ersetzen. Insbesondere kritische Kommunikation funktioniert nach wie vor meist rein telefonisch – vor allem nach und von extern. Eines ist sicher: Die Anzahl der Kanäle, die wir verwenden, wird weiter steigen und sich mehr und mehr den jeweiligen Bedürfnissen und Situationen anpassen.

Und ist in den letzten Jahren zudem auch die Bereitschaft deutscher Unternehmen gestiegen, im Zuge dieses Wandels auf Cloud-Dienste zu setzen? Ist die Cloud denn grundsätzlich eine notwendige Voraussetzung für den Digital Workplace?

Muschalla: Wir sehen, dass nun auch in Deutschland die Vorteile der Cloud deutlicher gesehen werden und zunehmend Ängste abgebaut werden. Ganz klar: Die Cloud ist elementar für den Digital Workplace – unverzichtbar!

Wo sehen Sie andererseits aktuell noch die größten technischen oder auch strategischen Hürden in Unternehmen auf dem Weg zu einem Digital Workplace?

Muschalla: Nach wie vor sehen wir teils diffuse Ängste bei Unternehmen, oftmals nicht klar begründet oder schlicht aus Unkenntnis. Aufklärungsarbeit und Überzeugungsarbeit ist hier deshalb immer noch notwendig.

„Was uns das bringt? Höhere Produktivität. Höhere Flexibilität. Höhere Attraktivität. Und eine viel höhere Zufriedenheit der Mitarbeitenden.“

Vor allem auch das Thema Datenschutz ist elementar und oftmals unübersichtlich. Ein Großteil der Lösungen und Anbieter stammt nicht aus Deutschland und der EU: Daher wird dieses Thema nach wie vor nicht so adressiert wie es müsste. Ebenso hinderlich ist oftmals die Komplexität im Zusammenspiel der Lösungen. Für die Auflösung von Komplexität braucht es starke Partner. Effizienzsteigerung wird bei betroffenen Unternehmen nicht sofort erkannt, das schreckt ab. Der letzte Punkt ist eher der deutschen Mentalität geschuldet: Technische Innovationen und Dinge neu und anders zu tun, gegebenenfalls auch etwas zu riskieren, ist keine Kerntugend und muss bisweilen erst erlernt werden. Anbieter für Lösungen zu einem Digital Workplace müssen sich auch als Botschafter verstehen, das ist sehr wichtig.

Und was sind diesbezüglich Ihre Empfehlungen an Unternehmen, die gegebenenfalls noch am Anfang stehen?

Muschalla: Jedes Unternehmen ist unterschiedlich. Aber aus unserer Erfahrung sind vor allem zwei Dinge wichtig. Erstens: mutig sein. Natürlich ist ein Aufwand mit der Digitalisierung verbunden. Und Dinge anders und neu umzusetzen, birgt immer ein Risiko. Daraus resultiert oftmals eine Blockadehaltung in der Führung aber auch bei den Mitarbeitenden. Der Mut, Dinge auch radikal anzupacken

und zu verändern ist aber fast immer von Erfolg gekrönt, denn die Digitalisierung bietet unendlich viele Vorteile. Und zweitens: Digitalisierung ist Chefsache. Gerade weil es mit Risiken und teils unpopulären Entscheidungen verbunden ist, muss der Wille von ganz oben kommen und auch intern vermittelt werden. Kommen diese beiden Faktoren zusammen, haben wir aus Erfahrung nahezu immer einen Riesenerfolg bei diesen Prozessen.

Nahezu zwei Drittel der TeilnehmerInnen gehen davon aus, dass sich Unternehmen weg vom 9-to-5-Modell und von Präsenzkultur, hin zu flexiblen, hybriden Arbeitskonzepten entwickeln. Würden Sie diese Erwartung ebenfalls unterstreichen und wie lange wird dieser Wandel dauern?

Muschalla: Ja, diese Entwicklung gibt es und sie wird auch anhalten. Man darf nicht vergessen, dass unsere 9-to-5-Modelle mit Präsenz noch aus der Zeit der Industrialisierung stammen. Sie aber die Inhalte der Arbeit massiv geändert haben. Die neue Arbeitswelt wird viel flexibler werden. Hybrid Working wird sich immer mehr durchsetzen – ebenso wie viel mehr Mitarbeitende nicht mehr fest in einer Firma arbeiten. Es wird sich enorm unterschiedlich entwickeln – in einigen innovativen Bereichen und Start-Ups sind wir schon dort, andere Unternehmen haben nicht einmal gestartet. Da diese Ent-

wicklung alle Unternehmen betrifft wird diese nicht auf einen Schlag stattfinden, sondern kontinuierlich über die nächsten Jahre. Was aber die Änderungen nicht weniger radikal für das Individuum macht. Über die nächsten drei bis fünf Jahre werden wir sicherlich viele Schritte erleben, die in die Richtung gehen. Abgeschlossen wird dieser Prozess aber vermutlich niemals sein.

Herr Muschalla, eine abschließende Frage: Welche Erfahrungen haben Sie bei NFON mit entsprechenden Arbeitskonzepten gesammelt? Würden Sie Ihr Unternehmen als Arbeitsplatz der Zukunft bezeichnen und wo sehen Sie persönlich die größten Vorteile dieses Modells?

Muschalla: Wir haben bei NFON natürlich dank unserer Kommunikationslösung immer schon die Möglichkeit gehabt, von überall zu arbeiten. Aber selbst bei uns waren weit nicht alle Prozesse zu 100 Prozent digitalisiert und in der Cloud. Wir haben in den letzten Jahren und gerade auch in den vergangenen Monaten einen, teils schmerzhaften, Change Prozess durchgeführt und sind jetzt wirklich so weit, dass jede Rolle im Unternehmen zu 100 Prozent hybrid ausgeführt werden kann. Was uns das bringt? Höhere Produktivität. Höhere Flexibilität. Höhere Attraktivität. Und eine viel höhere Zufriedenheit der Mitarbeitenden.

HYBRIDE UND FLEXIBLE ARBEITSMODELLE SIND DIE ZUKUNFT

Herr Müller, wie haben Sie die vergangenen zwei Jahre beziehungsweise den Boom hybrider Arbeitskonzepte aus Sicht eines Security-Anbieters erlebt? Hat sich auch die Bedrohungslage weiter zuge-spitzt?

