

MARKTÜBERSICHT

# DIGITALER ARBEITSPLATZ 2021



Wissen ist die Quelle des Erfolgs jeder Unternehmung – und nichts ist so schnell überholt, wie der „aktuelle Wissensstand“.

Permanente Weiterbildung ist der Schlüssel zum persönlichen Erfolg und dem Aufstieg eines Unternehmens. Die SCM richtet sich mit ihrem Weiterbildungsprogramm an Führungskräfte von heute und morgen.

Dabei verbindet sie die Bereiche Kommunikation und Management mit gezielter Weiterbildung in Form von Tagungen, Workshops, Intensivkursen sowie Inhouse-Schulungen und publiziert darüber hinaus Fachbücher und Studien.

*SCM – School for Communication and  
Management*

*Lars Dörfel  
Lehmbruckstraße 24 | 10245 Berlin*

*Telefon: +49(0)30 47 98 97 89  
Fax: +49(0)30 47 98 98 00  
E-Mail: [info@scmonline.de](mailto:info@scmonline.de)  
[www.scmonline.de](http://www.scmonline.de)*

*[www.interne-kommunikation.net](http://www.interne-kommunikation.net)*

Seit 2005 digitalisiert HIRSCHTEC interne Kommunikation und Zusammenarbeit.

Als Full-Service-Agentur für digitale Arbeitsplätze hat sich HIRSCHTEC auf die schlüsselfertige Einführung von Intranets und Kollaborationslösungen spezialisiert und ist neben dem Hauptsitz in Hamburg mit Büros in Düsseldorf, Berlin, Wien und Zürich präsent.

Über 100 Mitarbeitende unterstützen Kunden wie die Deutsche Bahn, Deutsche Bundesbank, Air Liquide, Siemens Gamesa, Ricola, Wiener Städtische Versicherung, FRoSTA und Weleda. Sie werden begleitet von der Strategieentwicklung über die Konzeptions- und Umsetzungsphase bis hin zum Betrieb und Kommunikations- und Change-Initiativen.

Die 360-Grad-Agentur gehört laut BVDW-Ranking 2020 zu den 50 größten Digitalagenturen in Deutschland.

*HIRSCHTEC GmbH & Co. KG  
Lutz Hirsch  
Burchardstraße 17 | 20095 Hamburg*

*Telefon: +49(0)40 822 17 94-0  
Fax: +49(0)40 822 17 94-99  
E-Mail: [info@hirschtec.eu](mailto:info@hirschtec.eu)  
[www.hirschtec.eu](http://www.hirschtec.eu)*

# INHALTSVERZEICHNIS

1.	<i>Einleitung</i>	4
2.	<i>Enterprise Collaboration Platform – die Basis</i>	8
3.	<i>Information Platform</i>	11
3.1	<i>Classic Intranet</i>	12
3.2	<i>Add-on &amp; Plug-in</i>	13
3.3	<i>Social Intranet</i>	15
3.4	<i>Mobile Intranet</i>	17
4.	<i>Process Platform</i>	18
5.	<i>Collaboration Suite – die Alternativen</i>	19
6.	<i>Digital Hub</i>	21
7.	<i>Fazit</i>	22
8.	<i>Zusammenfassung Kernergebnisse Kantar-Umfrage im Auftrag von HIRSCHTEC: Digitale Kommunikation und Zusammenarbeit in Unternehmen 2020</i>	23



# 1. EINLEITUNG

Aufgrund der Corona-Krise sind die Anforderungen an den digitalen Arbeitsplatz noch einmal deutlich gestiegen. Die vergangenen Wochen und Monate haben gezeigt: Von heute auf morgen mussten viele Unternehmen neue digitale Tools einführen und auf hybride Arbeitsmodelle umstellen. Und genau diese virtuelle Zusammenarbeit in verteilten Arbeitsumgebungen wird uns auch zukünftig weiter begleiten, das heißt: Verlässliche Informationen müssen für jede Mitarbeiterin und jeden Mitarbeiter zu jeder Zeit zugänglich sein. Die reine Informationsverteilung reicht deshalb bei Weitem nicht mehr aus.

[DIGITALE MEETINGS, DAS GEMEINSAME ARBEITEN AN DOKUMENTEN, DER ORTSUNABHÄNGIGE ZUGRIFF AUF OPERATIVE ANWENDUNGEN ODER AUCH DAS VIRTUELLE FÜHREN VON MITARBEITER\\*INNEN GEHÖREN INZWISCHEN ZUM „NEUEN NORMAL“.](#)

Das bedeutet: Die Grenzen zwischen Zusammenarbeit, Informationsgewinnung und -verteilung sowie dem Zugriff auf die wichtigsten Prozesse verschwimmen immer mehr. Hersteller propagieren: On-Premises ist tot – es lebe die Cloud! Der „Evergreen-Ansatz“ (kontinuierliche Software-Weiterentwicklung im Rahmen von Sprints und Kleinst-Deployments im laufenden Betrieb) befördert diese Entwicklung zusätzlich. Selbst Atlassian, lange ein Verfechter von On-Premises-Lösungen im Rahmen von Confluence und JIRA, hat seine aktuelle On-Premises-Lösung für die nahe Zukunft aufgekündigt<sup>1</sup>.

Diese Entwicklungen zeigen sich deutlich in der aktuellen Marktübersicht „Digitaler Arbeitsplatz 2021“. Bereits in der Vorjahres-Marktübersicht zum digitalen Arbeitsplatz 2020 wurde das Intranet nicht länger isoliert betrachtet, sondern in den Kontext des digitalen Arbeitsplatzes (Digital Workplace) gerückt.

---

<sup>1</sup> Vgl. Heise Online (17.10.2020): <https://www.heise.de/news/Atlassian-stellt-Verkauf-von-Serverlizenzen-ein-Die-Zukunft-gehört-der-Cloud-4931264.html>

Die entscheidenden Fragen, mit denen sich Unternehmen konfrontiert sehen, bleiben aber nach wie vor bestehen: Welches „Digital Workplace“-Szenario ist das richtige für meine Organisation? Brauche ich überhaupt noch ein Intranet? Lassen sich eventuell alle Anforderungen mit „einer“, ggf. sogar der bestehenden, Plattform abbilden? Gibt es Alternativen? Erste Antworten auf diese Fragen soll die Marktübersicht bieten.

Die einzelnen Applikationen werden dazu zunächst aus rein funktionaler Sicht – Anforderung für Anforderung – miteinander verglichen, um so die Schwerpunkte einer jeden Lösung zu identifizieren.

DIE DIESJÄHRIGE DEFINITION DER VERSCHIEDENEN SCHWERPUNKTBEREICHE IST AN DIE AUS DEN VORJAHREN ANGELEHNT:

- ▶ **Information:** z. B. sich zum Unternehmen informieren (Top-down und Bottom-up) sowie Expert\*innen suchen
- ▶ **Mobile:** z. B. sich ohne PC-Zugang informieren (Zugriff via Smartphone)
- ▶ **Prozesse:** z. B. Prozess-Schritte digital bedienen durch Workflows und elektronische Formulare
- ▶ **Nutzerakzeptanz:** z. B. durch die Performance der Plattform, eine einfache und verlässliche Suche oder eine durchgängige User Experience
- ▶ **Kollaboration:** z. B. durch die Zusammenarbeit in Gruppen an Dokumenten und Wikis und das schnelle Austauschen mit Kolleg\*innen (Chat)



