

# funkschau

business.technology.strategy



funkschau.de

IfKom Digitale für Kommunikation

## IoT

Im Dschungel der Lösungen

## HEADSETS

Profi-Tools im Überblick

## SECURITY

Digitale Souveränität gewährleisten

## CEBIT 2018

So war das Business-Festival

# 12

2018

29. Juni

€ 6,00 sfr 10,00



# WARUM NOCH INS BÜRO FAHREN?

Konzepte rund um den digitalen Arbeitsplatz stoßen im Markt auf wachsendes Interesse – der Blick auf die konkrete Umsetzung entsprechender Projekte fällt jedoch meist deutlich ernüchternder aus. Noch dominieren klassische Technologien und starre Strukturen, während Komplexität und Kosten abschrecken. Die Chancen sollen aber überwiegen, der Digital Workplace nach und nach kommen.

**Autor: Stefan Adelmann**

► Eine Alternative zur Digitalisierung von Arbeitsprozessen- und -werkzeugen? Die gibt es laut Matrix42-CEO Oliver Bendig zwar, sie soll aber nicht unbedingt die attraktivste sein. „Zu sagen, ich optimiere nicht, dass meine Knowledge Worker besser arbeiten können, bedeutet, dass mein Wettbewerb schneller unterwegs ist, besser unterwegs ist, schneller und besser Produkte auf den Markt bringen kann.“ Es sei ein essenzieller Unterschied und Wettbewerbsvorteil, wenn Unternehmen in die Umsetzung von Digital-Workplace-Konzepten investieren würden, wie der Matrix42-CEO im Rahmen einer Diskussionsrunde auf der CEBIT 2018 erklärte. Florian Buzin, CEO von Starface und Bernd Wagner, CEO Unify Division Germany bei Atos, stimmten im Gespräch ebenfalls zu, dass dem digitalen Arbeitsplatz besonders bei der Lösung des sich zuspitzenden Fachkräftemangels eine wachsende Bedeutung zukommen würde. Immerhin könnten sich viele in der Wirtschaft händeringend gesuchte Spezialisten mittlerweile ihren Arbeitgeber frei auswählen. Wer hier keine moderne und entsprechend flexible Infrastruktur sowie passende Arbeitsstruktur bietet, soll oftmals den Kürzeren ziehen. „Es ist der Mensch, der fordert, dass diese Technologien auch im Unternehmen zur Verfügung steht und nicht nur im Privatleben“, so Buzin.

Es sind meist überzeugende Argumente, die Anbieter entsprechender Lösungen und Produkte für den digitalen Arbeitsplatz ins Feld führen. Sicherlich die wenigsten Mitarbeiter würden das Angebot ausschlagen, digitaler, flexibler und nicht zuletzt ortsunabhängig arbeiten zu können – über alle Generationen hinweg. „Wenn man meinem Vater ge-



Bild: Harada

ALENA BARNES,  
Marketing Manager, Itancia

**„DIE NACHFRAGE NACH LÖSUNGEN FÜR DIGITALE ARBEITSPLÄTZE IST DA UND WIRD IN ZUKUNFT STETIG WACHSEN, DAVON SIND WIR FELSENFEST ÜBERZEUGT.“**

sagt hätte, du kannst arbeiten wo du willst, dann hätte er gesagt: super“, erklärte Starface-CEO Buzin auf der CEBIT. „Warum sollte ich ins Büro fahren, wenn ich im Garten arbeiten kann oder auf der Terrasse?“ Das seien Konzepte, die heutzutage auf technischer Ebene problemlos umgesetzbar sind.

## Kosten und Komplexität

Trotz der Chancen sind die Schritte in Richtung Digital Workplace gerade im Mittelstand noch sehr überschaubar. Viele Unternehmen wären laut Buzin noch nicht entsprechend aufgestellt. Einerseits sind die hohen Kosten eine gewaltige Hürde, andererseits schrecken Komplexität und Weitläufigkeit des Themenbereichs ab. Immerhin gehe es darum, dass „Unternehmen sich technisch, organisatorisch und kulturell neu aufstellen müssen“, erklärt Sascha Lelic, Director IM B2B bei Samsung Electronics.

„Erst in der Kombination aus Organisation, Leadership und Kultur sowie der Technologie-Ausstattung können die spannenden Projekte realisiert und damit Geschäftsprozesse und -modelle digitalisiert und modernisiert werden.“ Daraus ergibt sich ein enorm breites Spektrum, das eine schnelle, unkomplizierte Umsetzung deutlich erschwert. „Viele Studien haben gezeigt, dass es noch kein einheitliches Verständnis vom Arbeitsplatz der Zukunft gibt“, sagt Alena Barnes, Marketing Managerin bei Itancia. Gleichzeitig bestätigt Barnes aber, dass entsprechende Lösungen durchaus auf wachsendes Interesse im Markt stoßen und dass der Distributor seine Vertriebsaktivitäten stark auf den digitalen Arbeitsplatz fokussieren will. Der Umsatz mit Unified-Communications-Produkten, wichtiger Teilaspekt vieler Workplace-Projekte, sei bei Itancia bereits im vergangenen Jahr um 17 Prozent gestiegen und mache mittlerweile ein Drittel des Gesamtumsatzes aus. „Die Nachfrage nach Lösungen für digitale Arbeitsplätze ist da und wird in Zukunft stetig wachsen, davon sind wir felsenfest überzeugt“, so Barnes.