Norbert Müller: Ja, die Bedrohungslage ist vielfältiger geworden. Jedes Homeoffice ist ein potenzieller Angriffspunkt für Cyberkri-minelle, insbesondere da viele Unternehmen aus der Not heraus die Arbeit im Homeoffice mithilfe der privaten Endgeräte der Mitarbei-tenden genehmigt haben. Vor allem zu Beginn der Umstellung geschah das ohne zureichenden Schutz vor Cyberangriffen. Für Behörden war das aber keine Option, da sie unter anderem mit personenbezogenen Daten und Verschlusssachen arbeiten. Eine große Herausforderung war hier die Verfüg-barkeit angemessen abgesicherter Laptops aufgrund des bis heute anhaltenden Lieferkettenproblems. Anwender von ganzheitli-chen Sicherheitslösungen waren im Vorteil. Auch unsere Kunden, darunter viele Behör-den und Regierungsinstitutionen, konnten deshalb unter den neuen, herausfordernden Bedingungen sofort und standortunabhän-gig weiterarbeiten. Hier bewährt sich immer wieder, dass wir nicht nur Sicherheitssoft-ware, sondern komplett integrierte Produkte anbieten.

Spricht eine Zuspitzung der Bedrohung gegen eine Umsetzung hybrider Arbeitskonzepte oder sind schlicht neue Cyber Security-Konzepte notwendig?

Müller: Nein, hybride und flexible Arbeitsmo-delle sind die Zukunft. Deshalb bedarf es aber in der Tat neuer Konzepte, Technologien und leistungsfähigerer Infrastrukturen. Vieles läuft zudem mittlerweile über die Cloud – also eine weitere Komponente, die neue Lö-sungen einfordert, die wir bereits seit einigen Jahren stetig weiterentwickeln. In dem ambi-tionierten europäischen Dateninfrastruktur-



NORBERT MÜLLER,
Leiter Division Public Authorities,
secunet Security Networks AG

projekt GAIA-X erkennen wir unsere Vision zum Teil wieder. Wir fokussieren uns auf konkrete Anwendungsfälle und fahren dem-nach bereits anspruchsvolle Vorprojekte für Cloud-basierte, globale und vertrauliche Kol-laborationsszenarien.

Wo sehen Sie grundsätzlich die größten Risiken im Umfeld Homeoffice/Digital Workplace? Private Endgeräte, Unterneh-mensgeräte außerhalb des Firmennetz-werks oder doch unachtsame Mitarbeite-rinnen und Mitarbeiter?

Müller: Das lässt sich nicht eindeutig bestim-men, vieles hängt davon ab, wie es um die

sicherheitstechnischen Voraussetzungen steht. Mitarbeitende sollten beispielsweise ihre Unternehmensgeräte regelmäßig upda-ten. Antivirenprogramme und eine Firewall, die IT-Verantwortliche standortunabhängig verwalten können, sind genauso wichtig. Für zu Hause gilt: das Netzwerk beziehungs-weise den Router mindestens gemäß den Empfehlungen des Herstellers konfigurieren. Zu den Basics gehört zudem die Sensibili-sierung und der bewusste Umgang der Mit-arbeitenden mit diesen Themen im Ar-beitsalltag. Aber auch die Arbeitgeber sind in der Pflicht: Ihre Aufgabe ist es, Regelwer-ke und Sicherheits-Policies zu definieren. Grundsätzlich gilt, dass Kriminelle alles, was automatisierbar ist, aus der Ferne angreifen

können. Häufig wollen sie an die Zugriffsrechte einer Unternehmens-IT gelangen. Angreifer sind zwar mit Phishing-Mails an Mitarbeitende leider immer wieder erfolgreich, aber eine Schwachstelle oder Fehlkonfiguration im System reicht ebenso aus, um Schadsoftware einzuschleusen. Daher ist es immer ratsam: Erstens, einen ganzheitliche Basischutz statt vieler einzelnen Maßnahmen zu implementieren. Und zweitens, auf isolierte Browser oder ein VPN zu setzen, um etwa versteckte Gefahren beim alltäglichen Surfen zu minimieren.

Wie gut sind deutsche Unternehmen Ihrer Erfahrung nach im Security-Bereich auf die neuen Anforderungen vorbereitet und wo sehen Sie den größten Nachholbedarf?

Müller: Erfreulich ist, dass Unternehmen sich zunehmend stärker bemühen, das Thema IT-Sicherheit anzupacken. In der Praxis erleben wir dennoch häufig, dass die getroffenen Maßnahmen unzureichend sind. Die Unternehmen sind sich aber bewusst, dass angesichts der technischen Trends wie Cloud, IoT und mobile Netze die Cyberkriminalität weiter ansteigen wird. Wir stellen auch fest, dass in puncto Digitalisierung und Modernisierung weiterhin viel Nachholbedarf besteht. Hier geht es dann vor allem um die Basics einer durchgängigen Digitalisierung, zu denen IT-Sicherheit selbstredend dazugehört. Wichtig sind dabei drei Grundprinzipien: Vertraulichkeit, Integrität und Verfügbarkeit. Unserer Meinung nach ist IT-Sicherheit eine Managementaufgabe und sollte zu den Corporate Regeln zählen, genauso wie beispielsweise die DSGVO.

Welche Rolle sollten vor allem auch Security Awareness Trainings im Rahmen von Security-Strategien spielen?

Müller: Neben technischen und konzeptionellen Schutzmaßnahmen sind Security

Awareness Trainings fundamentale Bausteine einer umfassenden IT-Sicherheitsstrategie. Verantwortliche sollten nach Möglichkeit Mitarbeitenden in Behörden und Unternehmen regelmäßig Sensibilisierungs- und Schulungsangebote anbieten, das funktioniert auch online.

Welche Security-Lösungen/ -Bereiche sollten Unternehmen vor allem im Blick haben, um sicher für die Zukunft der Arbeit aufgestellt zu sein?

