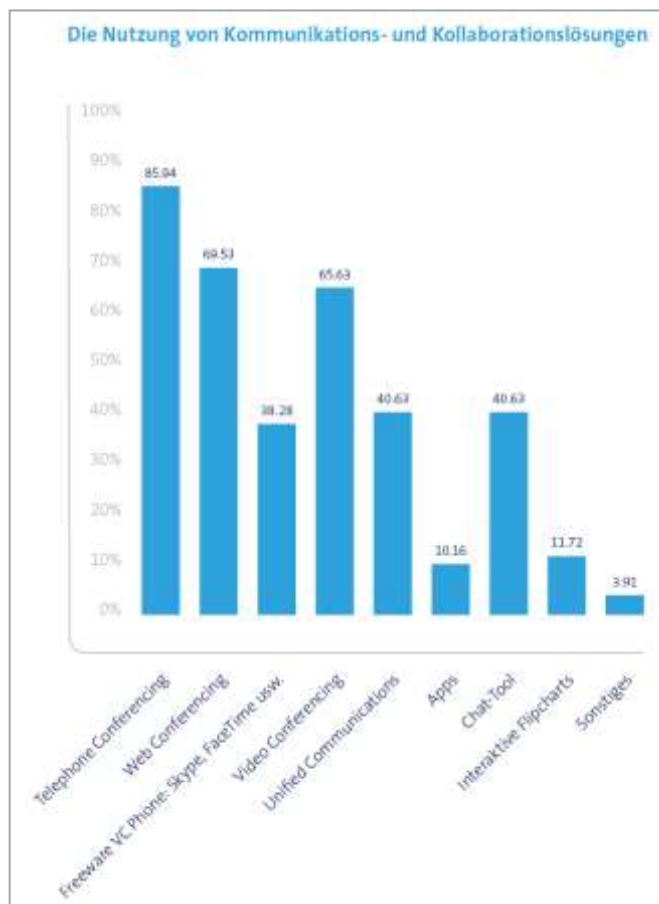


Studie zu Kommunikations- und Kollaborationslösungen: Nachhaltigkeit noch kein zentrales Thema

International tätige Unternehmen stehen vor grossen Herausforderungen, wenn es um die Kommunikation zwischen den eigenen Standorten und mit Kunden und Partnern rund um den Globus geht. Wie diese Unternehmen Kommunikations- und Kollaborationslösungen einsetzen hat Swisscom zusammen mit dem wissenschaftlichen Partner iimt (international institute of management in technology) der Universität Fribourg in einer Studie untersucht.

«Die funktionierende internationale Zusammenarbeit ist ein Schlüsselfaktor für die nachhaltige Wertschöpfung in dieser globalisierten Welt», sagt Prof. Dr. Stephanie Teufel vom iimt. Die Studie zeigt, dass Telefonkonferenzlösungen in der internationalen Zusammenarbeit heute zum Standard gehören und eines der wichtigsten Kommunikationsinstrumente sind, um über Grenzen hinweg zusammenarbeiten zu können. Zudem nutzen rund zwei Drittel der Befragten Web- oder Videokonferenzlösungen. Noch selten werden interaktive Flipcharts eingesetzt.



Wesentliche Unterschiede zeigen sich, wenn die Nutzung nach Branchen betrachtet wird. Vorreiter ist bei allen Kategorien der Dienstleistungssektor. Die Annahme, dass die IT-Branche über eine hohe Affinität für Kommunikations- und Kollaborationslösungen verfügt, bestätigt sich. Sie hebt sich vor allem bei den Anwendungen ab, die in die Businessprozesse eingreifen (Kundendienst, Kundenberatung, Wartungsarbeiten). Hingegen liegt sie bei den Managementmeetings, der virtuellen Projekt- und der Partnerkommunikation unter dem Durchschnitt. Branchenübergreifend werden Kommunikations- und Kollaborationslösungen im Kundendienst noch am wenigsten genutzt.

