

# White Paper

## Studie zu den Kommunikationsschwachstellen von KMU: Aufdeckung von verborgenen Kosten für Kommunikationsbarrieren und Wartezeiten

Durchgeführt von SIS International Research

Januar 2009

Das folgende Whitepaper hebt die Ergebnisse einer von SIS International Research durchgeführten und von Siemens Enterprise Communications gesponserten Studie hervor. Darin werden die verborgenen Kosten für Kommunikationsbarrieren und Wartezeiten erörtert und quantifiziert, mit denen kleine und mittelständische Unternehmen in acht verschiedenen Ländern, aus acht unterschiedlichen Branchen und mit bis zu 400 Mitarbeitern jeden Tag bei der Arbeit konfrontiert sind.

Dieses Whitepaper zeigt den inhärenten Bedarf an Unified Communications Lösungen von Siemens Enterprise Communications für KMU.

### Kommunikation als Strategie

Siemens Enterprise Communications  
[www.siemens-enterprise.com/de](http://www.siemens-enterprise.com/de)

**SIEMENS**

# Zusammenfassung

KMU (kleine und mittlere Unternehmen) mit 100 Mitarbeitern verlieren bis zu 524.569 US-Dollar pro Jahr aufgrund von Kommunikationsbarrieren und Wartezeiten. Kommunikationsbarrieren und Wartezeiten gehören zu den alltäglichen Geschäftsprozessen und zur Zusammenarbeit dazu. Sie werden auch unter dem Begriff „Kommunikationsschwachstellen“ zusammengefasst. Diese tagtäglichen Kommunikationsschwachstellen einfach zu ignorieren, führt zu höheren Betriebskosten, unzufriedenen Kunden und Wettbewerbsnachteilen. Daher hat Siemens Enterprise Communications Inc. bei SIS International Research eine Studie in Auftrag gegeben, um die tatsächlichen Kosten für KMU auf der gesamten Welt zu ermitteln.

Zu den wichtigsten Erkenntnissen der Studie gehören:

- KMU und Großunternehmen leiden unter denselben Kommunikationsschwachstellen.
- Kommunikationsbarrieren und Wartezeiten sind weit verbreitet.
- Kommunikationsschwachstellen bedeuten zusätzliche Kosten für KMU.
- Die Beschäftigung mit Kommunikationsineffizienz ist eine der wichtigsten Prioritäten für KMU.
- Ein sich kontinuierlich weiterentwickelndes Geschäftsumfeld fördert die Mobilität von KMU.
- Die Mobilität der KMU erhöht wiederum den Bedarf an verbesserten Kommunikationslösungen.
- Fragmentierte und unterschiedliche Technologien schränken die Kommunikationseffizienz ein.
- Unified Communications etablieren sich bei KMU.

# Inhalt

|   |           |
|---|-----------|
| <b>Zusammenfassung</b>  | <b>2</b>  |
| <b>Inhalt</b>   | <b>3</b>  |
| <b>Hintergrund</b>  | <b>4</b>  |
| <b>Ziele</b>  | <b>4</b>  |
| <b>Methodik</b>   | <b>4</b>  |
| <b>Befragtenprofil</b>  | <b>5</b>  |
| <br>  |           |
| <b>Wichtigste Erkenntnisse</b>  | <b>7</b>  |
| KMU und Großunternehmen leiden unter denselben Kommunikationsschwachstellen.                  | 7         |
| Kommunikationsbarrieren und Wartezeiten sind weit verbreitet.                                 | 8         |
| Kommunikationsschwachstellen bedeuten zusätzliche Kosten für KMU.                             | 9         |
| Die Beschäftigung mit Kommunikationsineffizienz ist eine der wichtigsten Prioritäten für KMU. | 9         |
| Ein sich kontinuierlich weiterentwickelndes Geschäftsumfeld fördert die Mobilität.            | 11        |
| Die hohe Mobilität der KMU erhöht den Bedarf an verbesserten Kommunikationslösungen.          | 11        |
| Getrennte und unterschiedliche Technologien schränken die Kommunikationseffizienz ein.        | 12        |
| Unified Communications etablieren sich bei KMU.   | 13        |
| <br>  |           |
| <b>Fazit</b>  | <b>15</b> |
| <br>  |           |
| <b>Über SIS International Research</b>  | <b>16</b> |
| <br>  |           |
| <b>Über Siemens Enterprise Communications</b>   | <b>16</b> |
| <br>  |           |
| <b>Über OpenScape Office</b>  | <b>16</b> |

# Hintergrund

Siemens Enterprise Communications ist ein weltweit führender Anbieter für Unified Communications. Das Unternehmen hat verschiedene Studien zum Thema Kommunikationsbarrieren in Auftrag gegeben, die u. a. von Forrester, SQM Research, BaseX Research, Aberdeen Research und Insignia Research durchgeführt wurden.

Unified Communications (UC) und Mobilität gehören zu den aufstrebenden Lösungsbereichen in der Kommunikation von KMU. Das Versprechen von UC besteht darin, eine reibungslose, einfache und kosteneffektive Kommunikationstechnologie über das Internetprotokoll zu bieten. Das Versprechen der Mobilität wird darüber hinaus die Geschwindigkeit der Kommunikation erhöhen. Viele Großunternehmen haben diese Technologien geprüft und übernommen, um ihre Geschäftsprozesse zu verbessern, die Kosten zu senken und die Kundenzufriedenheit zu erhöhen.

Anders als vorherige Studien wurde diese eigens dafür konzipiert, um speziell von kleinen und mittelständischen Unternehmen (KMU) mit bis zu 400 Mitarbeitern erfahrene Kommunikationsprobleme zu ermitteln und zu quantifizieren. Dies hat uns ermöglicht, die Schwachstellen, Verzögerungen und Kosten, mit denen KMU konfrontiert werden, besser nachvollziehen zu können. Darüber hinaus konnten wir herausfinden, dass KMU, genau wie Großunternehmen, nach Lösungen für Wartezeiten bei der Kommunikation suchen und die Kommunikation für mobile Mitarbeiter verbessern möchten.

## Ziele

Die Studie hat vier Hauptziele:

1. Den Vergleich von Kommunikationsschwachstellen zwischen KMU und Großunternehmen
2. Die Analyse von Kommunikationsbarrieren und Wartezeiten im Zusammenhang mit Prozessausrichtung und Zusammenarbeit
3. Die Untersuchung der derzeitigen Nutzung von und des Interesses an unkonventionellen Technologien seitens der KMU
4. Das Verständnis dafür, wie KMU durch Unified Communications ihre Prozesse verbessern und die Betriebskosten durch reibungslosere Kommunikation senken können

## Methodik

Von September bis November 2008 wurden im Rahmen von Telefonumfragen 513 Personen befragt. Dabei wurde stets das Gleichgewicht zwischen den folgenden drei Faktoren berücksichtigt: Mitarbeiterzahl, Branche und Land.

HINWEIS: Die in diesen Tabellen und Diagrammen angegebenen Zahlen wurden auf- bzw. abgerundet und ergeben daher nicht immer exakt 100 %.

# Befragtenprofil

Die Unternehmen der Befragten befinden sich in einem von acht Ländern der drei wichtigsten Wirtschaftszonen: USA, Westeuropa und drei BRIC-Staaten. Unternehmen in den folgenden Ländern wurden im Rahmen dieser Untersuchung befragt: Brasilien, Frankreich, Deutschland, Indien, Italien, Russland, USA, Vereinigtes Königreich (UK).