Müller: Es ist hilfreich, zunächst eine Cybersicherheits-Bestandsaufnahme zu machen, um die größten Lücken in der Absicherungskette zu identifizieren. Mit Hilfe von Experten gelingt das in wenigen Tagen. Diese Lücken sollten dann natürlich priorisiert geschlossen werden. Häufig updaten Verantwortliche die Software für IT-Geräte wie Router oder Drucker nicht rechtzeitig oder gar nicht; dadurch entstehen quasi offene Scheunentore, die Hacker einfach nutzen können. Sind die Grundlagen abgearbeitet, gilt es anschließend einen permanenten Regelkreis für das Überprüfen und Verbessern des IT-Sicherheitskonzepts aufzustellen, also ein sogenanntes Informationssicherheitsmanagementsystem. Welche weiteren Schritte auf dieser Basis getroffen werden müssen, hängt von den Produkten und Dienstleistungen sowie den Zielmärkten der betroffenen Unternehmen ab. Für Online-Shop-Betreiber, die marktübliche Plattformen nutzen, kann das beispielsweise eine Web Application Firewall sein.

Wie lässt sich vor allem auch ein so heterogenes Netzwerk nach dem Ende des klassischen Perimeters noch effektiv schützen?

Müller: Das Ende des klassischen Perimeters wird seit Jahren beschworen. Auch wenn die Zukunft in den Zero Trust-Konzepten

liegt, hilft ein wohldefinierter virtueller Perimeter weiterhin effektiv bei der Abwehr der zahlreichen ungezielten Angriffe aus dem Netz. Außerdem erlaubt er es, sich den wenigen, aber dafür gezielten Einbruchversuchen mit voller Aufmerksamkeit entgegenzustellen. SINA Workstation ist ein gutes Beispiel für einen intelligenten, virtuellen Perimeter. Er verläuft nur zwischen gesicherten und offenen Bereichen innerhalb des Computers, ganz egal, über welche Netze er mit den privaten und öffentlichen Diensten verbunden ist.

Das Zero Trust-Konzept sieht vor, dass alle Zugriffe sämtlicher Benutzer auf alle Dienste erst dann erfolgen können, wenn die Identitäten und die Integrität der Nutzer, Geräte und Anwendungen im jeweiligen Kontext eindeutig geklärt sind. Über die SINA Workstation lassen sich Benutzeridentität, Gerät sowie die korrekte Einwahl-Gegenstelle auf der Serverseite zweifelsfrei ermitteln, damit kommen wir dem Zero Trust-Konzept schon sehr nahe.

Können IT-Abteilungen diese Anforderungen noch im Alleingang stemmen oder ist Cyber Security mittlerweile schlicht zu komplex und erfordert beispielsweise die Unterstützung eines externen Dienstleisters?

Müller: Studien deuten immer wieder darauf hin, dass Umgebungen mit komplexen Technologien, die mit großen Datenmengen arbeiten, kaum noch sicher zu betreiben sind. Aber insbesondere im Mittelstand fehlt schlichtweg das qualifizierte Personal. Externe Dienstleister können dabei helfen, die technische Komplexität zu verringern. Als Faustregel gilt: Im Zweifel ist ein von externen Fachkräften gut gemanagter Betrieb in der öffentlichen Cloud besser vor allgemeinen Cyberangriffen geschützt als ein System, das überlastete, interne Mitarbeitende selbst aufgesetzt haben und nebenbei administrieren.

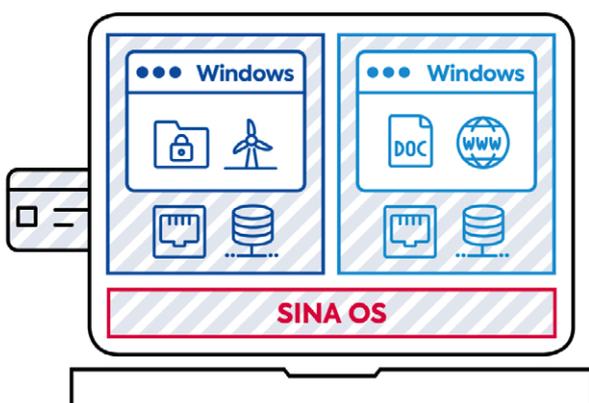
SPONSOREN



MOBIL UND SICHER ARBEITEN

Die SINA Workstation bietet einen modernen und leistungsfähigen Arbeitsplatz für sicheres Arbeiten unterwegs und im Home Office. Mit Laptop oder Tablet können Nutzer ihre gewohnten Anwendungen wie Office-Programme uneingeschränkt überall nutzen und haben Zugriff auf ihre Dokumente im Firmennetzwerk.

Die SINA Workstation baut über eine beliebige Internetanbindung einen VPN-Tunnel auf, die Datenübertragung ist so abhörsicher verschlüsselt. Zusätzlich werden alle auf der SINA Workstation abgelegten Dateien in verschlüsselter Form gespeichert und die Anmeldung am Rechner erfolgt über 2-Faktor-Authentisierung mit Smartcard.



Eine Workstation, viele Arbeitsplätze

Auf einer SINA Workstation lassen sich mehrere (verschiedene) Betriebssysteme virtualisiert mit unterschiedlichen Sicherheitsniveaus parallel nutzen. So können beispielsweise auf einem System Verschlusssachen (VS) bearbeitet oder kritische Netzwerke und Anlagen gesteuert werden. Durch eine strenge Separierung der einzelnen Sitzungen, kann weitere dienstliche oder gar private Nutzung parallel stattfinden.“