# 1. EINLEITUNG



Abb. 1: *Schwerpunktbereiche des digitalen Arbeitsplatzes*

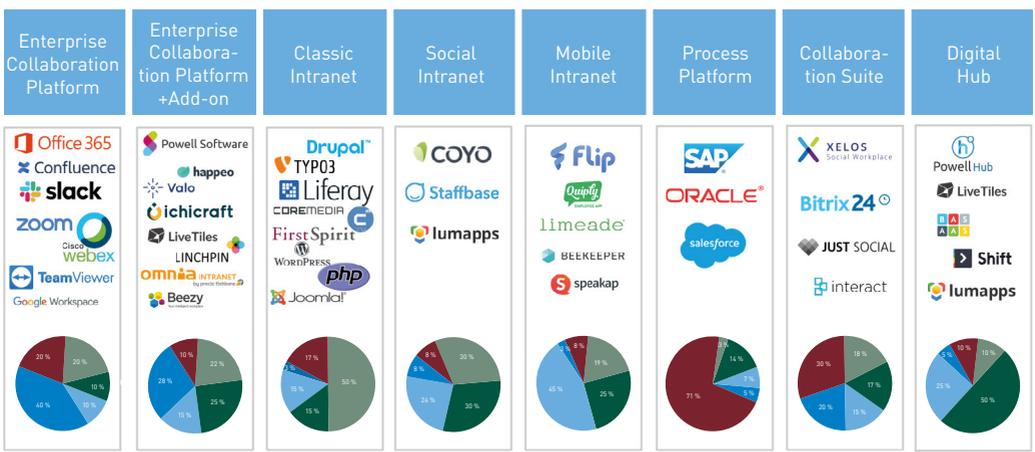
Anschließend werden die Lösungen Clustern, wie z. B. Enterprise Collaboration Platform oder Information Platform, zugeordnet, um so eine erste Indikation ableiten zu können, worin das primäre Einsatzgebiet der Plattform besteht. Die grundsätzliche Einordnung der verschiedenen Plattformen in die jeweiligen Cluster ist im Vergleich zum Vorjahr um die Kategorie „Digital Hub“ ergänzt worden:

- ▶ **Enterprise Collaboration Platform:** Umfassende Systeme für eine standort- und länderübergreifende Zusammenarbeit als Basis des digitalen Arbeitsplatzes
- ▶ **Information Platform:** Add-on- und Plugin-Lösungen zu den „Enterprise Collaboration“-Plattformen, Classic Intranet, Social Intranet und Mobile Intranet, die den Schwerpunkt auf redaktionelle Inhalte legen
- ▶ **Process Platform:** Systeme, spezialisiert auf Prozesse und Workflows
- ▶ **Collaboration Suite:** Systeme, die alle Anforderungen bezogen auf Zusammenarbeit, Top-down-Information und Prozessabbildung in sich vereinen können
- ▶ **Digital Hub:** Rahmen, der um die verwendeten Applikationen gelegt werden kann, um den Nutzer\*innen Strukturierungsmöglichkeiten und Schnellzugriff zu gewährleisten

## Abb. 2: Übersicht Szenarien/Varianten

Das Copyright der abgebildeten Logos liegt bei den jeweiligen Herstellern.

### VARIANTEN



### LÖSUNGEN

#### Kollaboration

(Gruppen, Dateien, Umfragen, Wiki, Chat)

#### Prozesse

(Schnittstellen, Anwendungen, Workflows)

#### Information

(News, Profil, Redaktionsfunktionen, Microblog)

#### Nutzerakzeptanz

(Suche, Performance & Usability)

#### Mobile

(Zugriff)

# 2. ENTERPRISE COLLABORATION PLATFORM - DIE BASIS

## MICROSOFT HAT IM BEREICH DER „ENTERPRISE COLLABORATION“-PLATTFORMEN SEINE FÜHRENDE POSITION WEITER AUSGEBAUT.

Aufgrund der Corona-Pandemie und der damit einhergehenden Notwendigkeit, Tools schnell für die virtuelle Kommunikation und Zusammenarbeit einführen zu müssen, sind in vielen Unternehmen die Entscheidungen für Office 365 (mittlerweile wurde die Produktfamilie in Microsoft 365 umbenannt, aufgesplittet in Office 365 und Microsoft 365) und die Cloud vorgezogen und alternative Plattformen (vor allem Google Workspace, Lotus Notes oder auch Slack) abgelöst worden.

Doch es haben sich auch neue Akteure für „Collaboration“ am Markt etabliert, die zuvor nur im Bereich Videokonferenzen relevant waren (z. B. Zoom, Teamviewer oder auch WebEx). Microsoft wiederum hat sein Kollaborations-Tool Microsoft Teams noch stärker ins Zentrum gerückt. Viele Unternehmen nutzen Teams jedoch bisher weitgehend lediglich für Chat, Online Meetings und Screensharing. Deshalb werden für Softwareentscheidungen in diesem Bereich häufig die oben genannten Marktbegleiter für Vergleiche herangezogen.

Dieses Vorgehen ist jedoch durchaus etwas zu kurz gedacht. Microsoft Teams ist mittlerweile dank seiner Vielzahl an Funktionen und Integrationsmöglichkeiten ein zentraler „Collaboration Hub“ oder „Collaboration Browser“, den die Nutzer\*innen in der täglichen Arbeit nicht mehr verlassen müssen. Das hat zur Folge, dass die Hersteller im Bereich der Business-Applikationen zahlreiche Anwendungen entwickeln, die als App in Microsoft Teams integriert werden können. Es gibt sogar Stimmen, die prophezeien, in Zukunft werde es drei zentrale App Stores weltweit geben – den App Store von Apple, den Play Store von Google und Apps in Microsoft Teams. Es ist daher davon auszugehen, dass die Hersteller, die keine App für Microsoft Teams entwickelt haben, bald deutlich an Relevanz verlieren werden. Plattformen wie z. B. Confluence von Atlassian, die einst ebenbürtig zu Microsoft 365 / Office 365 waren, müssen sich nun ebenfalls in Teams integrieren und vollziehen deshalb zusätzlich den Wechsel in einen rein cloudbasierten Service.<sup>2</sup>

Microsoft Teams entwickelt sich folglich mehr und mehr zu einer ganzheitlichen Kollaborationsoberfläche, in der alle Themen der Zusammenarbeit zusammenlaufen (Kalender und bald vermutlich auch E-Mails aus Exchange, Dateien mit SharePoint und OneDrive, Wiki mit OneNote, Planung und Aufgaben mit Planner und ToDo/Tasks).

---

<sup>2</sup> **Vgl. Heise Online (17.10.2020):** <https://www.heise.de/news/Atlassian-stellt-Verkauf-von-Serverlizenzen-ein-Die-Zukunft-gehört-der-Cloud-4931264.html>

<sup>3</sup> **Vgl. Marketsandmarkets.com:** <https://www.marketsandmarkets.com/PressReleases/low-code-development-platforms.asp>

Des Weiteren kann die Microsoft Power Plattform (Power BI, Power Apps, Power Automate, Power Virtual Agents) für zahlreiche Automatisierungen und Prozesse verwendet werden – und das unter dem Stichwort „low code / no code“ ohne große Entwicklerkenntnisse. Es ist deshalb zu erwarten, dass bis 2025 der Markt um 28 Prozent jährlich wachsen und so Enterprise-Applikationen auf einfachen Automatisierungen basieren werden. Es müssen deshalb zahlreiche bestehende Lösungen darin migriert werden (z. B. interne Web-Applikationen, Microsoft-Access-Datenbanken oder Excel-Automatisierungen etc.).<sup>3</sup>

Auch im Bereich SharePoint Online wurde durch eine moderne Nutzeroberfläche (Modern UI) eine große Verbesserung erzielt. Konnten Add-on- und Plug-in-Hersteller bis vor Kurzem noch mit einer Mobile App, Responsivität der Applikation oder Zusatzfunktionen (Webparts) im Bereich Intranet klare Mehrwerte erzielen, so sind diese teils nicht mehr direkt ersichtlich.

### UNTERNEHMEN FRAGEN SICH DESHALB: IST EINE ERWEITERUNG ÜBERHAUPT NOCH ERFORDERLICH ODER REICHT DER STANDARD NICHT VOLLKOMMEN AUS?