**Tabelle 1: Befragte nach Land**

| Land                   | Zahl der Befragten | % von Gesamt |
|------------------------|--------------------|--------------|
| Brasilien              | 67                 | 13 %         |
| Frankreich             | 64                 | 12 %         |
| Deutschland            | 63                 | 12 %         |
| Indien                 | 66                 | 13 %         |
| Italien                | 63                 | 12 %         |
| Russland               | 64                 | 12 %         |
| Vereinigtes Königreich | 63                 | 12 %         |
| USA                    | 63                 | 12 %         |
| Summe                  | 513                | 100 %        |

Die für die Umfrage ausgewählten Unternehmen sind in einer der folgenden acht Branchen tätig: Kommunikation, Finanzwesen, Gesundheitswesen, Versicherungswesen, Fertigungsindustrie, Professional Business Services, Immobilienhandel, Groß- und Einzelhandel. Im Rahmen dieser Studie steht „Kommunikation“ für alle kommunikationsbezogenen Berufsbereiche, wie Computertechnologie sowie Software- und Hardwareentwicklung. Professional Business Services umfasst Berufsbereiche wie Rechnungswesen, Beratung und Rechtsberatung. Bei den Befragten des Gesundheitswesens wurde stets berücksichtigt, dass diese Mitarbeiter bei privaten, nicht staatlich geführten Unternehmen angestellt sind.

**Tabelle 2: Befragte nach Branche**

| Branche                        | Zahl der Befragten | % von Gesamt |
|--------------------------------|--------------------|--------------|
| Kommunikation                  | 64                 | 12 %         |
| Finanzwesen                    | 63                 | 12 %         |
| Gesundheitswesen               | 65                 | 13 %         |
| Versicherungswesen             | 61                 | 12 %         |
| Fertigungsindustrie            | 69                 | 13 %         |
| Professional Business Services | 60                 | 12 %         |
| Immobilienhandel               | 64                 | 12 %         |
| Groß- und Einzelhandel         | 67                 | 13 %         |
| Gesamt                         | 513                | 100 %        |

Alle Befragten sind sogenannte Kopfarbeiter (Knowledge Workers) in kleinen und mittelständischen Unternehmen mit bis zu 400 Mitarbeitern. In diesem Dokument wird zwischen „Kopfarbeitern“ und „Mitarbeitern“ unterschieden. Kopfarbeiter werden definiert als Mitarbeiter, die sich zur Durchführung ihrer Aufgaben primär ihres Wissens und der verfügbaren Informationen bedienen. Zu den Kopfarbeitern gehören Personen, die die Kommunikationstechnologie regelmäßig nutzen und z. B. in den Bereichen Management, Informationstechnologie, Kundendienst, Vertrieb und Marketing tätig sind. „Mitarbeiter“ bezieht sich auf alle Angestellten eines Unternehmens, ungeachtet ihrer Position oder der Nutzung der Informationstechnologie.

**Tabelle 2: Befragte nach Mitarbeiterzahl**

| Mitarbeiterzahl | Zahl der Befragten | % von Gesamt |
|-----------------|--------------------|--------------|
| 1-20            | 93                 | 18 %         |
| 20-100          | 167                | 33 %         |
| 100-300         | 139                | 27 %         |
| 300-400         | 114                | 22 %         |
| Gesamt          | 513                | 100 %        |

## Vergütung

Die Gehaltsinformationen für die Kopfarbeiter aus jeder der acht Branchen in den acht untersuchten Ländern stammen von [www.salary.com](http://www.salary.com). Die Angaben aus dieser Quelle enthalten jedoch keine Zusatzleistungen. Daher wurden prinzipiell 30 % hinzugerechnet. Die in diesem Bericht aufgeführten Gehälter sind der Vergleichbarkeit halber in US-Dollar angegeben und basieren auf dem Wechselkurs vom 1. Dezember 2008.

**Tabelle 4: Stundenvergütung nach Land und Branche, Stand Dezember 2008 (USD)**

| Branche                        | Land      |            |             |        |         |          |        |        |
|--------------------------------|-----------|------------|-------------|--------|---------|----------|--------|--------|
|                                | Brasilien | Frankreich | Deutschland | Indien | Italien | Russland | UK     | USA    |
| Kommunikation                  | 29 USD    | 40 USD     | 43 USD      | 8 USD  | 31 USD  | 19 USD   | 32 USD | 47 USD |
| Finanzwesen                    | 15 USD    | 44 USD     | 48 USD      | 7 USD  | 28 USD  | 25 USD   | 29 USD | 45 USD |
| Gesundheitswesen               | 29 USD    | 50 USD     | 30 USD      | 4 USD  | 20 USD  | 14 USD   | 23 USD | 25 USD |
| Versicherungswesen             | 16 USD    | 34 USD     | 43 USD      | 4 USD  | 30 USD  | 17 USD   | 23 USD | 34 USD |
| Fertigungsindustrie            | 25 USD    | 49 USD     | 45 USD      | 5 USD  | 29 USD  | 29 USD   | 25 USD | 38 USD |
| Professional Business Services | 26 USD    | 41 USD     | 47 USD      | 6 USD  | 28 USD  | 31 USD   | 30 USD | 40 USD |
| Immobilienhandel               | 21 USD    | 27 USD     | 29 USD      | 6 USD  | 19 USD  | 22 USD   | 18 USD | 32 USD |
| Groß- und Einzelhandel         | 25 USD    | 40 USD     | 33 USD      | 7 USD  | 55 USD  | 26 USD   | 22 USD | 34 USD |

# Wichtigste Erkenntnisse

Die Studie soll auf die Forschung und die Erkenntnisse einer im Jahre 2007 im Auftrag von Siemens Enterprise Communications von Insignia Research durchgeführten Studie zu Kommunikationsschwachstellen aufzubauen. Wie die untere Tabelle zeigt, wurden als Grundlage für die relative Bewertung von Schwachstellen die Kosten pro Kopfarbeiter in US-Dollar pro Jahr verwendet.

**Tabelle 5: Die 10 häufigsten Kommunikationsschwachstellen, Befragte aus den USA (aus der Insignia-Studie)**

| Schwachstelle                                   | KMU               |           | Großunternehmen   |           |
|---|-------------------|-----------|-------------------|-----------|
|   | Kosten/KA/Jahr    | Bewertung | Kosten/KA/Jahr    | Bewertung |
| Warten auf Informationen                        | 9.970 USD         | 1         | 9.806 USD         | 1         |
| Unerwünschte Kommunikation                      | 7.254 USD         | 2         | 6.793 USD         | 3         |
| Ineffiziente Teamkoordination                   | 6.609 USD         | 3         | 6.712 USD         | 4         |
| Kooperationshindernisse                         | 6.009 USD         | 4         | 7.454 USD         | 2         |
| Kundenreklamationen                             | 5.354 USD         | 5         | 5.678 USD         | 5         |
| Pläne für Planungen                             | 5.199 USD         | 6         | 5.656 USD         | 6         |
| Offsite-Produktivitätsverlust                   | 3.751 USD         | 7         | 2.986 USD         | 7         |
| Reiseaufwand für Synchronisierungsbesprechungen | 2.245 USD         | 8         | 2.866 USD         | 8         |
| Kosten für Telearbeit                           | 682 USD           | 9         | 294 USD           | 10        |
| Kosten für Kommunikation auf Geschäftsreisen    | 619 USD           | 10        | 2.317 USD         | 9         |
| <b>Gesamt</b>                                   | <b>47.692 USD</b> |           | <b>50.562 USD</b> |           |
| <b>Zahl der Befragten</b>                       | <b>111</b>        |           | <b>223</b>        |           |

Quelle: „Schwachstellen auf dem Prüfstand: Welche Kosten entstehen Ihrem Unternehmen durch fragmentierte Kommunikation?“ – Insignia Research 2007

Die verschiedenen Kommunikationsbarrieren und Wartezeiten, die Geschäftsprozesse und Zusammenarbeit betreffen, werden als Schwachstellen bezeichnet. Schwachstellen in der Kommunikation von KMU umfassen u. a. die Koordination der Kommunikation zwischen den verschiedenen Teams, den Wechsel zwischen diversen Kommunikationsmitteln und den Umgang mit unerwarteter oder unwichtiger Kommunikation, die den Arbeitsfluss stören. Diese Kommunikationsbarrieren werden einzeln oder zusammenfassend als Kommunikationsschwachstellen bezeichnet.