secunet – Schutz für digitale Infrastrukturen

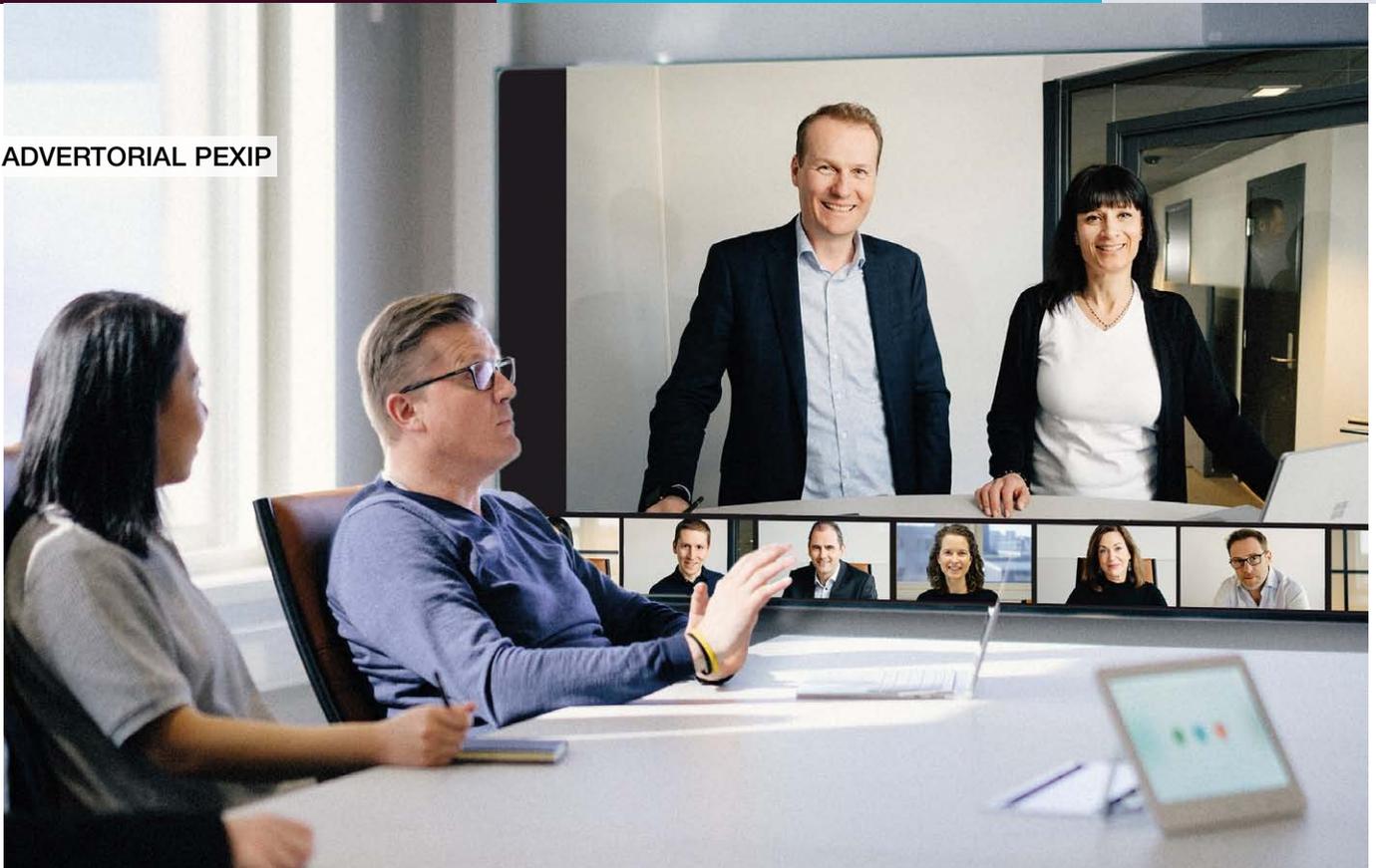
secunet ist Deutschlands führendes Cybersecurity-Unternehmen. In einer zunehmend vernetzten Welt sorgt das Unternehmen mit der Kombination aus Produkten und Beratung für widerstandsfähige, digitale Infrastrukturen und den höchstmöglichen Schutz für Daten, Anwendungen und digitale Identitäten. secunet ist dabei spezialisiert auf Bereiche, in denen es besondere Anforderungen an die Sicherheit gibt – wie zum Beispiel Cloud, IIoT, eGovernment und eHealth. Mit den Sicherheitslösungen von secunet können Unternehmen höchste Sicherheitsstandards in Digitalisierungsprojekten einhalten und damit ihre digitale Transformation vorantreiben.

Über 700 Expert*innen stärken die digitale Souveränität von Regierungen, Unternehmen und der Gesellschaft. Zu den Kunden zählen die Bundesministerien, mehr als 20 DAX-Konzerne sowie weitere nationale und internationale Organisationen. Das Unternehmen wurde 1997 gegründet. Es ist im Segment Prime Standard der Frankfurter Wertpapierbörse gelistet und erzielte 2020 einen Umsatz von 285,6 Mio. Euro.

secunet ist IT-Sicherheitspartner der Bundesrepublik Deutschland und Partner der Allianz für Cyber-Sicherheit.

secunet.com

secunet



SICHERE UND ZUKUNFTSFÄHIGE VIDEOKOMMUNIKATION MIT PEXIP

Pexip ermöglicht Unternehmen und Behörden eine hochleistungsfähige Technologieplattform für die Videokommunikation, speziell zugeschnitten auf höchste Anforderungen an IT Sicherheit und Datenschutz. Die europäische Videokonferenzplattform Pexip kann hierbei on premise, in der Pexip Private Cloud oder in der Cloud beim Kunden bereitgestellt werden, auch Kombinationen sind möglich.

Videokommunikation für vielfältige Anwendungsbereiche

- ▶ 1-to-1 Meetings
- ▶ Teamkollaboration
- ▶ Internationale Allhands-Meetings
- ▶ Kundeninteraktion
- ▶ Kundensupport per Video integriert in die unternehmenseigene Webplattform
- ▶ Digitale Behördengänge
- ▶ Streaming
- ▶ Virtual Recruiting
- ▶ Video-Banking
- ▶ Videosprechstunden

Vor allem der öffentliche Sektor, das Gesundheitswesen und die Finanzwirtschaft wenden oft On Premise Lösungen an. Damit bleiben alle Mediadaten (Videostream, Audiostream, Screensharing) unter Kontrolle der jeweiligen Organisation; die Metadaten liegen ausschließlich auf Servern im europäischen Wirtschaftsraum.

Für unterschiedliche Meetingtypen können zusätzlich unterschiedliche Sicherheitsszenarien eingestellt werden, z.B. für „kritische“ Meetings. Führend im Bereich Interoperabilität ermöglicht Pexip eine komfortable Teilnahme sowohl aus Videokonferenzraumsystemen als auch vom Laptop oder Mobil. Durch Pexip entstehen so nutzerfreundliche Videomeetings für die hybride Zusammenarbeit.

Kundenbindung mit Videokommunikation steigern

Mit Pexip können Unternehmen und Behörden ihre Dienstleistungen mit nur einem Klick virtuell zu ihren Kunden bringen. Durch einzigartige Individualisierungsoptionen lässt sich der Kontaktkanal „Video“ perfekt in Prozesse und Oberflächen einbinden und ermöglicht durch Teilnahme per Browser nutzerfreundliche und komfortable Videoberatung.