Die Nutzung nach Branchen							
Kommunikationsbeziehung	Branchen Banken/ Kredit- institute	Detail- handel	Dienst- leistung	Fabri- kation	Gross- handel	IT	Ø
Managementmeetings	7.00	6.00	6.50	6.15	7.13	5.75	6.27
Koordinationsmeetings	7.83	7.29	7.45	7.04	7.75	8.00	7.17
Virtuelle Projektkommunikation	6.33	6.86	7.40	6.78	6.50	6.50	6.70
Partnerkommunikation/ Koordinationsmeetings	5.17	4.71	6.27	4.85	5.25	5.00	5.17
Kundenberatung/ Account-Management	3.50	3.43	4.45	2.81	3.88	4.50	3.67
Interviews	2.82	3.14	4.36	3.33	4.25	4.13	3.89
Wartungsarbeiten	4.45	4.71	4.90	4.96	6.25	5.86	4.76
Kundendienst	3.00	2.57	4.64	2.89	4.50	5.00	3.43
Zugang zu Expertenwissen	3.00	6.14	5.70	4.08	4.38	6.13	4.88
(Genannte Werte = Mittelwerte. Skala: 1 = nie, 10 = immer)							

Kleine Unternehmen mit weniger als 100 Mitarbeitenden sowie Unternehmen mit 1000 bis 2499 Mitarbeitenden nutzen die neuen Kommunikationslösungen am häufigsten und schliessen in acht von neun abgefragten Kategorien über dem Durchschnitt ab. Zudem setzen Unternehmen mit weniger als 100 Mitarbeitenden Kommunikations- und Kollaborationslösungen überdurchschnittlich in den Bereichen Wartungsarbeiten und Kundendienst ein. Unternehmen mit mehr als 1000 Mitarbeitenden setzen diese dagegen überdurchschnittlich für den Zugang zu Expertenwissen ein.



Die Nutzung nach Unternehmensgrösse

Kommunikationsbeziehung	Anzahl Mitarbeitende						Ø
	< 100	100–199	200–499	500–999	1000–2499	> 2500	
Managementmeetings	7.00	5.57	6.60	5.87	6.59	5.40	6.20
Koordinationsmeetings	7.75	6.43	7.06	6.38	7.73	7.20	7.21
Virtuelle Projektkommunikation	6.62	5.43	6.44	6.88	6.86	7.11	6.59
Partnerkommunikation/ Koordinationsmeetings	5.56	4.50	5.44	5.63	5.86	4.30	5.20
Kundenberatung/ Account-Management	3.94	3.57	2.87	3.00	4.18	3.55	3.61
Interviews	3.50	2.64	3.44	3.13	4.50	4.00	3.67
Wartungsarbeiten	5.13	3.93	4.33	4.25	5.57	5.45	4.91
Kundendienst	4.72	2.64	3.87	2.29	3.32	3.26	3.37
Zugang zu Expertenwissen	4.71	3.31	4.40	4.88	5.09	5.15	4.66

(Genannte Werte = Mittelwerte. Skala: 1 = nie, 10 = immer)

Nachhaltigkeitsaspekte noch nicht im Fokus

Unabhängig von Branche und Unternehmensgrösse sehen die Mehrzahl der Befragten den Nutzen von Kommunikations- und Kollaborationslösungen in der Reduktion der Kosten, der gesteigerten Produktivität sowie der Beschleunigung der Arbeitsprozesse. Nicht im Fokus stehen die Nachhaltigkeitsaspekte. Darin sehen alle Branchen den geringsten Nutzen. Besonders ausgeprägt ist dies im Detailhandel und bei den Fabrikationsbetrieben.

Die Global Studie

Die Global Studie fokussiert auf Unternehmen, die über internationale Standorte verfügen, ihren Hauptsitz jedoch in der Schweiz haben. Die Umfrage wurde mit 946 versendeten elektronischen Fragebogen sowie sechs persönlichen Interviews durchgeführt. Daraus resultieren 128 verwertbare Datensätze.

Bern, 18. März 2013