## KMU und Großunternehmen leiden unter denselben Kommunikationsschwachstellen

Zwar gibt es große Unterschiede bei den tatsächlichen Produktivitätskosten in US-Dollar und bei der relativen Bewertung der einzelnen Schwachstellen zwischen KMU und Großunternehmen, die wichtigsten fünf Schwachstellen sind jedoch bei beiden gleich. Das Warten auf Informationen, unerwünschte Kommunikation, ineffiziente Teamkoordination, Kooperationshindernisse und Kundenreklamationen waren die fünf teuersten Schwachstellen für beide Gruppen. Darüber hinaus lagen die zusammengefassten Kosten dieser fünf Schwachstellen pro Jahr und Kopfarbeiter für KMU mit 35.196 USD und Großunternehmen mit 36.443 USD nicht weit auseinander. Bewertet wurde dies nach der aufgewendeten Zeit für die Behebung dieser Schwachstellen und nach einer Stundenvergütung von 37 US-Dollar.

## Kommunikationsbarrieren und Wartezeiten sind weit verbreitet

In der Studie von 2008 wurden die Befragten der KMU gebeten, die Erfahrungen, die sie oder Kollegen mit jeder der fünf Schwachstellen gemacht haben, zu erläutern. Im Durchschnitt haben 70 % der Befragten bestätigt, dass sie von diesen Schwachstellen betroffen waren. Sie haben ebenfalls erklärt, dass sie durchschnittlich 17,5 Stunden pro Woche mit der Bewältigung der Schwachstellen aufbringen.

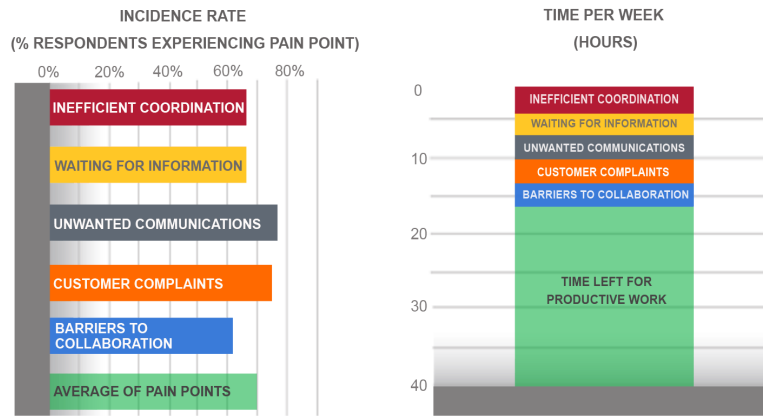


Abbildung 1: Vorkommnis von Schwachstellen und Zeitaufwand pro Woche

### Ineffiziente Teamkoordination

68 % der Befragten äußerten, dass sie bei der Koordination der Kommunikation zwischen Teammitgliedern mit Schwierigkeiten konfrontiert werden, wodurch das Team nicht schnell genug auf Kundenanfragen reagieren kann. Darüber hinaus verbringen sie im Durchschnitt 3,7 Stunden pro Woche damit, die Kommunikation zwischen den Teammitgliedern zu koordinieren. Dies behindert die Effizienz des Teams bei der Erreichung der Ziele und der Einhaltung von Fristen.

### Warten auf Informationen

68 % aller Befragten sind von Verzögerungen im Arbeitsprozess aufgrund des Wartens auf Informationen betroffen, die sie mehrmals und über verschiedene Mittel angefordert haben. Die durchschnittliche Wartezeit pro Woche und Kopfarbeiter beträgt 3,5 Stunden. Dies stellt einen erheblichen Zeitaufwand dar, bevor überhaupt mit der eigentlichen Aufgabe begonnen werden kann, und wirkt sich negativ auf wichtige Geschäftsprozesse aus.

### Unerwünschte Kommunikation

Unerwünschte Kommunikation, wie unwichtige Anrufe oder Nachrichten, stellt die am häufigsten vorkommende Schwachstelle bei den Befragten dar. 77 % der Befragten erklärten, dass sie im Durchschnitt mehr als zwei Stunden in der Woche mit unerwünschter Kommunikation beschäftigt sind. Diese Unterbrechungen führen zu Ablenkung und Störung des Arbeitsflusses, was wiederum eine niedrigere Produktivität und die Nicht-Einhaltung von Fristen nach sich zieht.

### Kundenreklamationen

74 % der Befragten sagten, dass sie durchschnittlich 3,3 Stunden pro Woche damit verbringen, negative Rückmeldungen und Beschwerden von Kunden entgegenzunehmen. Häufig ist der Grund dafür, dass der Kunde das Unternehmen nicht rechtzeitig erreichen konnte. Zu dem an sich schon erheblichen Produktivitätsverlust von acht Prozent kommen außerdem die tatsächlichen Kosten für die Unzufriedenheit des Kunden hinzu, die sicherlich viel höher liegen.

### Kooperationshindernisse

61 % der Befragten haben Schwierigkeiten bei Sitzungen für eine Zusammenarbeit mit Kollegen. Darüber hinaus verbringen sie im Durchschnitt 3,3 Stunden pro Woche damit, Probleme wie mangelnde Erreichbarkeit oder andere kommunikationsmittelbezogene Barrieren für eine zufriedenstellende Zusammenarbeit mit Kollegen zu bewältigen.

40 % einer Arbeitswoche werden für diese Kommunikationseffizienzen in Anspruch genommen. Zu beachten ist außerdem, dass die meisten der Befragten in Kundenkontakt stehen und leitende Positionen inne haben. Die negativen Auswirkungen auf wichtige Geschäftsprozesse, neue Umsätze und Kundenzufriedenheit sind deutlich erkennbar.

## Kommunikationsschwachstellen bedeuten zusätzliche Kosten für KMU

Die Gesamtkosten für den Produktivitätsrückgang aufgrund von Kommunikationsbarrieren werden auf 26.041 US-Dollar pro Kopfarbeiter pro Jahr geschätzt. Bei der Berechnung wurde die aufgewendete Zeit für die Bewältigung jeder Schwachstelle mit der Vergütung der Kopfarbeiter in den untersuchten Ländern und Branchen faktorisiert.