Die Mehrwerte mit Pexip

Hohe Nutzerfreundlichkeit

- ▶ Hochwertiges Video-Erlebnis dank HD Video und Audio und künstlicher Intelligenz
- ▶ Komfortable Teilnahme für Kollegen, Partner und Kunden
- ▶ Niederschwelliger Zugang: Auch im Browser zu öffnen

Datenschutz und Sicherheit

- ▶ Höchste Sicherheitsstandards einer europäischen Plattform
- ▶ Flexible Implementierung (On-Premise, Cloud, Pexip Private Cloud)

Integrierbar für hybride Zusammenarbeit und gebrandete Videoerlebnisse

- ▶ Customized: Benutzerdefinierte Branding-Optionen und APIs für integrierte Workflows
- ▶ Best-in-Class Interoperabilität zu Microsoft und Google



SEIT 25 JAHREN EIN ZUVERLÄSSIGER PARTNER: BYON

byon ist eine eigenständige Gesellschaft der CONSENSE-GRUPPE. Seit 25 Jahren sind wir im Bereich der Telekommunikation tätig und dabei so wandlungsfähig wie die Branche. Insbesondere in den letzten Jahren hat die Digitalisierung einen Aufschub erfahren und neue Lösungen wie etwa Kollaborationsplattformen haben Einzug in die Werkzeugpalette von Unternehmen erhalten.

byon hat die Themen und Technologien im Blick – genauso wie die Individualität jedes Unternehmens. Wir bieten flexible und zukunftsfähige Kommunikationslösungen, maßgeschneidert für Ihre Bedürfnisse. Unsere Stärke liegt in einer partnerschaftlichen Zusammenarbeit. So erstellen wir individuelle Fahrpläne und berücksichtigen die vollständige Kommunikationskette – egal ob Datenanbindungen für Unternehmensstandorte oder Lösungsansätze und Dienste aus der Cloud. Als Reseller und Cloud-Anbieter umfassen die

Lösungen die Bereiche Cloud- und Vor-Ort-Telefonanlagen, Datenleitungen, IP-Sprachanschlüsse, Callcenter-Technik, virtuelle ACD und Videokonferenzsysteme. Insbesondere die Produkte byon vTK (virtuelle cloudbasierte TK-Anlage) und byon vACD lassen eine schrittweise Migration zu. Die bereits vorhandene Infrastruktur im Unternehmen kann so in zukunftsfähige Konzepte integriert werden.

Managed Service Provider für aktive Sicherheit

Um unternehmenseigenen IT-Abteilungen zeitlich Luft zu verschaffen und monatliche Planbarkeit der Kosten zu gewährleisten, bietet byon unter anderem SD-WAN, Firewalls, und SBC für die Telefonanlage als Managed Services an. Unser Fachpersonal übernimmt die komplette Installation, Betreuung, Überwachung (24/7) und Wartung für einen sicheren Betrieb der IT-Infrastruktur eines Unter-

nehmens. So haben Unternehmen wieder mehr Zeit fürs Geschäft.

Lösungen für die Arbeitsmodelle der Zukunft

Hybrides Arbeiten avanciert zum Arbeitsmodell der Zukunft. Wir finden mit Unternehmen gemeinsam die passenden Bausteine für ihre digitalen Arbeitsplätze und beraten auch im Hinblick auf die mögliche Überforderung von Mitarbeiter*innen durch eine Informationsflut über die verschiedenen Kommunikationskanäle. Um Verbindung für ihre dezentralen Teams zu schaffen, setzen Unternehmen zunehmend Unified-Communications-(UC)-Lösungen ein. Für Microsoft Teams haben wir die Telefonielösung „SIP for teams“ entwickelt, die externe Anrufe ermöglicht. Um die Teamarbeit am digitalen Arbeitsplatz weiter zu optimieren, bieten wir als Microsoft Silber-Partner Lizenzen für Microsoft 365 an.

STARFACE COMFORTPHONING FÜR DIGITALE ARBEITSPLÄTZE

Die STARFACE GmbH, Karlsruhe, wurde 2005 gegründet und ist Hersteller von IP-Telefonanlagen und -Kommunikationslösungen. Im Mittelpunkt des Produktportfolios stehen die STARFACE Telefonanlagen, die zu 100% „made in Germany“ und wahlweise als Cloud-Service, Hardware-Appliance oder als virtuelle Lösung in der VM-Edition verfügbar sind.

Die Kommunikationsplattform für den digitalen Arbeitsplatz

STARFACE ist heute viel mehr als eine IP-basierte Telefonanlage. Es ist eine Kommunikationsplattform für Unternehmen jeder Größe und damit genau die richtige Lösung für die Einrichtung von digitalen Arbeitsplätzen. Mit STARFACE haben die Mitarbeiter eines Unternehmens sowohl am Büro-Arbeitsplatz, unterwegs auf dem Smartphone und auch im Homeoffice den gleichen Zugriff auf ihre Infrastruktur und können damit jederzeit die gewohnte Kommunikationsumgebung des Unternehmens nutzen.

Bündelung der Kommunikationskanäle in der STARFACE App

Je nach Situation und Anforderung kommunizieren Mitarbeiter heute über Telefon und Chat, Video- und Audio-Konferenzen, E-Mail und Voice-Mail oder sogar ganz klassisch per Fax. STARFACE bündelt diese komplexe Vielfalt an Kommunikationskanälen in einer App, die sowohl auf dem Desktop als auch mobil auf dem Smartphone verfügbar ist. Dies erleichtert den Mitarbeitern, ihre Kundenkontakte, Anruflisten etc. durchgehend im Blick zu behalten.

Integration relevanter ERP- und CRM-Anwendungen

STARFACE lässt sich über Schnittstellen flexibel mit zahlreichen in den Unternehmen vorhandenen ERP- oder CRM-Anwendungen verknüpfen und ermöglicht damit eine noch effizientere Zusammenarbeit. Dies erlaubt zum Beispiel beim Telefonat den Zugriff auf Kundendatenbanken oder Abrechnungssysteme.

Unterwegs und doch im Office

Mit STARFACE bleiben Mitarbeiter auch unterwegs unter ihrer Rufnummer erreichbar und kommunizieren ebenso effizient wie im Büro. Möglich wird dies dank der STARFACE Mobile Apps, die Smartphones (Android- und iOS) in echte Nebenstellen der STARFACE Telefonanlage verwandeln. Benutzer können damit am Smartphone nicht nur ein- und ausgehend unter der vertrauten Office-Rufnummer telefonieren, sondern auch ihre gesamte Kommunikations- und Collaborations-Umgebung aus dem Büro mitnehmen: von der Anrufliste über das Telefonbuch bis hin zur Chat-Historie und zu den Presence-Informationen.