Gerade weil sich die jeweiligen Applikationen innerhalb von Microsoft 365 (Office 365 inkl. Windows 10, Data Security etc.) stetig weiterentwickeln und im Funktionsumfang wachsen, ist die ganzheitliche Nutzerführung und einfache Bedienung über alle Applikationen hinweg immer noch eine Herausforderung. Zahlreiche Add-on- und Plug-in-Hersteller legen deshalb ein größeres Augenmerk auf eine konsistente Nutzerführung zwischen SharePoint, Yammer und Microsoft Teams und bieten hier deutliche Verbesserungen zum SharePoint-Standard. Auch die Themen übergreifende Navigation, Mehrsprachigkeit und aktive Personalisierung sind aktuell nicht ausreichend im Standard abbildbar.



# 2. ENTERPRISE COLLABORATION PLATFORM - DIE BASIS

Eines steht jedoch fest: Der Fokus liegt bei allen „Enterprise Collaboration“-Lösungen weiterhin auf der Kollaboration (40 Prozent). Unsere Analysen zeigen jedoch, dass die Anwendungsfälle neben dem Bereich Information (20 Prozent) auch im Bereich Prozesse (20 Prozent) Verbesserungen erzielt haben. Die Lizenzen sind häufig nicht für alle Nutzer\*innen in der Organisation vorhanden (z. B. Mitarbeiter\*innen in der Produktion).

Zudem überfordern die Möglichkeiten der Plattformen viele eher PC-fernen Anwendergruppen (Nutzerakzeptanz: zehn Prozent). Deshalb werden oft ergänzende Technologien eingesetzt, um die anderen Bereiche für diese Zielgruppen besser abzudecken (Mobile: zehn Prozent). Alternative Szenarien müssen in die Infrastruktur integriert werden und deutliche Mehrwerte zum Standard bieten.

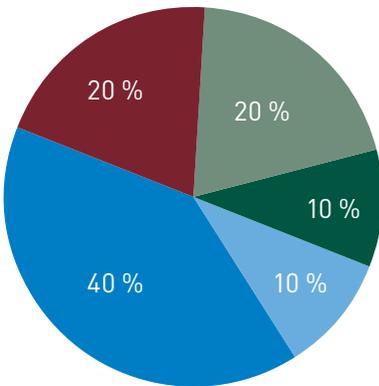


Abb. 3: *Schwerpunktbereiche einer Enterprise Collaboration Plattform*



## Lösungen:

Microsoft 365 / Office 365,  
Google Workspace, Confluence, Zoom,  
Slack, Teamviewer, WebEx

# 3. INFORMATION PLATTFORM

**Technologien, die die Enterprise Collaboration Plattform sinnvoll ergänzen und Informationen sowie Top-down-Kommunikation für alle Nutzer\*innen ermöglichen, lassen sich wie folgt unterscheiden:**

## CLASSIC INTRANET:

Historisch aus der Realisierung von Websites gewachsene Content-Management-Systeme (CMS) zur Darstellung zentral eingestellter, statischer Inhalte (Top-down).

## ADD-ON & PLUG-IN:

Software-Lösungen, die die Enterprise Collaboration Plattform ergänzen (ganzheitlich im Rahmen von Add-ons oder punktuell mit Hilfe von Plug-ins), um gerade redaktionelle Anforderungen bestmöglich abbilden zu können.

## SOCIAL INTRANET:

Systeme, spezialisiert auf Interaktion und Vernetzung und bewusst „einfacher“ Erstellung von statischen Inhalten (Top-down).

## MOBILE INTRANET:

Mitarbeiter-App als Erweiterung für ein Classic Intranet oder eine Enterprise Collaboration Plattform.



# 3.1 CLASSIC INTRANET

Classic-Intranet-Lösungen basieren auf Plattformen, die in der Regel aus Systemen für Websites gewachsen sind. Anfang der 2000er Jahre haben viele Organisationen zunächst eine Website aufgesetzt und benötigten anschließend eine interne Plattform für ihre Mitarbeitenden, um wichtige Dokumente und Informationen zentral zur Verfügung zu stellen. Oft ist die gleiche Technologie eingeführt worden, auf der auch die bereits bestehende Website-Lösung basierte. Dies ist aufgrund der damals sehr vergleichbaren Anforderungen möglich gewesen. Zudem brauchte so nur eine Plattform betrieben werden und Redakteur\*innen mussten kein neues System erlernen und befüllen.

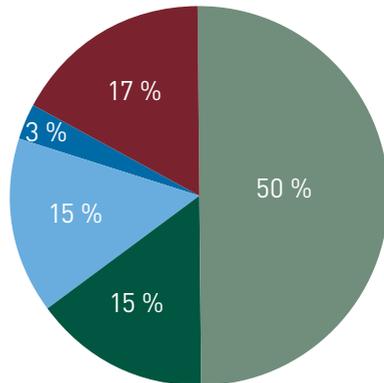
Mittlerweile haben sich die Anforderungen an ein Intranet aber deutlich weiterentwickelt und unterscheiden sich von denen einer Website. Während Websites sich oft durch emotional aufgeladene Botschaften, große Bilder und zahlreiche Videos auszeichnen, sollen Intranet-Lösungen in erster Linie interaktiv, personalisiert und nutzerzentriert Informationen und Arbeitsinhalte vermitteln. Diese Anforderungen lassen sich aber nur mit erheblichem Zeit- und Ressourcen-Aufwand über ein Classic Intranet abbilden.

Dies zeigt auch die nachfolgende Grafik. Das Themenfeld Kollaboration wird funktionsseitig nahezu nicht unterstützt (nur drei Prozent) und es sind keine Veränderungen in den Schwerpunkten im Vergleich zu den Vorjahren zu verzeichnen.

Deshalb beschränken sich diese Plattformen häufig lediglich auf die Bereitstellung von Informationen und die bestmögliche Unterstützung der redaktionellen Abläufe und Strukturen. Eine tiefere Integration in einen Digital Workplace ist grundsätzlich nicht vorgesehen und eine Umsetzung direkt im Classic Intranet nicht abbildbar. Die Plattformen kommen daher nur noch selten im Bereich des Digital Workplace zum Einsatz, sondern beschränken sich auf ihre Kernkompetenz bei der Erstellung von Websites.

**Frameworks & Lösungen:**  
Coremedia, Drupal, FirstSpirit, Joomla, Liferay, PHP, TYPO3, Wordpress

Abb. 4: Schwerpunktbereiche eines Classic Intranets



## 3.2 ADD-ON & PLUG-IN

Add-ons und Plug-ins basieren auf einer bereits vorhandenen Basistechnologie (z. B. SharePoint, Confluence oder Google Workspace (ehemals G Suite)), ohne die sie nicht funktionsfähig wären. Sie bieten im Vergleich zum Standard der Lösung, auf die sie aufsetzen, viele kleinere Mehrwerte. Einige ausgewählte helfen dabei, einen vollumfänglichen digitalen Arbeitsplatz abzubilden und den gesamten Digital Workplace deutlich zu verbessern.

### ENTSTANDEN SIND DIE JEWEILIGEN LÖSUNGEN DURCH KUNDENANFORDERUNGEN, DIE SICH STÄNDIG WIEDERHOLT HABEN.

Auf die jeweilige Basistechnologie spezialisierte Agenturen haben zunächst Individuallösungen entwickelt und anschließend festgestellt, dass sich daraus auch ein Standardprodukt kreieren lässt, um zukünftigen Kunden viel schneller, umfangreicher und günstiger eine Lösung anbieten zu können – die Geburt des Add-ons oder Plug-ins.