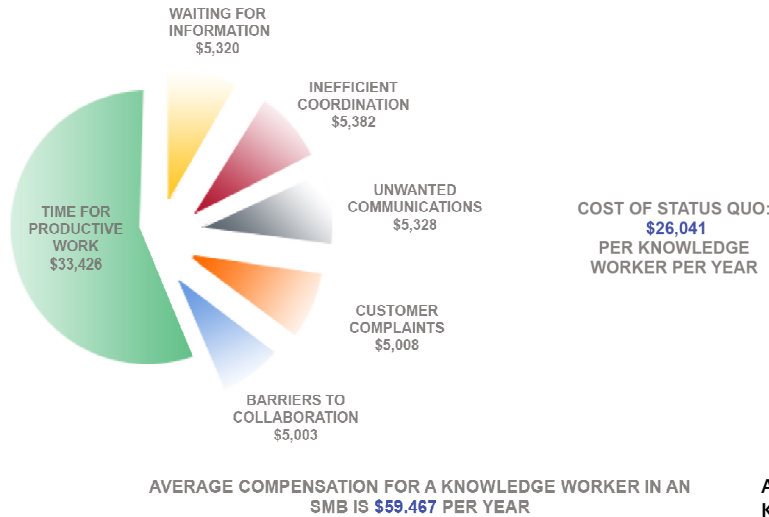


Abbildung 2: Gesamtkosten für Kommunikationsschwachstellen

Unter Beachtung dessen, dass die Befragten schätzen, dass durchschnittlich 20 % aller Mitarbeiter ihres Unternehmens ähnliche Erfahrungen mit Schwachstellen gemacht haben, würden sich für KMU Kosten von insgesamt 5.246 US-Dollar pro Mitarbeiter und Jahr ergeben, wenn davon ausgegangen wird, dass 100 % der für die Bewältigung der Probleme aufgewendeten Zeit als unproduktiv gilt. Damit verliert ein KMU mit 100 Mitarbeitern bis zu 524.569 US-Dollar pro Jahr aufgrund von Kommunikationsineffizienzen.

## Die Beschäftigung mit Kommunikationsineffizienz ist eine der wichtigsten Prioritäten für KMU

Die Befragten wurden gebeten, die Priorität der Verbesserung der Kommunikationslösungen für jede der Schwachstellen in ihrem Unternehmen zu bewerten. Die Bewertung erfolgte mit Hilfe einer Skala von 1 bis 5, wobei 1 für „keine Priorität“ und 5 für „höchste Priorität“ steht.

Im Allgemeinen waren 41 % der Befragten der Meinung, dass ein System, welches den Zeitaufwand für die Bewältigung dieser Schwachstellen reduziert, eine sehr hohe bis höchste Priorität für das Unternehmen hat. Abbildung 3 zeigt, dass sogar in Ländern, in denen der wöchentliche Zeitaufwand für die Bewältigung der Schwierigkeiten sowie die daraus resultierenden Kosten relativ niedrig sind, die Lösungsfindung eine Priorität darstellt.

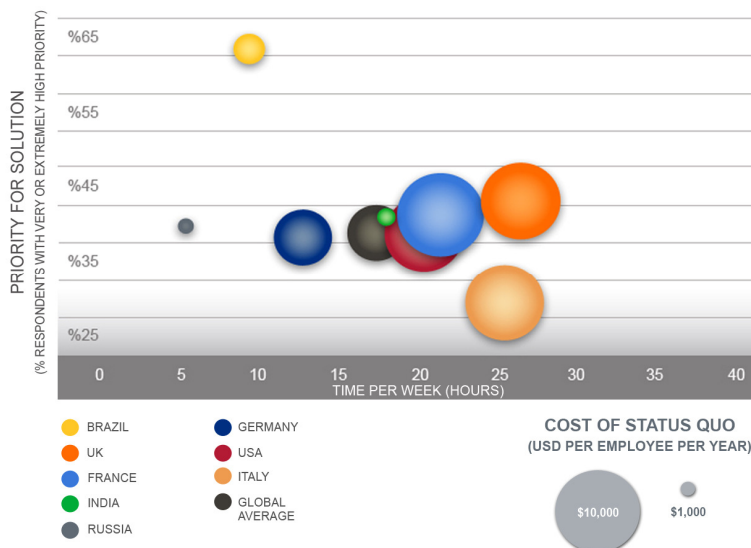
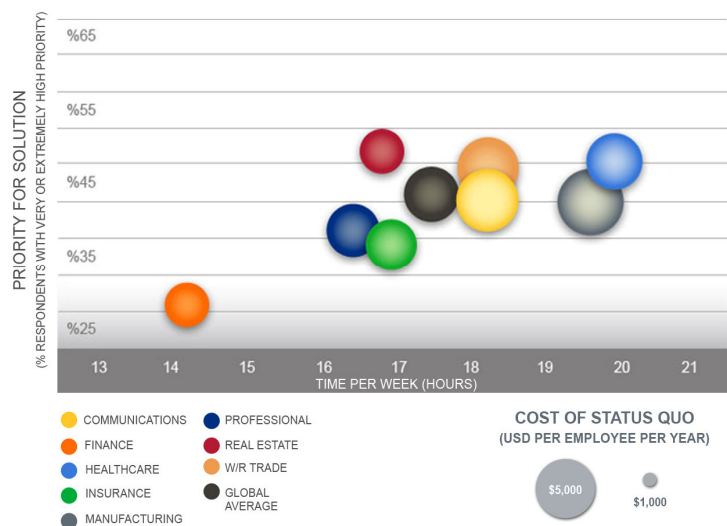


Abbildung 3: Gesamtkosten und Priorität der Lösung von Kommunikationsschwachstellen nach Land

Die Untersuchung ergab, dass beispielsweise KMU in Russland und Brasilien am wenigsten Zeit für die Bewältigung der Schwachstellen aufwenden und die geringsten daraus resultierenden Kosten tragen müssen. Dennoch entspricht die Priorität für eine Lösung dieser Schwachstellen dem weltweiten Durchschnitt bzw. liegt sogar etwas höher.

Der wöchentliche Zeitaufwand für die Bewältigung von Kommunikationsproblemen variiert je nach Branche zwischen 14 Stunden im Finanzwesen und fast 20 Stunden im Gesundheitswesen und der Fertigungsindustrie. Begründet werden können diese Unterschiede zum Teil damit, dass sich einige Branchen stark durch Transaktionsprozesse auszeichnen. Diese Transaktionen treiben die Häufigkeit und Schwere von Kommunikationsproblemen in die Höhe.

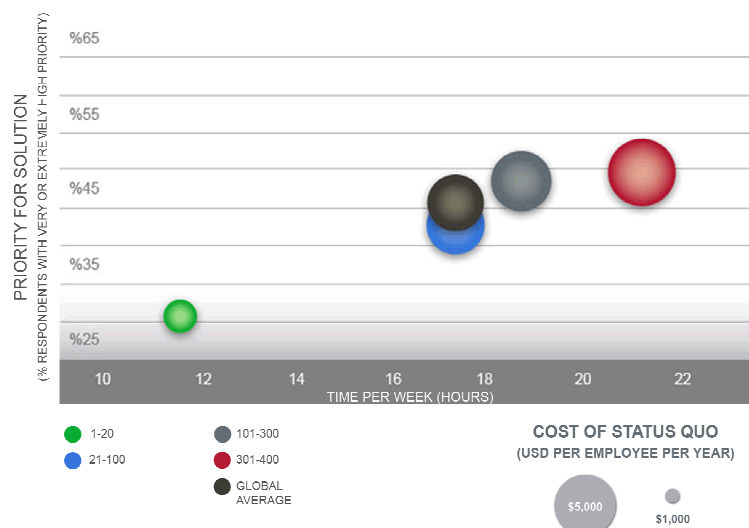


**Abbildung 4: Gesamtkosten und Priorität der Lösung von Kommunikationsschwachstellen nach Branche**

Im Groß- und Einzelhandel wird in der Regel eine hohe Anzahl an Transaktionen mit niedrigem Wert durchgeführt. Daher sind Häufigkeit und Schwere von Kommunikationsschwachstellen in dieser Branche überdurchschnittlich hoch. Im Gegensatz dazu, sind Häufigkeit und Schwere der Schwachstellen im Finanzwesen und bei den Professional Business Services eher unterdurchschnittlich, da für diese Branchen eine geringere Anzahl an Transaktionen mit höherem Wert kennzeichnend ist.