Megatrend Homeoffice

Die Corona-Pandemie hat den Trend, Büroarbeitsplätze flexibel ins Homeoffice zu verlagern, verstärkt. In Unternehmen mit STARFACE Telefonanlagen klappt das: Ankommende Telefonate von extern erreichen sie genau wie im Büro, sie telefonieren mit ihrer gewohnten Bürorufnummer, chatten mit ihren Kollegen, erkennen auf einen Blick, welcher Kollege online ist, können Dokumente austauschen uvm. Kurzum: Sie nehmen ihre gesamte Arbeitsumgebung aus dem Büro mit nach Hause.



STARFACE



ADVERTORIAL IVANTI

WIR ERMÖGLICHEN DEN EVERYWHERE WORKPLACE

Ivanti hat seinen Hauptsitz in einer Region nahe Salt Lake City, die die New York Times kürzlich als „das nächste Silicon Valley“ bezeichnete. Das Unternehmen mit 3.200 Mitarbeitern betreibt 28 Niederlassungen in 25 Ländern, mit zentralen Standorten unter anderem in London, Frankfurt, Paris, Sydney, Shanghai und Singapur.

Die IT-Abteilungen von mehr als 45.000 Firmen setzen auf Ivanti, um ihre ITSM-, IT-Asset-Management-, IT-Security-, Endpoint-Management- und Supply-Chain-Funktionen zu verbinden. Die IT-Lösungen von Ivanti sind bei 78 der Fortune-100-Unternehmen im Einsatz.

Im Everywhere Workplace nutzen Mitarbeiter unzählige Geräte, um über verschiedene Netzwerke auf IT-Anwendungen und Daten zuzugreifen und standortunabhängig produktiv arbeiten zu können. Die Automatisierungsplattform Ivanti Neurons verbindet die Lösungen des Unternehmens für Unified Endpoint Management, Zero Trust Security und Enterprise Service Management und bietet so eine einheitliche IT-Plattform, die es Geräten ermöglicht, sich selbst zu warten und zu sichern. Von PCs und mobilen Geräten bis hin zu virtuellen Desktop-Infrastrukturen und dem Rechenzentrum erkennt, verwaltet und sichert Ivanti IT-Assets von der

Cloud bis zum Edge – und bietet gleichzeitig personalisierte Mitarbeitererfahrungen.

It's a big, diverse and thriving family

2017 schlossen sich LANDESK und HEAT Software zusammen und gründeten Ivanti. Heute vereint Ivanti die Kompetenz und Schlagkraft von acht sich ergänzenden Unternehmen. Jeder Zuwachs hat die Fähigkeiten des Unternehmens gestärkt, verzahnte IT-Lösungen anzubieten. Einer der großartigsten Effekte der Zusammenführung all dieser Unternehmen ist die vielfältige Mitarbeiterkultur und eine loyale Basis von Kunden mit unterschiedlichem Hintergrund, die Ivanti-Produkte entwickeln und einsetzen.

Die jüngsten Zuwächse hat Ivanti Mitte 2021 mit Cherwell und RiskSense – nach Pulse Secure und MobileIron – abgeschlossen. MobileIron bringt als Anbieter von Enterprise Mobile Management (EMM) und

Mobile Device Management (MDM) Technologien und Fähigkeiten zu Management und Absicherung remote tätiger Mitarbeiter ins Unternehmen ein. Pulse Secure, ein Anbieter von Secure-Access-Lösungen für Zero-Trust-Transparenz, Compliance und geschützte Konnektivität zwischen Benutzern, Geräten, Anwendungen und Diensten erlaubt die optimale Absicherung einer dezentralen und mobilen Belegschaft. RiskSense wiederum bietet IT- und IT-Security-Teams die Möglichkeit, ihre Sicherheits- und Patchmanagement-Strategien anhand risikobasierter Analysen auszurichten.

Für weitere Informationen besuchen Sie

www.ivanti.de

und folgen @IvantiGermany.

ivanti

NFON

DIE NEUE FREIHEIT DER UNTERNEHMENS-KOMMUNIKATION

Die NFON AG ist europäischer Anbieter für sprachzentrierte Businesskommunikation aus der Cloud. Mit über 3.000 Partnern in 15 europäischen Ländern und sieben Niederlassungen zählt NFON mehr als 50.000

Unternehmen zu seinen Kunden. Cloudya, das Kernprodukt von NFON, ist die Plattform für eine einfache, unabhängige und verlässliche Businesskommunikation für Unternehmen aller Branchen und Größen. Weitere

Produkte und Lösungen ergänzen das Portfolio im Bereich Cloud-Kommunikation. Mit unseren intuitiven Kommunikationslösungen begleiten wir Unternehmen in die Zukunft der Business-Kommunikation.

DIE NFON WELT – PRODUKTE UND LÖSUNGEN

PRODUKTE

Business Communications (CLOUDYA)

NFON liefert die Freiheit der Kommunikation. Telefonie, Meet & Share und CRM Connect (UCaaS) steht im Zentrum der integrierten Unternehmenskommunikation.

Integration

Integration in bestehende Systeme, Geschäftsprozesse und Arbeitsabläufe auf Seiten unserer Kunden.

- ▶ NCTI (Standard, Premium & Pro)
- ▶ NFON Integration for Microsoft Teams (Premium and Standard)
- ▶ ASC Insights for Microsoft Teams (UK only)

Kundenkontakt

NFON unterstützt Unternehmen, ihre Kundenkommunikation zu verbessern.

- ▶ Ncontactcenter/ NFON Contact Center Hub
- ▶ Nhospitality
- ▶ Neorecording
- ▶ Nmonitoring Queues
- ▶ Noperatorpanel

Enablement

NFON bereitet Unternehmen auf die Cloud vor und stellt ihnen die richtige Infrastruktur zur Verfügung.

- ▶ Nconnect Voice
- ▶ Nconnect Data (nur in Deutschland)

LÖSUNGEN

NFON passt die Produkte dem jeweiligen Anwendungsfall und der jeweiligen Nutzergruppe an. Die passende Lösung für Retail, E-Commerce, Finanzen & Versicherung, Hotels & Business Center, Software & Telekommunikation, Gesundheit und öffentliche Verwaltung.