Derzeit befindet sich der „Add-on“-Markt aber im Umbruch. Teilweise sind Weiterentwicklungen eingestellt (z. B. Swisscom Sharespace) oder miteinander fusioniert worden (z. B. LiveTiles, Wizdom und Matchpoint). Zum Teil musste der Funktionsumfang entsprechend der neuen Rahmenbedingungen angepasst werden (Modern UI, Cloud).

Weltweit gibt es weiterhin über 60 unterschiedliche „Add-on“-Hersteller. Der Fokus liegt mittlerweile rein auf SharePoint Online. SharePoint On-Premises wird nur noch notdürftig unterstützt.

Ein starker Fokus der Lösungen liegt dabei auf Microsoft Teams (z. B. Governance, App in Microsoft Teams, Idea Management in Microsoft Teams). Des Weiteren wird ein großes Augenmerk auf aktive Personalisierung gelegt. Jeder Nutzer kann sich auf seinem Dashboard seine eigenen Applikationen zusammenstellen und bestimmte Themenkanäle abonnieren. Auch die Mobile Apps ermöglichen einen deutlich umfangreicheren Informationszugriff (z. B. Suche, statische Seiten etc.) als früher.

# 3.2 ADD-ON & PLUG-IN

## EIN TREND FÜR DAS KOMMENDE JAHR ZEICHNET SICH BEREITS AB – DER ZUGRIFF AUF DAS INTRANET UND DEN DIGITALEN ARBEITSPLATZ FÜR ALLE MITARBEITENDEN AUCH OHNE „ENTERPRISE COLLABORATION PLATFORM“-LIZENZ.

Grundsätzlich ermöglichen Add-ons weiterhin deutlich ausgewogenere Plattformen und kürzere Projektlaufzeiten im Vergleich zu einer Umsetzung vergleichbarer Anforderungen mit SharePoint Modern im Standard. Dies verdeutlicht auch unsere Analyse der Funktionsbereiche. Hier zeigen die Add-ons eine sehr ausgeglichene Verteilung ihrer Funktionen (Kollaboration: 28 Prozent, Nutzerakzeptanz: 25 Prozent, Information: 22 Prozent, Mobile: 15 Prozent, Prozesse: zehn Prozent), so dass sehr viele Anwendungsfälle aus allen Schwerpunktbereichen abgedeckt werden können.

### **Add-ons für Microsoft 365 / Office 365:**

Beezy, Omnia, Powell, VALO, LiveTiles

**Add-ons für Confluence:** Linchpin

**Add-ons für G Suite:** Happeo

**Plug-in:** Ichicraft (neu)

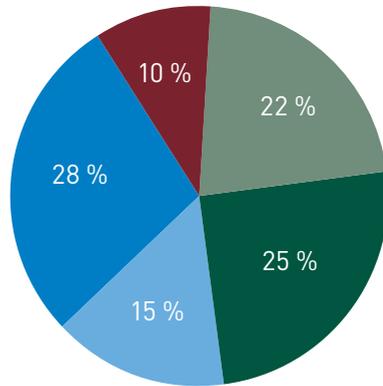


Abb. 5: Schwerpunktbereiche eines Add-ons



## 3.3 SOCIAL INTRANET

SOCIAL INTRANETS SOLLEN DIE LÜCKE ZWISCHEN INTRANET UND KOLLABORATION SCHLIESSEN. ERSTE LÖSUNGEN SIND UM 2009/2010 MIT DEM ZIEL ENTSTANDEN, DIE NUTZ-ERAKZEPTANZ DEUTLICH ZU ERHÖHEN SOWIE INTERAKTION UND VERNETZUNG ZU ERMÖGLICHEN.

Diese Lösungen bieten zum einen bewusst einfach gehaltene Erstellungsprozesse für die Redakteur\*innen und sind zum anderen auch für den interagierenden Nutzer deutlich mehr am Standard der im Internet bekannten Portale und Plattformen orientiert (wie z. B. Facebook, Twitter oder Instagram). Sie werden mit dem Ziel eingeführt, alle Mitarbeitenden schnell und unkompliziert zu erreichen - auch diejenigen, die keinen PC-Arbeitsplatz oder E-Mail-Account besitzen.

Ihre Stärke ist zugleich eine Schwäche: Sie verfügen im Vergleich zu einer Collaboration Plattform über einen deutlich geringeren Funktionsumfang im Bereich der Prozesse (acht Prozent) und strukturierten Zusammenarbeit. Eine gemeinsame, parallele Bearbeitung von Dateien oder Wiki-Artikeln ist z. B. nicht möglich. Die Suchfunktion ist in der Regel je nach Lösung deutlich einfacher gehalten und bietet z. B. weniger Optionen der Filterung und des Managements von Metadaten.

**In den letzten Jahren haben viele Hersteller deshalb versucht, ihre Lösungen tiefer in die „Enterprise Collaboration“-Plattformen zu integrieren und so ihren Kunden einen ganzheitlichen Ansatz zu ermöglichen.**

Teilweise haben sich Add-ons wie z. B. LumApps als ehemaliges G Suite Add-on zu einem Social Intranet weiterentwickelt. So werden einfache Diskussionsgruppen z. B. im Social Intranet und die vertiefte, strukturierte Zusammenarbeit in der Enterprise Collaboration Plattform abgebildet. Eine Integration in SharePoint oder Microsoft Teams ist daher mittlerweile eine Muss-Anforderung für ein erfolgreiches Produkt.

# 3.3 SOCIAL INTRANET

Eine Abdeckung von acht Prozent im Bereich Kollaboration stellt für Social Intranets somit keine Einschränkung mehr dar. Unsere Messungen bei Lösungen unserer Kunden haben ebenso ergeben, dass der Anwendungsfall „Collaboration“ in Social Intranets, z. B. innerhalb von Communities, wenig stattfindet, sondern sich auf Microsoft Teams oder vergleichbare Plattformen verlagert.

Die interaktive Informationsverbreitung (30 Prozent), mobile Szenarien (24 Prozent) und ein deutlicher Fokus auf Nutzerakzeptanz (30 Prozent) machen den Schwerpunkt eines Social Intranets aus und wurden im Vergleich zu den Vorjahren noch einmal ausgebaut.

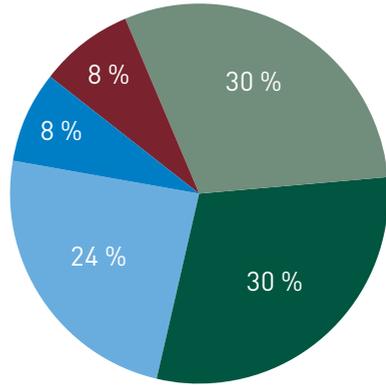


Abb. 6: *Schwerpunktbereiche eines Social Intranets*

- Kollaboration**  
(Gruppen, Dateien, Umfragen, Wiki, Chat)
- Prozesse**  
(Schnittstellen, Anwendungen, Workflows)
- Information**  
(News, Profil, Redaktionsfunktionen, Microblog)
- Nutzerakzeptanz**  
(Suche, Performance & Usability)
- Mobile**  
(Zugriff)

**Lösungen:**  
COYO, Staffbase, LumApps (neu)

## 3.4 MOBILE INTRANET

**Ohne die Möglichkeit, alle Mitarbeiter\*innen schnell und direkt zu erreichen, sind Unternehmen heute nicht mehr handlungsfähig.**

Neben den Social Intranets ist dies auch das Ziel der Mobile Intranets (auch Mitarbeiter-App genannt). Dieses Szenario stellt das mit Abstand am schnellsten umsetzbare dar. In der Regel dienen Mobile Intranets dazu, alle Mitarbeitenden über die privaten mobilen Endgeräte zielgerichtet mit Informationen zu versorgen. Ihr Anspruch ist es daher nicht, ein bestehendes Intranet abzulösen oder gar einen digitalen Arbeitsplatz darzustellen, sondern diesen lediglich um die mobile Komponente zu ergänzen.