Der wöchentliche Zeitaufwand für die Bewältigung der Schwierigkeiten sowie die daraus resultierenden Kosten variieren also je nach Branche. Die Priorität der Behebung dieser Kommunikationsineffizienzen ist jedoch bis auf wenige Ausnahmen sehr hoch und liegt bei einem weltweiten Durchschnitt von etwa 41 %.

Da die Zahl der Mitarbeiter von KMU steigt, erhöht sich auch die Bereitschaft der Unternehmen, der Lösung von Kommunikationsineffizienzen eine höhere Priorität zuzuweisen. Der Wendepunkt liegt hier bei einer Mitarbeiterzahl von 20. Die zugewiesene Priorität von KMU mit mehr als 20 Mitarbeitern ist um 43 % höher als bei Unternehmen mit weniger Personal.



Dies ist nachvollziehbar, da der Nutzen der Kommunikationslösungen exponentiell mit der Anzahl der Benutzer des Netzwerks ansteigt. Aufgrund dessen ist der wöchentliche Zeitaufwand von Kopfarbeitern in Unternehmen mit mehr als 20 Mitarbeitern um 50 % höher als in Unternehmen mit weniger als 20 Mitarbeitern.

## Ein sich kontinuierlich weiterentwickelndes Geschäftsumfeld fördert die Mobilität

Das Geschäftsumfeld ist im Informationszeitalter kontinuierlichen Weiterentwicklungen ausgesetzt. Diese stellen besondere Anforderungen an die Unternehmen:

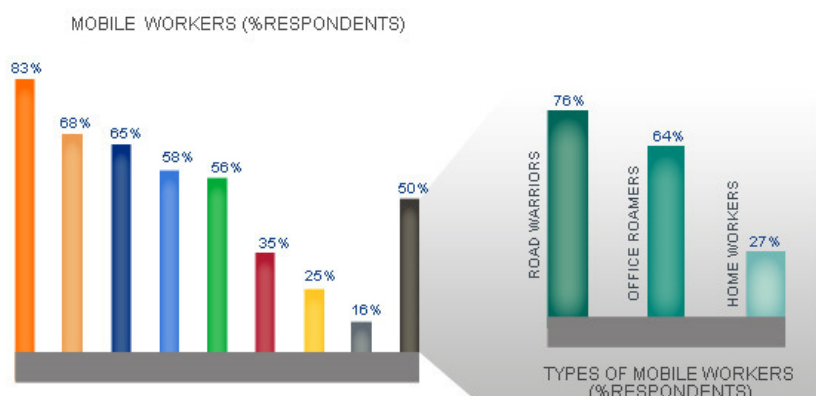
- Die Versorgung der Kunden erfordert immer größere Distanzen;
- Informationsversorgung, Service und Zusammenarbeit müssen ausgeweitet und verbessert werden;
- Reaktionszeiten müssen verkürzt und Waren, Dienstleistungen und Informationen schneller bereitgestellt werden.

Diese Anforderungen gelten ebenso für kleine und mittelständische Unternehmen. Von Mitarbeitern in KMU wird daher erwartet, ständig erreichbar zu sein, sei es an ihrem Schreibtisch, an anderen Orten innerhalb des Büros, in einem Meeting, unterwegs oder zu Hause.

## Die hohe Mobilität der KMU erhöht den Bedarf an verbesserten Kommunikationslösungen

KMU sind im Allgemeinen äußerst mobil; über 50 % der Befragten stufen sich selbst als mobile Arbeitskräfte ein. Des Weiteren gaben 48 % dieser Mitarbeiter an, mehr als eine mobile Arbeitstätigkeit auszuüben.

Insgesamt sind 76 % aller mobilen KMU-Mitarbeiter oft auf Dienstreisen unterwegs, bei Kunden, Lieferanten oder auf Werbeveranstaltungen. Diese mobilen Arbeitskräfte sind also als Geschäftsreisende zu bezeichnen. 64 % der Befragten sind innerhalb der Büros ständig unterwegs, in Meetings oder Büros von Kollegen und daher selten an Ihrem eigentlichen Arbeitsplatz. Schließlich arbeiten 27 % der Befragten von zu Hause aus – sei es nur gelegentlich oder während Ihrer gesamten Arbeitszeit.



Bei der Auswertung der Umfrageergebnisse, eingeteilt nach Ländern, bilden sich zwei Hauptgruppen heraus. Es fällt auf, dass der Entwicklungsstand der Wirtschaft und Infrastruktur in den jeweiligen Ländern deutliche Auswirkungen auf den Bedarf und die Möglichkeiten, mobile Arbeitskräfte zu beschäftigen, hat. Die Industriestaaten Westeuropas und die USA weisen im Vergleich zu Schwellenländern wie Brasilien und Russland demnach einen höheren Grad an Mobilität auf.

Während Indien traditionell eher als Schwellenland angesehen wird, haben die Bemühungen und Investitionen des Landes in seine Wirtschaft und Informationsstruktur die Einführung mobiler Arbeitskräfte beschleunigt. In diesem Bereich kann Indien durchaus zu den Industrienationen gezählt werden.

Insgesamt ergab die Umfrage, dass 20 % der Mitarbeiter in den Unternehmen Geschäftsreisende sind, 19 % viel innerhalb der Büros unterwegs sind und 15 % gelegentlich von zu Hause aus arbeiten. Auch innerhalb der einzelnen Länder ergeben sich ähnliche Werte mit einem stärkeren Vorkommen an Geschäfts- und „Büroreisenden“ im Vergleich zu Heimarbeitern.

Die Befragten sollten außerdem angeben, wie wichtig ihrem Unternehmen verbesserte

Kommunikationslösungen für die drei Arten mobiler Arbeit seien. Dessen Priorität wird auf einer Skala von 1 bis 5 angegeben, wobei der Wert 1 „keine Priorität“ und der Wert 5 „höchste Priorität“ darstellen.

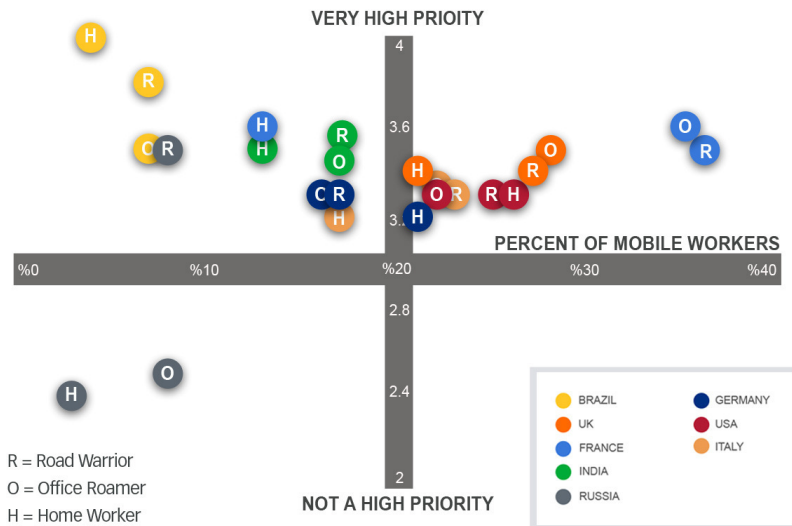


Abbildung 7: Angaben in Prozentzahlen der mobilen Arbeitskräfte in KMU nach Art und Priorität der mobilen Arbeit (nach Ländern).

