

Special Innovation

Erfolg auf leisen Sohlen

Die Kommunikationsinfrastrukturen der Zukunft sind in ihren Basistechnologien bereits vorhanden. Der Bedarf in der Wirtschaft steigt rasch an. Es geht nur noch um die Einführung dieser Infrastrukturen.

Ernst Brandstetter

Unter dem Titel „Schluss mit dem Anrufbeantworter-Pingpong“ befragte das österreichische Gallup-Institut im Auftrag von Cisco von Jänner bis März 2007 Personen aus der Unternehmensführung von insgesamt 21 Großunternehmen mit Firmensitz in Österreich. Es ging um drei Themen: Bewältigung täglicher Arbeitsaufgaben, Erfolgsfaktoren von Großunternehmen, Verbesserungspotenzial von Kommunikationskanälen und Zukunftsvisionen von Großunternehmen.

Die Studie zeigte, dass Kommunikation inzwischen einer der zentralen branchenübergreifenden Erfolgsfaktoren für Unternehmen ist: Die Mitarbeiter eines Unternehmens erhalten und versenden über eine Vielzahl von Kanälen eine Unmenge an Informationen. Damit wird aber das Management dieser Vielfalt zu einer der zentralen Herausforderungen. Mitarbeiter müssen gezielt den richtigen Ansprechpartner aus-

findig machen und gleichzeitig den richtigen Kommunikationskanal – Internet, Handy, Festnetztelefon – definieren können. Zudem ist es unerlässlich, die vielen Kommunikationswege richtig zu synchronisieren, um nicht umständlich nach wichtigen Nachrichten suchen zu müssen.

Dass dies der Fall ist, belegen aktuelle Zahlen: 52 Prozent der Mitarbeiter müssen regelmäßig unterschiedliche Medien verwenden, um einen gewünschten Kommunikationspartner zu erreichen. 36 Prozent der Kommunikationspartner können beim ersten Mal nicht erreicht werden. Das Ergebnis: In 22 Prozent der Fälle werden beispielsweise Termine verpasst oder Deadlines nicht eingehalten. Hier muss die Informationstechnologie (IT) helfend eingreifen, aber nach Möglichkeit, ohne dass die Nutzer es überhaupt merken. „IT wird in Zukunft zur klassischen Grundversorgung gehören wie Wasser oder Strom“, erklärt Studienautorin Sophie Karmasin. Die Infrastruktur



Der Mitarbeiter von morgen ist kommunikativ voll eingebunden, arbeitet aber nach seinem individuellen Rhythmus und hat sein mobiles Büro immer dabei. Foto: Cisco

wird diesen Anforderungen gerecht werden müssen, IT-Dienste werden überall und jederzeit verfügbar sein.“

Flexibilität und Mobilität

Die Zukunftsvorstellungen der Unternehmen kreisen weiters um die Flexibilität und Mobilität im Arbeitsleben. Aufgrund der weitgehend realisierten technischen Machbarkeit ist das Ende des konventionellen Büros nahe. Der

Mitarbeiter von morgen arbeitet nach seinem individuellen Rhythmus, hat sein mobiles Büro immer dabei und trifft nur noch zu bestimmten Meetings mit seinen Kollegen zusammen. Dies bringt großes Potenzial für die Vereinbarkeit von Familie und Beruf, stellt aber auch hohe Anforderungen an die Flexibilität der Mitarbeiter.

Drittes großes Thema ist die Verschmelzung der Technologien zur „Multimedia-Kommu-

nikation“. Die verschiedenen Kommunikationskanäle, Audio, Video, Text und Bild wachsen zusammen, was sich idealerweise auch in einer Reduktion der verwendeten Endgeräte niederschlagen sollte. Entscheidend für den Markterfolg von neuen Kommunikationstools wird aus Sicht der Unternehmen eindeutig die Usability sein. Auch hier muss die Technik in den Hintergrund rücken und der Mensch im Vordergrund stehen.

Alexis Kahr: „Alles, was man sich derzeit vorstellen kann, ist auch machbar. Daher ist der Weg zur Kommunikation der Zukunft keine Frage der Technik mehr, sondern eine Frage des persönlichen Wollens“, erklärt der Business Development Manager bei Cisco Österreich.

Kommunikation nach Wunsch und Laune

economy: Was treibt einen internationalen Technologiekonzern wie Cisco dazu, sich bei österreichischen Unternehmen über die Kommunikationsbedürfnisse zu erkundigen, wenn andere Länder schon viel weiter sind?

Alexis Kahr: Wir wollten vor allem die österreichischen Bedürfnisse empirisch sauber erheben. Es geht schließlich darum, dass man in so persönlichen Bereichen wie der Kommunikationsstrategie nicht nur technisch argumentieren kann. Wir wollen daher insbesondere den Kundennutzen in den Vordergrund stellen.

Und was ist für die Unternehmen wichtig?

Vorrangig geht es natürlich um die Steigerung der Produk-

tivität, das heißt um eine Verbesserung der Erreichbarkeit. Hier gibt es allerdings auch Grenzen zu beachten, denn totale Erreichbarkeit kann auch schlecht sein, wenn man es verkehrt macht. Was man braucht, ist eine Kommunikationskultur. Zudem müssen die Mitarbeiter die Möglichkeit haben, ihre Erreichbarkeit selbst zu definieren. Ich beispielsweise habe eine kleine Tochter und schalte um 20 Uhr das Dienst-Handy ab. Aber meine Mitarbeiter wissen genau, wann, wie und wo ich erreichbar bin.

Und das geht mit den neuen Unified-Messaging-Systemen?

Man kann sich seine Erreichbarkeit „customizen“, also genau zuschneiden. Diese Verantwortung muss auch in Zukunft jeder

für sich selbst übernehmen. Erreichbarkeit ist ein Benefit und kein 24-Stunden-Zwang. Zusätzlich soll alles einfach und zwanglos funktionieren. Im Idealfall soll ein User gar nicht merken, was in seinem Kommunikationssystem technisch und organisatorisch so alles abläuft.

Wie nahe ist die Technik diesem Idealbild schon gerückt?

Die technische Machbarkeit ist gegeben. Alles, was man sich derzeit vorstellen kann, ist auch machbar. Daher ist der Weg zur Kommunikation der Zukunft keine Frage der Technik mehr, sondern eine Frage des persönlichen Wollens und der Bedürfnisse. Beispielsweise gibt es schon sehr lange Systeme für Videokonferenzen, diese waren aber durch die Technik stark

eingeschränkt. In unserer neuen Lösung dagegen spürt man die Technik nicht mehr, weil das System so authentisch ist.

Wie findet der Übergang in die Zukunft statt?

Die Migration wird schrittweise geschehen. International sind Voice-over-IP-Anlagen inzwischen Standard, während in Österreich der Marktanteil bei neuen Anlagen momentan noch bei 70 bis 80 Prozent liegt. Hat man einmal Voice over IP (Internet-Telefonie, Anm.), kann man schrittweise Applikationen für Unified Communications integrieren. Da sind wir weltweit derzeit mittendrin. Beispiele sind hier Telepresence, Data Sharing, die Integration von Search Engines in die Kommunikationsinfrastruktur und Vi-

deoconferencing, wo wir einen echten Qualitätssprung gemacht haben. In einigen Jahren wird die Welt der Kommunikation völlig anders aussehen. bra

www.cisco.com

Steckbrief



Alexis Kahr ist Business Development Manager bei Cisco Österreich. Foto: Cisco