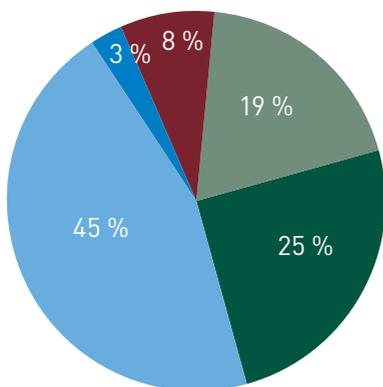
Mobile Intranets können auch dazu eingesetzt werden, Lizenzkosten für aufwendige „Enterprise Collaboration“-Plattformen für Mitarbeitende ohne festen PC-Arbeitsplatz (vor allem Blue Collar Worker) einzusparen.

Doch auch hier ist Microsoft mit vergünstigten Lizenz-Modellen und Lösungen wie Microsoft Teams, Yammer oder Kaizala auf dem Vormarsch und sollte zumindest als Vergleich hinzugezogen werden.

Die Schwerpunkte haben sich im Vergleich zum Vorjahr kaum verändert. Die mobile (45 Prozent) Informationsverteilung (19 Prozent) – teilweise um einige Desktopansichten erweitert (Umstellung der reinen Mobile App auf eine breitere Ansicht im Desktop) – und eine hohe Nutzerakzeptanz (25 Prozent) machen eine gute Mitarbeiter-App aus.

Die Limitierungen im Bereich des Umgangs mit Dateien (Kollaboration: drei Prozent), Abbildung von Prozessen (acht Prozent) sowie Volltextsuche oder Anpassung des Designs sind weiterhin vorhanden.

Abb. 7: *Schwerpunktbereiche eines Mobile Intranets*



### Kollaboration

(Gruppen, Dateien, Umfragen, Wiki, Chat)

### Prozesse

(Schnittstellen, Anwendungen, Workflows)

### Information

(News, Profil, Redaktionsfunktionen, Microblog)

### Nutzerakzeptanz

(Suche, Performance & Usability)

### Mobile

(Zugriff)

### Lösungen:

Beekeeper, Flip, Quiply, Limade, Speakap

# 4. PROCESS PLATFORM

Prozesse und Workflows lassen sich bis zu einer gewissen Komplexitätsstufe mit der jeweiligen Enterprise Collaboration Plattform abbilden. Auch Social Intranets bieten hier mittlerweile einfache Lösungen über Formulare mit individuell auszuwählenden Empfängerkreisen an, sind jedoch nicht für umfangreichere Prozesse geeignet.

Für die Umsetzung komplexerer Prozesse mit tieferer Integration in ERP-Systeme oder aufwändigem Regelwerk braucht es jedoch weiterhin Fachanwendungen und Speziallösungen. Die dafür erforderlichen Prozess-Plattformen können jedoch weitgehend unabhängig vom digitalen Arbeitsplatz betrachtet werden. Versuche von SAP mit SAP Jam, Salesforce mit Chatter oder Oracle mit Oracle Social Network (Social Cloud) haben sich nicht wirklich durchgesetzt und werden nicht

aus-, sondern eher zurückgebaut (Prozesse: 71 Prozent, Nutzerakzeptanz: 14 Prozent, Mobile: sieben Prozent, Kollaboration: fünf Prozent und Information: drei Prozent).

Sprechen wir über den digitalen Arbeitsplatz, dann geht es vielmehr darum, wie genau die Prozess-Plattformen für die Nutzer\*innen zugänglich gemacht werden können (Single-Sign-On, aktive und passive Personalisierung der Absprünge). Hier bieten sich mittlerweile gute Lösungen aus dem Bereich der Add-ons und Social Intranets in Form von Digital Hubs (z. B. Powell Hub, Wizdom Power Panel oder COYO Launchpad) an.

**Lösungen:**  
SAP, Oracle, Salesforce

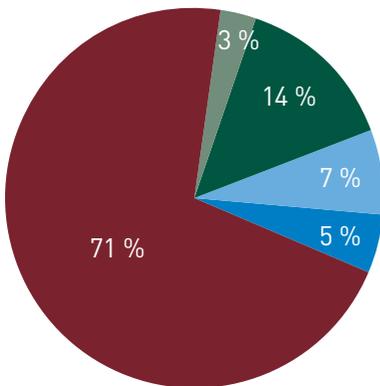


Abb. 8: Schwerpunktbereiche einer Process Plattform

- Kollaboration**  
(Gruppen, Dateien, Umfragen, Wiki, Chat)
- Prozesse**  
(Schnittstellen, Anwendungen, Workflows)
- Information**  
(News, Profil, Redaktionsfunktionen, Microblog)
- Nutzerakzeptanz**  
(Suche, Performance & Usability)
- Mobile**  
(Zugriff)

# 5. COLLABORATION SUITE - DIE ALTERNATIVEN

Neben den großen, komplexen „Enterprise Collaboration“-Plattformen haben sich in der Vergangenheit gerade für kleinere Organisationen sogenannte „Collaboration Suites“ angeboten. Lösungen in diesem Bereich bieten einen ähnlichen Funktionsumfang wie eine Enterprise Collaboration Plattform mit Screensharing, Videotelefonie, CRM etc. in pragmatischeren Ausprägungen und mit geringeren Integrationsmöglichkeiten – und zu deutlich geringeren Preisen.

Um bei der Entwicklungsgeschwindigkeit mit den „Enterprise Collaboration“-Plattformen mithalten zu können, gehen diese Lösungen jedoch einen anderen Weg. Es werden nicht alle Funktionen selbst entwickelt, sondern teilweise fremde Komponenten mit integriert (z. B. Jitsi im Falle von Just Social als Conferencing-Lösung) oder angebunden (z. B. Interact Intranet mit Microsoft 365 / Office 365). Weitere Hersteller wie Bitrix24 fokussieren sich mehr und mehr auf andere Anwendungsfälle (wie z. B. CRM oder Web-Shops). Bei einigen (z. B. Interact Intranet) stehen auch reine Newsportale im Zentrum.

Die Betrachtung der Schwerpunktbereiche zeigt, dass sich auch mit den Suites alle Anwendungsfälle gut abdecken lassen und in Summe ein nahezu vollständiger digitaler Arbeitsplatz angeboten werden kann.

EIN PARALLELER EINSATZ VON ENTERPRISE COLLABORATION PLATFORM UND COLLABORATION SUITE IST JEDOCH AUFGRUND DER GROSSEN FUNKTIONSÜBERSCHNEIDUNGEN NICHT RATSAM UND SOLLTE WOHL ÜBERLEGT SEIN.



# 5. COLLABORATION SUITE - DIE ALTERNATIVEN

Für größere Organisationen reicht die Abbildung der jeweiligen Anwendungsfälle jedoch häufig nicht aus. Die Collaboration Suite ist oft nicht für den Betrieb in multinationalen Konzernen mit mehreren tausend Mitarbeiter\*innen ausgelegt und verlangt aufwendige Anpassungen bei der Abbildung von komplexen Inhaltsstrukturen sowie der skalierbaren Infrastruktur (Prozesse: 30 Prozent, Kollaboration: 20 Prozent, Information: 18 Prozent, Nutzerakzeptanz: 17 Prozent und Mobile: 15 Prozent).