Mission

NFON will der führende Anbieter von sprachzentrierter Geschäftskommunikation in Europa werden.

Geschichte

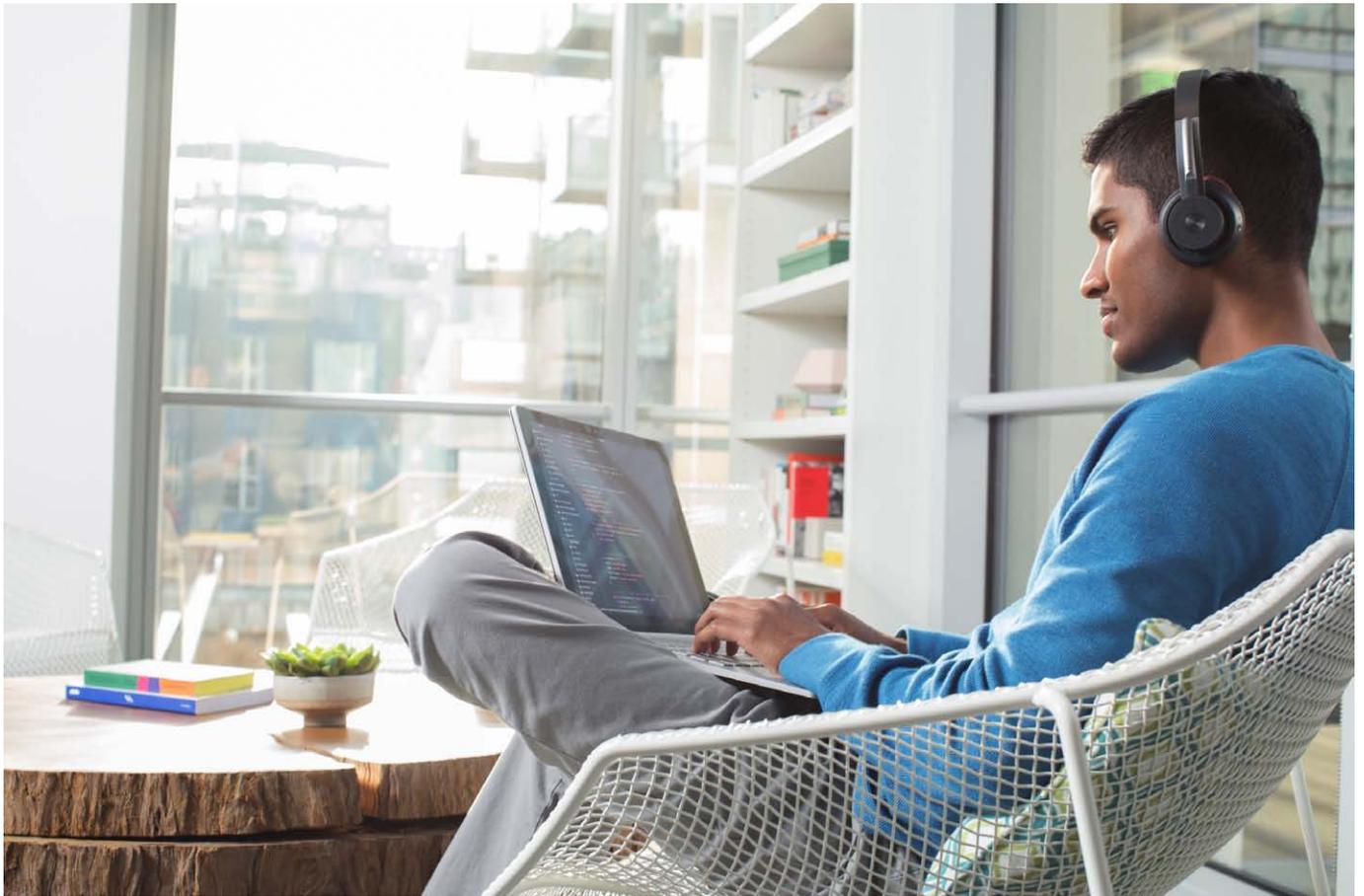
2007 in München gegründet ist NFON auf über 450 Mitarbeiter angewachsen. Vertreten in 15 europäischen Ländern haben wir es uns zur Aufgabe gemacht, komplexe Dinge einfach zu gestalten. Intuitiv und mühelos. Schon heute stellen wir die moderne Kommunikation in der Arbeitswelt von morgen bereit.

Über 500.000 beim Kunden installierte Nebenstellen in ganz Europa zeigen, dass wir das sehr gut hinbekommen. Nach Expansion und Börsengang stecken wir immer noch voller Tatendrang. Bei NFON wachsen Ideen und Veränderungen. Nicht nur für unsere Kunden, sondern auch für unsere Mitarbeiter.

Unsere Werte

Unternehmerisches Handeln. Respekt. Team. Wir sagen: Engagierter Einsatz und Spaß sind eins! Gemeinsam greifen wir nach großen Zielen.





LOGITECH: INNOVATION UND QUALITÄT

Logitech ist ein in der Schweiz gegründetes Unternehmen mit dem Fokus auf Innovation und Qualität, das Produkte und Benutzererfahrungen entwickelt, die zum festen Bestandteil des Alltags der Menschen werden. Logitech wurde im Jahr 1981 in Lausanne in der Schweiz gegründet und expandierte rasch ins Silicon Valley. Das Unternehmen brachte neue Technologien auf den Markt, die Menschen verbinden – mit innovativen Peripheriegeräten für Computer und einer Vielzahl von Branchenneuheiten, darunter kabellose Infrarotmäuse, Trackballs mit Dauersteuerung, Lasermäuse und mehr.

Seit der Anfangszeit von Logitech hat das Unternehmen sowohl Expertenwissen im Produktdesign als auch seine weltweite Präsenz beständig erweitert. Bei jedem Produkt

stellt sich Logitech die Frage, wie genau sich die Kunden mit der digitalen Welt verbinden und interagieren. Das Design ist das Herzstück jeder neuen Kreation, in jedem Entwicklerteam und jedem Entwicklungsbereich von Logitech, damit jedes Benutzererlebnis wirklich einzigartig und bedeutsam wird.