Bis auf wenige Ausnahmen wiesen die KMU selbst in Ländern, in denen der Prozentsatz der unternehmensweiten mobilen Arbeitskräfte einer bestimmten Art gering ist, verbesserten Kommunikationslösungen für diese Arbeitskräfte hohe Priorität zu.

### Getrennte und unterschiedliche Technologien schränken die Kommunikationseffizienz ein

Die Nutzung von Kommunikationstechnologie zur Erhöhung der Produktivität sowie aus Gründen der Innovation nimmt in kleinen und mittelständischen Unternehmen stetig zu. Des Weiteren wird in ansteigendem Maße nach Lösungen gesucht, die mobile Arbeit ermöglichen. Wir baten die KMU um die Angabe der Arten von Kommunikationstechnologien, die sie derzeit einsetzen. Die Umfrage brachte folgende Ergebnisse hervor:

- 60 % der befragten KMU nutzen ein Contact Center System für den Empfang, die Weiterleitung, Warteschleifeneinreihung und Beantwortung größerer Mengen an Telefonanrufen, E-Mails, Faxen und Instant Messages.
- 79 % aller befragten KMU nutzen eine traditionelle Nebenstellenanlage;
- 41 % der befragten KMU nutzen VoIP;
- 47 % aller befragten KMU gaben die Verwendung von sozialen Netzwerken für Geschäftsbereiche wie Vertrieb, Marketing und Personalanwerbung an; und
- 49 % nannten die Notwendigkeit eines kabellosen Internetzugangs zur Ausübung Ihrer Arbeit.

Für die Durchführung verschiedener Aufgaben nutzen KMU außerdem das Internet. Zu den am häufigsten genannten Tätigkeiten gehörten hier das Instant Messaging, Videokonferenzen und Fax-Anwendungen. Die Verwendung von Instant Messaging nimmt mit 73 % eindeutig die Spitzenposition der Internetanwendungen ein, während 56 % aller Befragten das Internet für Videokonferenzen und Faxdienste nutzen.

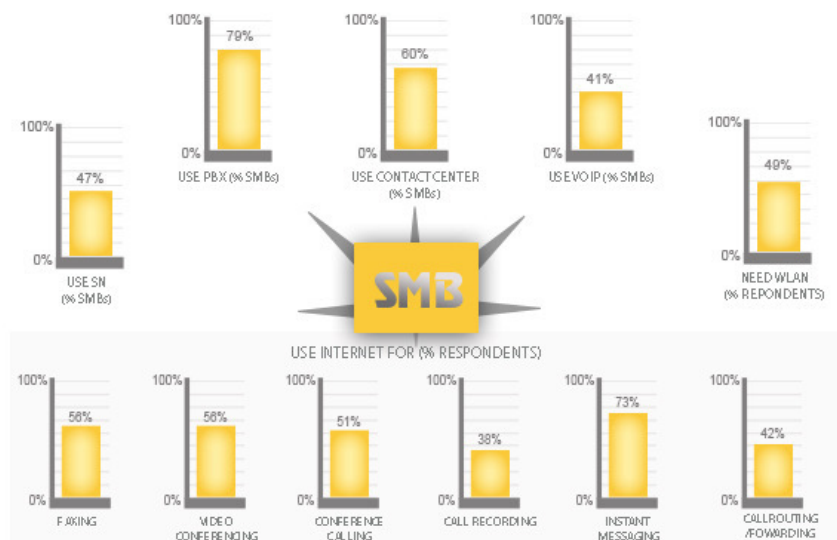


Abbildung 8: Nutzung der verschiedenen Technologien innerhalb der KMU

Schaut man sich die zahlreichen Technologien an, die in KMU zum Einsatz kommen, erwartet man eine äußerst hohe Effektivität im Bereich Kommunikation und Zusammenarbeit. Diese Studie beweist jedoch, dass weiterhin erhebliche Ineffizienzen in diesem Bereich bestehen.

Durch den Einsatz dieser Technologien konnten die Kommunikationsmöglichkeiten der Unternehmen in der Tat verbessert werden. Die Verbreitung fragmentierter und unterschiedlicher Kommunikationstechnologien zwingt die Benutzer jedoch zum Einsatz zahlreicher verschiedener Geräte, Tools und Anwendungen. Aus diesem Grund tragen diese fragmentierten Kommunikationslösungen eher zur Verschlechterung als zur Optimierung der Effizienz in Kommunikation und Zusammenarbeit bei. Der Bedarf an einer Unified Communications-Lösung ist offensichtlich.

### Unified Communications etablieren sich bei KMU

Die Befragten sollten angeben, wie vertraut sie mit dem Begriff „Unified Communications“ sind. 83 % gaben an, dass sie von „Unified Communications“ zumindest gehört hatten.

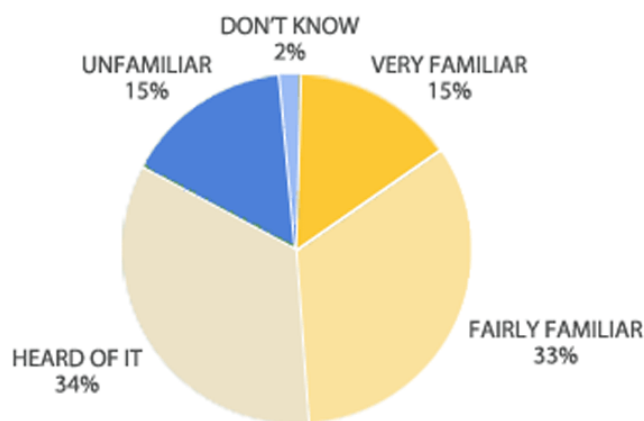


Abbildung 9: Bekanntheit von Unified Communications, weltweite Durchschnittswerte

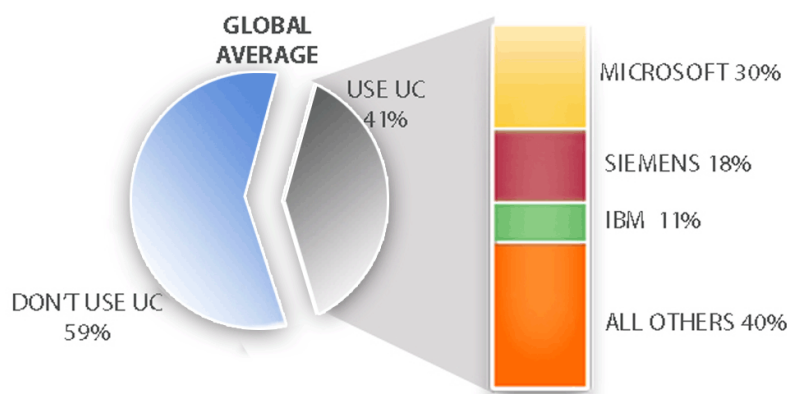
Allgemein war zu beobachten, dass die Bekanntheit von Unified Communications mit der Größe des Unternehmens anstieg. Aus diesem Grund liegt der Prozentsatz an Arbeitskräften, die zumindest schon einmal von „Unified Communications“ gehört haben, in Unternehmen mit weniger als 20 Mitarbeitern bei 78 %, bei Mitarbeitern aus Unternehmen mit 300 – 400 Mitarbeitern dagegen bei durchschnittlich 85 %.