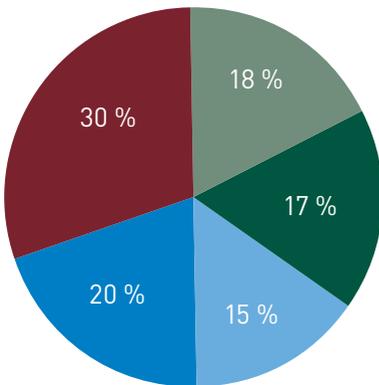


Abb. 9: *Schwerpunktbereiche einer Collaboration Suite*



## Lösungen:

Bitrix24, Xelos Pro, Just Social, Interact  
Intranet (neu)

# 6. DIGITAL HUB

Im Vergleich zum Vorjahr hat sich mittlerweile mit den Digital Hubs eine gänzlich neue Kategorie herauskristallisiert. Innerhalb von Organisationen sind die Nutzer\*innen in ihrem Arbeitsalltag mit einer Vielzahl an Applikationen konfrontiert. Die digitale Zukunft „ver-appt“ mehr und mehr. Das sehen wir schon anhand der Vielzahl an Apps auf unseren privaten Endgeräten (allein für die Funktion Messaging nutzen wir WhatsApp, WeChat, Facebook Messenger, Apple Messages etc.). Diese Komplexität zeigt sich nun auch im beruflichen Alltag. Mitarbeiter\*innen erhalten Nachrichten und Notifications über E-Mail, Kalender, Aufgaben-Tools und Ticketsysteme (Evernote, Planner, ToDo, JIRA, etc.), Chats (Microsoft Teams, Slack, Jabber etc.) oder Wikis und Dateimanagement-Systeme (Confluence, SharePoint, SharePoint Wikis, OneDrive etc.). Hier verlieren viele Mitarbeiter\*innen mittlerweile den Überblick.

Genau beim Thema „Überblick“ setzen jetzt die Digital Hubs an und bieten einen zentralen Zugriff auf unterschiedlichste Applikationen, „teasern“ neue Informationen an oder zen-

tralisieren die Benachrichtigungen an einem Ort – ganz wie in der Mitteilungszentrale auf dem privaten Smartphone, nur im beruflichen Kontext.

## SIE STELLEN FOLGLICH EINE GUTE ALTERNATIVE DAR, WENN BESTEHENDES MEHR STRUKTUR UND ORDNUNG ERHALTEN SOLL.

Neben separaten Lösungen, die getrennt lizenziert werden können, ist auch LumApps in dieser Kategorie erneut aufgeführt. LumApps kann als Broadcasting-Lösung zahlreiche Plattformen und deren Inhalt anzeigen.

Weiter erlauben Hubs recht charmant, eine konsistente Arbeitsumgebung je Nutzergruppe schnell auszurollen, und erleichtern damit die sogenannte Governance in komplexen Anwendungslandschaften (Nutzerakzeptanz: 50 Prozent, Mobile: 25 Prozent, Prozesse: zehn Prozent, Information: zehn Prozent und Kollaboration: fünf Prozent).

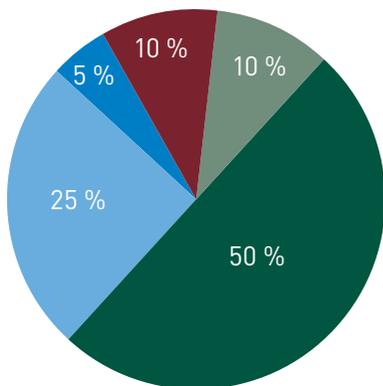


Abb. 10: Schwerpunktbereiche eines Digital Hub

### Lösungen:

Powell Hub, LumApps, Basaas, Shift, LiveTiles

### Kollaboration

(Gruppen, Dateien, Umfragen, Wiki, Chat)

### Prozesse

(Schnittstellen, Anwendungen, Workflows)

### Information

(News, Profil, Redaktionsfunktionen, Microblog)

### Nutzerakzeptanz

(Suche, Performance & Usability)

### Mobile

(Zugriff)

# 7. FAZIT

Der Wandel in den Organisationen hin zu einem ganzheitlichen digitalen Arbeitsplatz wurde durch die Corona-Krise noch einmal rasant beschleunigt. Viele Unternehmen haben im Hauruck-Verfahren – oft innerhalb weniger Tage – Lösungen wie Microsoft Teams, Slack oder Zoom eingeführt, um handlungsfähig zu bleiben und die Arbeit virtuell von zu Hause zu ermöglichen. Auffällig ist dabei, dass Microsoft mit Microsoft Teams mittlerweile den Markt dominiert (75 Millionen Nutzer\*innen im Vergleich zu Slack mit 12 Millionen).<sup>4</sup> Die Anforderungen an die Chat-Funktion haben sich weg von einem rein mobilen Chat hin zur ganzheitlichen Kollaborationslösung verschoben.

Die Marktdurchdringung der „Enterprise Collaboration“-Plattformen von Microsoft 365 / Office 365<sup>5</sup> hat sich deshalb noch einmal deutlich erhöht. Mittlerweile ist Microsoft 365 / Office 365 eine Art Standard, der grundsätzlich vorhanden ist und nicht mehr nur von der IT-Abteilung vorgegeben, sondern – wenn noch nicht verfügbar – von Mitarbeitenden erwartet wird. Alternative Szenarien sollten sich deshalb in diese Infrastruktur integrieren und deutliche Mehrwerte zum Standard von Microsoft 365 / Office 365 bieten.

Dies zeigt sich nicht nur im Bereich der Add-ons und Plug-ins sondern auch im Bereich der Social oder Mobile Intranets. Prozess-Plattformen oder Classic Intranets (eigentlich CMS für Websites) werden nur noch selten im „Digital Workplace“-Bereich eingesetzt, sondern beschränken sich auf ihre Kernkompetenzen. Collaboration Suites sind auch für kleine Unternehmen nicht zwingend das richtige Szenario und spezialisieren sich – je nach Her-

steller – auf andere Anwendungsfälle. Digital Hubs stellen eine gute Alternative dar, wenn Bestehendes mehr Struktur und Ordnung erhalten soll.

Der Evergreen-Ansatz und Cloud Services definieren den neuen Standard. Es ist deshalb umso wichtiger auf Individuallösungen bzw. das Bauen von „Sonderlocken“ zu verzichten, stattdessen auf Standard-Lösungen zu setzen und eingefahrene Arbeitsweisen ggf. anzupassen oder vollständig zu ersetzen. Die Wahl des richtigen „Digital Workplace“-Szenarios wird damit zu einem entscheidenden Erfolgsfaktor für Unternehmen – nicht nur aktuell, sondern auch in Zukunft.

Und damit der Digital Workplace auch wirklich zum Innovationstreiber und nachhaltig zum Katalysator für Wettbewerbsvorteile wird, ist eines unerlässlich: ihn kontinuierlich zu analysieren, Handlungsempfehlungen abzuleiten und den Digital Workplace technologisch und inhaltlich stets weiterzuentwickeln.

DENN NUR MIT EINER PLATTFORM, DIE DIE MITARBEITER\*-INNEN AKTIV NUTZEN, DIE ZUR UNTERNEHMENS-KULTUR PASST UND DIE HYBRIDE ARBEITSMODELLE UNTERSTÜTZT, MACHEN ORGANISATIONEN AUF IHREM WEG ZUR DIGITALEN FITNESS EINEN ENTSCHEIDENDEN SCHRITT NACH VORN.<sup>6</sup>

<sup>4</sup> Vgl. **Businessofapps.com (11.11.2020)**: <https://www.businessofapps.com/data/microsoft-teams-statistics/>

<sup>5</sup> Vgl. **FAZ.net (3.11.2020)**: <https://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/digitec/das-quasi-monopol-von-microsoft-office-bekommt-kratzer-17032905.html>

<sup>6</sup> Vgl. **Bigintsolutions.com**: <https://bigintsolutions.com/2020/02/20/gartner-magic-quadrant-for-analytics-and-bi-platforms-2020/>

# 8. ZUSAMMENFASSUNG KERNERGEBNISSE KANTAR-UMFRAGE IM AUFTRAG VON HIRSCHTEC:

DIGITALE KOMMUNIKATION  
UND ZUSAMMENARBEIT IN  
UNTERNEHMEN 2020



Die Arbeitswelt hat sich in den vergangenen Monaten aufgrund der Corona-Krise rasant verändert. Eine aktuelle, repräsentative Kantar-Umfrage im Auftrag von HIRSCHTEC unter 1.003 Berufstätigen in Deutschland zeigt:

Alter und Schulbildung entscheiden maßgeblich darüber, wie Berufstätige intern kommunizieren, wie überzeugt sie von der langfristigen Produktivitätssteigerung durch digitale Tools sind und was sie vom Arbeitgeber erwarten.