Die Video Collaboration Tools von Logitech bieten Anwendern dabei die ideale Lösung für jeden Bereich. Denn in der heutigen Arbeitswelt dreht sich alles um Zusammenarbeit. Mit den fortschrittlichen Video-Konferenzlösungen von Logitech können Teams Unterhaltungen führen, Dateien senden, den Bildschirm teilen und auf Whiteboards Ideen austauschen. So laufen alle Meetings reibungslos ab, sind produktiv und machen Spaß.

Mit Produkten, die in fast jedem Land der Welt verkauft werden, hat sich Logitech zu einem Unternehmen mit unterschiedlichen Einzelmarken entwickelt, die Menschen durch Musik, Gaming, Video- und Computertechnologie zusammenbringen. Die Marken von Logitech umfassen Logitech, Logitech G, ASTRO Gaming, Ultimate Ears, Jaybird, Blue Microphones und Streamlabs.

www.logitech.de

logitech

ZUR BEFRAGUNG

Methode:

Online-Befragung

Zeitraum:

16.09. – 17.10.2021

Teilnehmerzahl:

319

Fragenbogenentwicklung:

WEKA Consulting

Ergebnisauswertung:

IFAK Institut GmbH & Co. KG

Grafikerstellung:

IFAK Institut GmbH & Co. KG

Layout:

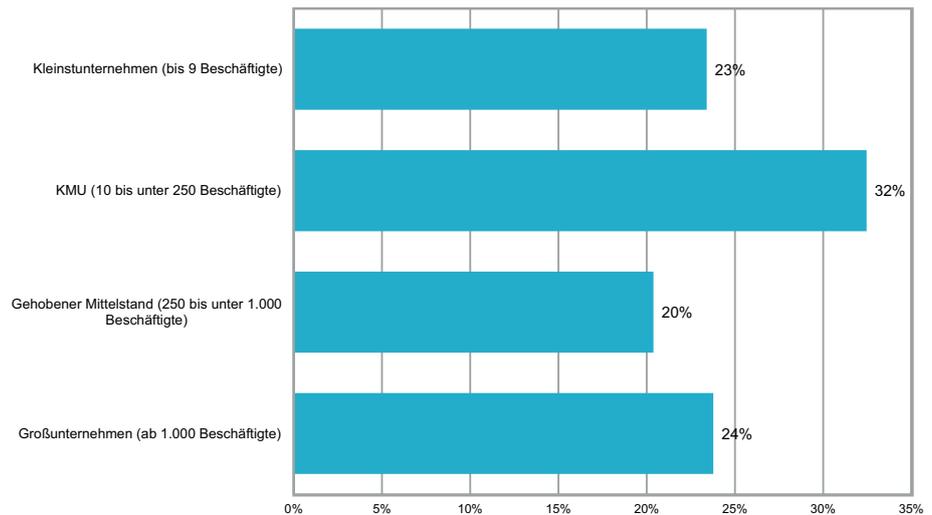
WEKA Fachmedien GmbH

Herausgeber:

WEKA Fachmedien GmbH

Unternehmensgröße

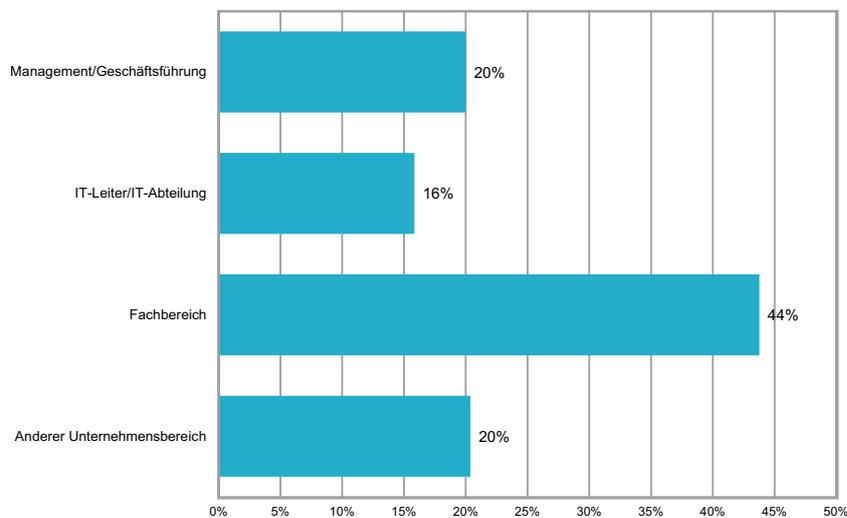
Gesamt



n = 269

Position

Gesamt



n = 269

STUDIENPARTNER:

PLATIN

NFON AG

Machtlfinger Str. 7, 81379 München

secunet Security Networks AG

Kurfürstenstraße 58, 45138 Essen

GOLD

IVANTI Germany GmbH

Hahnstraße 70, 60528 Frankfurt a.M.

Pexip Germany GmbH

Breite Str. 3, 40213 Düsseldorf

BRONZE

byon gmbh

Solmsstraße 71, 60486 Frankfurt a.M.

Logitech Deutschland GmbH

Pranterstrasse 8, 80333 München

STARFACE GmbH

Stephanienstr. 102, 76133 Karlsruhe

TEAM DER STUDIE

Autoren:



Stefan Adelman
Director Content ICT



Sabine Narloch
Redakteurin funkschau



Wilhelm Greiner
Freier Journalist



Jörg Schröper
Chefredakteur LANline

Mediaberatung:



Eric Weis
Director Sales ITK



Sofie Steuer
Account Managerin



Nicole Wawrzinek
Account Managerin

Erstellung Studienpublikation:

Alexandra Hose
Ltd. Redakteurin / CvD funkschau

Norbert Preiß
Mediengestalter WEKA FACHMEDIEN

Herausgeber:

WEKA Fachmedien GmbH,
Richard-Reitzner-Allee 2,
85540 Haar,
Telefon: (089) 25556-1000,
Telefax: (089) 25556-1199,
E-Mail: info@weka-fachmedien.de

Alleinige Gesellschafterin der
WEKA Fachmedien GmbH
ist die WEKA Group GmbH, Kissing

Geschäftsführer:

Kurt Skupin,
Matthäus Hose



IN ZUSAMMENARBEIT MIT



Platin-Sponsoren



NFON
Die Cloud-Telefonanlage



Gold-Sponsoren



Bronze-Sponsoren



STARFACE
COMFORTPHONING