## PC, Telefon und E-Mail

Noch ist die ITK-Infrastruktur vieler Unternehmen aber eher klassisch aufgestellt, wie eine aktuelle Umfrage von Crisp Research und Samsung unter 300 Entscheidern zeigt. Demnach dominieren unter den eingesetzten Technologien ganz klar PC, Telefon, E-Mail, Office-Anwendungen und Laptop. Aber auch Smartphones, Videokonferenzen, Chats oder Wearables sowie VR- und AR-Brillen holen auf. Darüber hinaus planen viele der Befragten, die Budgets jener IT- und TK-Bereiche zu erhöhen, die entscheidende Grundlage erfolgreicher Digital-Workplace-Projekte sind. Höchste Priorität haben dabei Security-Lösungen sowie die Ausstattung mit mobilen Endgeräten, in die jeweils über 60 Prozent der Entscheider investieren wollen, dicht gefolgt von Cloud Computing (59 Prozent) und virtueller Desktop-Infrastruktur (54 Prozent). „Steigende Budgets sind für eine erfolgreiche Ausgestaltung des Digital Workplace natürlich allenfalls der erste Schritt“, schreiben die Marktanalysten. Wie die bereitgestellten Mittel in der Praxis genutzt werden, entscheide letztlich viel mehr über den Erfolg.

## Technologie und Kultur

Crisp Research sieht das „Erfolgsgeheimnis“ für einen gelungenen digitalen Arbeitsplatzes vor allem in einem Zusammenspiel aus Technologie und Kultur. Die Bedeutung dieser Kombination zeigt sich unter anderem am Beispiel Security und Datensicherheit: „Vielerorts scheitert eine adäquate Datenschutz-Kultur am Wissen und der Sensitivität der Mitarbeiter.“ Die passenden Schulungskonzepte sind aber nur eine von vielen Hürden, von denen die Unternehmen berichten. So wird das ungenügende oder fehlende technische Know-how der IT-Abteilung von den Befragten der Studie als große Herausforderung auf dem Weg zum Digital Workplace benannt. 33 Prozent der Entscheider sehen darin einen enormen Stolperstein für erfolgreiche Projekte, gefolgt von der Migration der bestehenden Anwendungslandschaft und den „mangelnden Skills der Nutzer für den adäquaten Einsatz mobiler und Cloud-Services“. Immerhin 28,5 Prozent der Befragten fürchten einen Kontrollverlust auf technischer Ebene.



► Wie Sie ein Digital-Workplace-Projekt anstoßen und erfolgreich umsetzen können, erfahren Sie auf dem Digital Workplace Forum am **18. Oktober 2018** in Fürstenfeldbruck bei München. Das eintägige Event bündelt alle Facetten des Arbeitsplatzes der Zukunft und ermöglicht tiefgreifende Einblicke in die wichtigsten Technologien und Strategien für den Weg in die digitale Arbeitswelt. Das Forum ist Informations- und interdisziplinäre Kommunikationsplattform für einen spannenden Austausch mit Innovationsstreibern, Technologieexperten sowie Anwendern aus den verschiedensten Branchen und gibt Unternehmensentscheidern die richtigen Werkzeuge an die Hand, um den eigenen Arbeitsplatz der Zukunft zu gestalten. Unter anderem sprechen Sascha Lelic von Samsung, Andreas Wilker von Bechtle und Ralph Siepmann von IBM Deutschland. Das gesamte **Programm** sowie die für Endanwender **kostenfreie Anmeldung** finden Sie unter:

**[www.digital-workplace-forum.de](http://www.digital-workplace-forum.de)**

Wie gilt es also, diese Herausforderungen im Unternehmen zu adressieren und ein eigenes Digital-Workplace-Konzept ins Rollen zu bringen? Die meisten Experten raten, Schritt für Schritt vorzugehen und nicht zu erwarten, jahrelang gewachsene Strukturen in einem Zug modernisieren zu können. „Nicht zu viel wollen im ersten Schritt ist ein ganz wichtiges Thema bei der Digitalisierung“, rät Florian Buzin von Starface. Stattdessen sollten gemeinsame Ziele und Handlungsfelder schon vorab klar und in Ruhe definiert werden. Crisp Research empfiehlt, dabei früh die Fachbereiche und Mitarbeiter einzubeziehen, um individuelle Wünsche und Vorschläge einfließen zu lassen. „Bitte immer vom Anwender weg denken“, sagt Oliver Bendig. Sonst baue man sich eine digitale Lösung zusammen, die keiner nutzen kann und will. Erste Konzepte können anschließend in kleinen Pilot- und Arbeitsgruppen getestet werden, in denen nicht alles gleich zu Beginn funktionieren muss. „Es ist wichtig, einfach mal auszuprobieren“, sagt Alena Barnes. „Denn Scheitern ist absolut in Ordnung und ohne Trial-Error werden Unternehmen kaum ihren Königsweg und eine stabile Konkurrenzfähigkeit finden.“

Nicht zuletzt steht die richtige Kommunikation zwischen den Abteilungen im Zentrum jeder Digital-Workplace-Strategie. „Das New-Work-Phänomen ist zu strategisch und zu wichtig, um am Ende im Sand zu verlaufen“, schreiben die Marktanalysten von Crisp Research. Eine klare Kommunikation über die Handlungsfelder, Aktionen und Neuerungen soll daher in jedem Fall zum Projektplan gehören. Bernd Wagner von Atos rät abschließend für alle Schritte und Bereiche einer Strategie: „Immer im Dialog bleiben“.