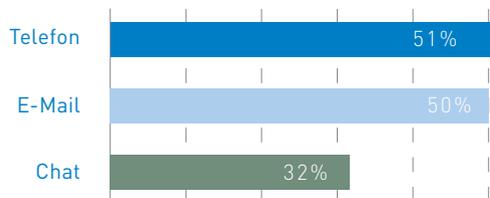
Die zentralen Ergebnisse der Umfrage und Handlungsempfehlungen für Unternehmen haben wir in einem kurzen Überblick für Sie zusammengestellt:

## CHATS STEHEN BEI UNTER 40-JÄHRIGEN BERUFSTÄTIGEN HOCH IM KURS: FAST DIE HÄLFTE NUTZT SIE

Das Telefon scheint als Kommunikationsinstrument im Arbeitsalltag zunehmend an Bedeutung zu verlieren. Gaben in einer Kantar-Umfrage 2017 noch 63 Prozent der Berufstätigen an, dass sie es sehr häufig bzw. häufig für den direkten Austausch mit Kolleg\*innen nutzen, sind es heute nur noch 51 Prozent - gefolgt von E-Mail (50 Prozent) und Chat (32 Prozent). Auffällig: Fast die Hälfte (44 Prozent) der Berufstätigen unter 40 Jahren nutzt inzwischen Chat-Dienste für den direkten internen Austausch. Damit greifen sie signifikant häufiger als Berufstätige der höheren Altersklassen, von denen nur rund ein Viertel sehr häufig bzw. häufig via Chat kommuniziert, auf dieses digitale Tool zurück.

### NUTZUNG FIRMENEIGENER KOMMUNIKATIONSMITTEL:

**ÜBERSICHT**  
**„SEHR HÄUFIG + HÄUFIG“**  
Nach dem Corona-Lockdown:  
Welche der folgenden firmeneigenen Kommunikationsinstrumente nutzen Sie momentan wie häufig für den direkten Austausch mit Ihren Kolleg\*innen?  
Befragungszeitraum:  
23.07. - 04.08.2020



# WER ABITUR BZW. EINEN UNIVERSITÄTSABSCHLUSS HAT, KOMMUNIZIERT ÖFTER DIGITAL

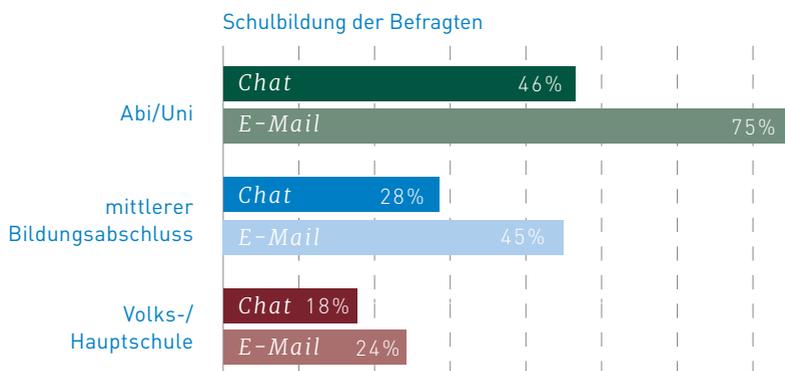
Befragte mit Abitur bzw. Universitätsabschluss nutzen fast zweieinhalbmal so oft Chat-Dienste (46 Prozent) wie die mit Volks- bzw. Hauptschulabschluss (18 Prozent). Die E-Mail wird von ihnen sogar dreimal (75 Prozent) so häufig verwendet wie von Volks-/Hauptschulabsolventen (24 Prozent).

## NUTZUNG FIRMENEIGENER KOMMUNIKATIONSMITTEL:

### ÜBERSICHT „SEHR HÄUFIG + HÄUFIG“

*Nach dem Corona-Lockdown: Welche der folgenden firmeneigenen Kommunikationsinstrumente nutzen Sie momentan wie häufig für den direkten Austausch mit Ihren Kolleg\*innen?*

*Befragungszeitraum: 23.07. – 04.08.2020*



# Eindeutiges „Ja“: Jüngere und besser gebildete Berufstätige sind überzeugt von langfristiger Produktivitätssteigerung durch digitale Tools

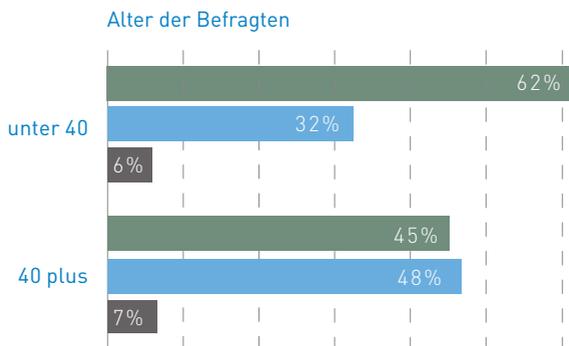
Fast zwei Drittel (62 Prozent) der unter 40-jährigen Berufstätigen bejahen, dass digitale Tools (z. B. Intranet, virtuelle Arbeitsräume, Dateiaustausch) sie auch langfristig produktiver arbeiten lassen. Bei den älteren ist es nicht einmal die Hälfte. Auch zeigt sich: Je höher das Bildungsniveau, desto eher sind die Befragten überzeugt vom nachhaltigen Nutzen (Abi/Uni-Abschluss: 62 Prozent, mittlerer Bildungsabschluss: 55 Prozent, Volks-/Hauptschulabschluss: 36 Prozent).

## LANGFRISTIGE PRODUKTIVITÄT DURCH DIGITALISIERUNG

„JA“, „NEIN“, „WEISS NICHT / KEINE ANGABE“

*Die Corona-Krise hat die interne Digitalisierung in vielen Unternehmen beschleunigt: Glauben Sie, dass die aktuell in Ihrem Unternehmen vorhandenen digitalen Werkzeuge wie zum Beispiel Intranet, virtuelle Arbeitsräume, Dateiaustausch usw. Sie langfristig produktiver arbeiten lassen? Befragungszeitraum: 23.07. - 04.08.2020*

■ ja ■ nein ■ weiß nicht/keine Angabe



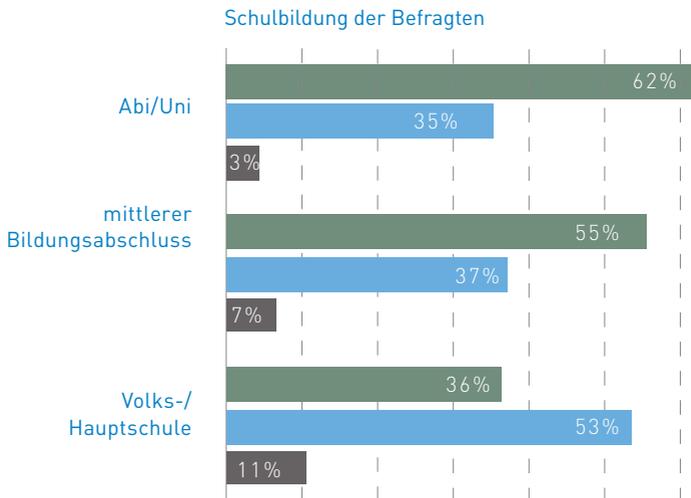
## LANGFRISTIGE PRODUKTIVITÄT DURCH DIGITALISIERUNG

„JA“, „NEIN“, „WEISS NICHT / KEINE ANGABE“

Die Corona-Krise hat die interne Digitalisierung in vielen Unternehmen beschleunigt: Glauben Sie, dass die aktuell in Ihrem Unternehmen vorhandenen digitalen Werkzeuge wie zum Beispiel Intranet, virtuelle Arbeitsräume, Dateiaustausch usw. Sie langfristig produktiver arbeiten lassen?