Die Befragten aus Unternehmen in Industriestaaten wiesen insgesamt eine höhere Vertrautheit mit dem Begriff „Unified Communications“ auf. Den Befragten aus Brasilien und Russland hingegen war der Begriff am wenigsten vertraut. Hier gaben 37 % der Umfrageteilnehmer an, dass ihnen „Unified Communications“ nicht vertraut seien oder sie noch nie davon gehört hätten.

Arbeitskräfte aus der Kommunikationsbranche gaben einige der höchsten Bekanntheitsgrade an. 56 % der Befragten waren entweder ziemlich oder sehr vertraut mit dem Begriff. Im Gegensatz dazu gaben die Befragten aus den Finanzbereichen die höchsten durchschnittlichen Grade an Unvertrautheit mit dem Begriff „Unified Communications“ an. Erwartungsgemäß wiesen Arbeitskräfte aus technischen Arbeitsfeldern insgesamt eine höhere Vertrautheit mit dem Begriff auf.

62 % waren in der Lage, wenigstens einen Anbieter von Unified Communications-Systemen zu nennen. Unter diesen wurden Cisco, Microsoft, und Siemens am häufigsten genannt. Innerhalb der Industriestaaten haben weltweite Anbieter den größten Bekanntheitsgrad. In den Schwellenländern Indien, Russland und Brasilien werden hingegen hauptsächlich regionale Anbieter genannt.

Die Befragten sollten angeben, ob ihr Unternehmen derzeit ein Unified Communications-Produkt nutzt. 41 % gaben an, dass ihr Unternehmen ein solches Produkt derzeit nutzt. Den größten Marktanteil bei den Unternehmen, die UC-Produkte nutzen, haben hier Microsoft, Siemens und IBM.



**Abbildung 10: Derzeitiger Einsatz von Unified Communications-Produkten, weltweite**

Es besteht ein offensichtlicher Zusammenhang zwischen der Mitarbeiterzahl und dem Einsatz von UC-Produkten. Außerdem ist ein deutlicher Anstieg bei der Nutzung dieser Systeme bei KMU mit mehr als 20 Mitarbeitern und wiederum bei KMU mit mehr als 300 Mitarbeitern zu beobachten. Aus diesem Grund nutzen lediglich 20 % der KMU mit weniger als 20 Mitarbeitern derzeit UC-Systeme, während diese bei 53 % der KMU mit mehr als 300 eingesetzt werden.

Im Ländervergleich sind deutliche Unterschiede bei der derzeitigen Nutzung von UC-Produkten erkennbar. So gibt es auch hier wiederum eine klare Trennung zwischen den Schwellenländern Indien, Russland und Brasilien auf der einen und den fortschrittlicheren europäischen Nationen und der USA auf der anderen Seite. Der Prozentwert von 53 % bei der Nutzung von Unified Communications in den Industrieländern ist mehr als doppelt so hoch wie der Wert, der in den Schwellenländern erreicht wird.

Betrachtet man die Verwendung von Unified Communications-Systemen branchenabhängig, so weist die Kommunikationsbranche mit 55 % den höchsten Wert innerhalb aller KMU auf. KMU aus dem Finanzwesen weisen mit 27 % den niedrigsten Wert auf.

KMU sind sich des Nutzens von Unified Communications-Produkten bewusst. Sie sind durchaus vertraut mit der Technologie und den Anbietern der Produkte. Der Einsatz von UC-Produkten nimmt unter KMU mehr und mehr zu. Dennoch nutzen derzeit fast 60 % aller KMU noch nicht die Vorteile einer Unified Communications-Lösung. Hieraus ergeben sich beachtliche Möglichkeiten der Verbreitung von Unified Communications.

# Fazit

Kommunikationsbarrieren und Wartezeiten sind innerhalb von KMU weit verbreitet. Im Durchschnitt haben 70 % der Befragten bestätigt, dass sie von den fünf Schwachstellen betroffen waren. Sie haben ebenfalls erklärt, dass sie durchschnittlich 17,5 Stunden pro Woche mit der Bewältigung der Schwachstellen aufbringen.

Kommunikationsschwachstellen bedeuten zusätzliche Kosten für KMU. Die Gesamtkosten für den Produktivitätsrückgang aufgrund von Kommunikationsbarrieren werden auf 26.041 US-Dollar pro Kopfarbeiter pro Jahr geschätzt.

Des Weiteren schätzen die Befragten, dass durchschnittlich 20 % ihrer Kollegen auch diese Schwachstellen sehen. Legt man diesen Wert zugrunde, bedeutet das aktuelle Kosten von 5.246,00 US-Dollar pro Jahr pro Mitarbeiter für KMU. Vorausgesetzt, dass 100 % der für diese Bereiche aufgebrauchten Zeit unproduktiv ist. Damit verliert ein KMU mit 100 Mitarbeitern bis zu 524.569 US-Dollar pro Jahr aufgrund von Kommunikationsineffizienzen.

Die Beschäftigung mit Kommunikationsineffizienz ist eine der wichtigsten Prioritäten für KMU. Im Allgemeinen waren 41 % der Befragten der Meinung, dass ein System, welches den Zeitaufwand für die Bewältigung dieser Schwachstellen reduziert, eine sehr hohe bis höchste Priorität für das Unternehmen hat. Sogar in Ländern und Branchen, in denen der wöchentliche Zeitaufwand für die Bewältigung der Schwierigkeiten sowie die daraus resultierenden Kosten relativ niedrig sind, stellt die Lösungsfindung eine Priorität dar.

Da die Zahl der Mitarbeiter von KMU steigt, erhöht sich auch die Bereitschaft der Unternehmen, der Lösung von Kommunikationsineffizienzen eine höhere Priorität zuzuweisen. Dies ist nachvollziehbar, da der Nutzen der Kommunikationslösungen exponentiell mit der Anzahl der Benutzer des Netzwerks ansteigt.

Die kontinuierliche Weiterentwicklung des Geschäftsumfelds fördert den Bedarf an Mobilität. Da das Geschäftsumfeld immer komplexer wird, müssen die Unternehmen Maßnahmen zur Erhaltung ihrer Konkurrenzfähigkeit ergreifen. Derartige Maßnahmen beinhalten die Versorgung der Kunden über immer größere Distanzen, die Ausweitung und Verbesserung von Informationsversorgung, Service und Zusammenarbeit sowie die Verkürzung der Reaktionszeiten und Bereitstellungszeiten für Waren, Dienstleistungen und Informationen.

Diese Anforderungen gelten ebenso für kleine und mittelständische Unternehmen. Von Mitarbeitern in KMU wird daher erwartet, ständig erreichbar zu sein, sei es an ihrem Schreibtisch, an anderen Orten innerhalb des Büros, in einem Meeting, unterwegs oder zu Hause.

KMU sind im Allgemeinen äußerst mobil; über 50 % der Befragten stuften sich selbst als mobile Arbeitskräfte ein. Des Weiteren gaben 48 % dieser Mitarbeiter an, mehr als eine mobile Arbeitstätigkeit auszuüben. Diese hohen Grade an Mobilität erhöhen wiederum den Bedarf an verbesserten Kommunikationslösungen. Bis auf wenige Ausnahmen wiesen die KMU selbst in Ländern, in denen der Prozentsatz der unternehmensweiten mobilen Arbeitskräfte einer bestimmten Art gering ist, verbesserten Kommunikationslösungen für diese Arbeitskräfte hohe Priorität zu.

Die Nutzung von Kommunikationstechnologie zur Erhöhung der Produktivität sowie aus Gründen der Innovation nimmt in kleinen und mittelständischen Unternehmen stetig zu. Durch den Einsatz verschiedener Technologien konnten die Kommunikationsmöglichkeiten der Unternehmen verbessert werden. Die Verbreitung fragmentierter und unterschiedlicher Kommunikationstechnologien zwingt die Benutzer jedoch zum Einsatz zahlreicher verschiedener Geräte, Tools und Anwendungen. Dies führt dazu, dass Kommunikationsineffizienzen bestehen bleiben. Der Bedarf an einer Unified Communications-Lösung ist offensichtlich.

Unified Communications etablieren sich im Bereich der KMU. KMU sind sich des Nutzens von Unified Communications-Produkten bewusst. Sie sind durchaus vertraut mit der Technologie und den Anbietern der Produkte.

Der Einsatz von UC-Produkten nimmt unter KMU mehr und mehr zu. Dennoch nutzen derzeit fast 60 % aller KMU noch nicht die Vorteile einer Unified Communications-Lösung. Hieraus ergeben sich beachtliche Möglichkeiten der Verbreitung von Unified Communications.

## Über SIS International Research

SIS International Research ist ein weltweit agierendes Forschungsinstitut mit Spezialisierung auf Marktforschung und Marktinformationen. SIS wurde 1982 gegründet und ist weltweit in über 120 Ländern in Europa, Nordamerika, Lateinamerika, Asien und dem Nahen Osten aktiv.

Unser Kerngebiet liegt in der strategischen Analyse globaler Trends, der Marktsegmentierung sowie der Marktanalyse. Wir sind in den Bereichen B2B, Verbraucher, Arzneimittel, Technologie, Verkehrswesen sowie Service und Bildung tätig.

## Über Siemens Enterprise Communications

Siemens Enterprise Communications ist ein Joint Venture zwischen dem führenden Private-Equity-Unternehmen The Gores Group und der Siemens AG. Das Joint Venture umfasst die Siemens Enterprise Communications GmbH & Co. KG, ihre weltweiten Tochtergesellschaften sowie die Unternehmen Enterasys Networks und SER Solutions und schafft einen neuen Marktführer im Bereich Unternehmenskommunikation mit besonderen Stärken bei Unified Communications, Contact Center-Technologie und sicheren Netzwerken. Mehr als 14.000 Mitarbeiter weltweit vertreten die Open Communications-Strategie und bieten Kommunikations- und Datennetzlösungen für Unternehmen aller Größen an. Dadurch können Geschäftsprozesse in jedem Netzwerk und in allen Informationstechnologie-Infrastrukturen produktiver, schneller und sicherer ausgeführt werden. Im Geschäftsjahr 2007 erzielte Siemens Enterprise Communications einen Umsatz von etwa 3,2 Milliarden Euro.

Weitere Informationen zu Siemens Enterprise Communications erhalten Sie unter [www.siemens.com/open](http://www.siemens.com/open).

## Über OpenScape Office

OpenScape Office ist eine Unified Communications-Anwendungsreihe für die Nutzung von Grund auf bis zur Problemlösung bei unnötigen Kommunikationskosten, Überlastungen und Verzögerungen für kleine und mittelständische Unternehmen.

KMU, die OpenScape Office einsetzen, weisen erhebliche Einsparungen in den Bereichen Audiokonferenzservices von Drittanbietern, Servicegebühren bei Mobiltelefonie und Reisekosten auf. In den Bereichen der geschäftlichen Flexibilität führen eine schnellere Entscheidungsfindung und Aufgabenausführung zu kürzeren Kundenreaktionszeiten, Vertriebszyklen und Time-to-Market. Optimierungen allein in einem dieser Bereiche können zu Ertragssteigerungen und deutlichen Wettbewerbsvorteilen für KMU in allen Unternehmensgrößen und Branchen führen.

Die Vorteile der Kosteneinsparungen durch UC, die intuitiven Benutzeroberflächen, einfache Integrationsmöglichkeiten in vorhandene Geschäftssysteme wie Microsoft Outlook sowie das speziell für KMU eingerichtete Contact Center machen OpenScape Office so einzigartig.

Siemens Enterprise Communications ist ein führender Anbieter von End-to-End-Lösungen für die Unternehmenskommunikation. Offene, standardbasierte Architekturen führen Kommunikations- und Unternehmensanwendungen zusammen und ermöglichen so die effiziente Zusammenarbeit im gesamten Unternehmen. Mit dem preisgekrönten „Open Communications“-Konzept stellt Siemens Enterprise Communications seinen Kunden leicht implementierbare Lösungen zur Verfügung, die sich nahtlos in ihre vorhandenen IT-Umgebungen einfügen, die Produktivität erhöhen und Kosten sparen. Darauf basiert das OpenPath-Angebot von Siemens Enterprise Communications, das Kunden bei minimalem Risiko die wirtschaftliche Einführung von Unified Communications ermöglicht. Unterstützt werden diese Lösungen durch das OpenScale Service-Angebot mit weitreichenden Managed Service- und Outsourcing-Möglichkeiten. Siemens Enterprise Communications ist ein Gemeinschaftsunternehmen von The Gores Group und der Siemens AG. Zu diesem Joint Venture gehört auch Enterasys Networks, dessen Netzwerkinfrastruktur- und Sicherheitssysteme optimale Voraussetzungen für gemeinsame Kommunikationslösungen bieten.

Weitere Informationen über Siemens Enterprise Communications oder Enterasys finden Sie unter [www.siemens-enterprise.com/open](http://www.siemens-enterprise.com/open) oder [www.enterasys.com](http://www.enterasys.com)

Hinweis: Siemens Enterprise Communications & Co. KG ist ein Markenlizenznehmer der Siemens AG.

HiPath, OpenOffice, OpenScape und OpenStage sind eingetragene Marken der Siemens Enterprise Communications GmbH & Co. KG oder verbundener Unternehmen. Alle anderen Firmen-, Marken-, Produkt- und Service-Namen sind unter Umständen Marken oder eingetragene Marken ihrer jeweiligen Inhaber.

©Siemens Enterprise Communications GmbH & Co. KG

Siemens Enterprise Communications GmbH & Co. KG ist Markenlizenznehmer der Siemens AG

Hofmannstr. 51  
81359 München

## Kommunikation als Strategie

Siemens Enterprise Communications  
[www.siemens-enterprise.com/de](http://www.siemens-enterprise.com/de)

Die in dieser Broschüre enthaltenen Informationen enthalten lediglich allgemeine Beschreibungen oder Leistungsmerkmale, die bei der tatsächlichen Anwendung unter Umständen nicht zutreffen oder sich im Zuge einer Weiterentwicklung der Produkte ändern können. Eine Verpflichtung zur Bereitstellung der entsprechenden Daten besteht nur, wenn dies in den Vertragsbedingungen vorgesehen ist. Die Verfügbarkeit und technischen Daten können sich ohne vorherige Ankündigung ändern. OpenScape, OpenStage und HiPath sind eingetragene Marken der Siemens Enterprise Communications GmbH & Co. KG. Alle anderen Namen und Bezeichnungen von Unternehmen, Marken, Produkten und Dienstleistungen sind Marken oder eingetragene Marken der jeweiligen Inhaber. Gedruckt in Deutschland.