Befragungszeitraum: 23.07. - 04.08.2020

■ ja ■ nein ■ weiß nicht/keine Angabe



# BERUFSTÄTIGE WÜNSCHEN SICH AM STÄRKSTEN FLEXIBLE ARBEITSZEIT- UND ARBEITSORTMODELLE

Bei aller Digitalisierung haben Berufstätige aber auch Wünsche zur Prävention von digitalem Stress durch ihren Arbeitgeber. Mehr als die Hälfte von ihnen wünscht sich sehr stark bzw. stark flexible Arbeitszeit- und Arbeitsortmodelle, über ein Drittel offizielle Regelungen zur digitalen Erreichbarkeit und fast ein Drittel klare Vorgaben dazu, welches digitale Tool für welchen Anwendungsfall genutzt werden soll. Auch hier sind es die besser Gebildeten, die sich all dies signifikant häufiger wünschen als der Durchschnitt.



## PRÄVENTION VON DIGITALEM STRESS AM ARBEITSPLATZ

### ÜBERSICHT „SEHR STARK + STARK“

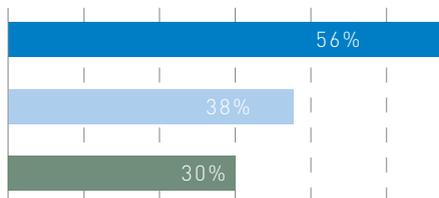
Stichwort „Digitaler Stress am Arbeitsplatz“: Wie stark wünschen Sie sich die folgenden Maßnahmen und Vorgaben von Ihrem Arbeitgeber zur Prävention?

Befragungszeitraum: 23.07. – 04.08.2020

Flexible Arbeitszeit- und Arbeitsortmodelle, die sich an den Bedürfnissen der Mitarbeitenden ausrichten

Offizielle Regelungen zur digitalen Erreichbarkeit

Klare Vorgaben dazu, welches Tool für welchen Anwendungsfall genutzt werden soll



# MEHR DIGITALE KOMMUNIKATION UND ZUSAMMENARBEIT = MEHR LANGFRISTIGE PRODUKTIVITÄT? NICHT AUF KNOPFDROCK

## DIE ERGEBNISSE ZEIGEN: ALTER UND BILDUNGSNIVEAU PRÄGEN MASSGEBLICH, WIE BERUFS- TÄTIGE DIE DIGITALE ARBEITS- WELT WAHRNEHMEN UND SICH IN IHR BEWEGEN.

Für Arbeitgeber und Führungskräfte heißt das: Die Rechnung „Mehr digitale Kommunikation und Zusammenarbeit = mehr langfristige Produktivität“ geht so einfach nicht auf. Sie sollten daher...

- ▶ die Kommunikations- und Trainingsmaßnahmen auf die Berufs- und Altersprofile im Unternehmen abstimmen. Vereinfacht gesagt: Die jüngeren Kolleg\*innen muss man vielleicht gar nicht so sehr überzeugen, die älteren aber schon und auch noch länger in der Nutzung coachen. Ebenso wird man die „Blue Collar Worker“ mit in der Regel mittlerem Bildungs-Abschluss anders abholen müssen als die höher gebildeten „Information Worker“.
- ▶ verbindliche Regelungen für das digitale Arbeiten schaffen und flexible Arbeitsmodelle ermöglichen, damit sich Mitarbeitende nicht digitalem Stress ausgesetzt fühlen. Dazu gehört auch, die Führungskräfte zu einem digitalen Führungsstil hin zu entwickeln. Denn flexible Arbeitsmodelle bedeuten auch, sich als Organisation von einer eher Kontroll-Kultur hin zu einer Vertrauenskultur zu entwickeln.
- ▶ genau analysieren, welche Kern-Tools unternehmensweit eingesetzt werden sollten und dementsprechend klare Anwendungsfälle definieren. Mitarbeitende dürfen nicht verwirrt werden, welche Werkzeuge jetzt für Chat, Dateiaustausch oder digitale Unterschriften zu nutzen sind. Ohne eine klar abgestimmte „Tool-Matrix“ entstehen mitunter ganz heterogene digitale Ablagen und Arbeitsumgebungen, die kaum mehr zu durchschauen oder gar zu steuern sind.
- ▶ für einzelne Unternehmensbereiche gewisse zusätzliche, digitale Arbeitsinstrumente festlegen – was z. B. für den Mitarbeitenden im Accounting-Team sinnvoll ist, ist es noch längst nicht für den im Außendienst.

# ÜBER DIE STUDIE



Im Zeitraum vom 23. Juli bis 4. August 2020 führte das Marktforschungsinstitut Kantar im Auftrag von HIRSCHTEC, Full-Service-Agentur für digitale Arbeitsplätze, eine bevölkerungsrepräsentative, telefonische Befragung unter 1.003 Berufstätigen in Deutschland zum Thema „Digitale Kommunikation und Zusammenarbeit in Unternehmen 2020“ durch. Anhand einer sechsstufigen Skala („sehr häufig“, „häufig“, „eher häufig“, „eher selten“, „selten“ „nie“) sollten die Befragten Angaben zur Nutzung firmeninterner Kommunikationsinstrumente tätigen. Zudem galt es für sie – ebenfalls anhand einer sechsstufigen Skala („sehr stark“, „stark“, „eher stark“, „eher wenig“, „wenig“, „gar nicht“) – anzugeben, welche Maßnahmen und Vorgaben sie sich am stärksten von ihrem Arbeitgeber zur Prävention von digitalem Stress wünschen. Die Antwortmöglichkeiten lauteten hier: Flexible Arbeitszeit- und Arbeitsortmodelle, die sich an den Bedürfnissen der Mitarbeitenden aus-

richten, offizielle Regelungen zur digitalen Erreichbarkeit und klare Vorgaben dazu, welches digitale Tool für welchen Anwendungsfall genutzt werden soll. Weiter sollten die Teilnehmer\*innen die Frage „Glauben Sie, dass die aktuell in Ihrem Unternehmen vorhandenen digitalen Werkzeuge wie z. B. Intranet, virtuelle Arbeitsräume, Dateiaustausch usw. Sie langfristig produktiver arbeiten lassen?“ mit ja oder nein beantworten.

Die Studie steht auf <https://hirschtec.eu/studie-digitale-kommunikation-und-zusammenarbeit/> als PDF zum kostenlosen Download bereit.

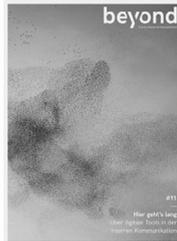
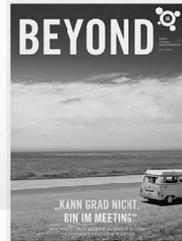
## LINKTIPP:

► **Studie „Digitale Kommunikation und Zusammenarbeit in Unternehmen 2020“**



# beyond

Fokus interne Kommunikation



Beyond: Seit 2013 **das** Leitmedium für interne Kommunikation rund um die Themen Führungskommunikation, Veränderungskommunikation, Unternehmenskultur. Alle Ausgaben können Sie hier bestellen: [www.interne-kommunikation.net/beyond](http://www.interne-kommunikation.net/beyond)

— Man muss  
einfach  
alle haben

**[SCM]**

School for  
Communication and  
Management

