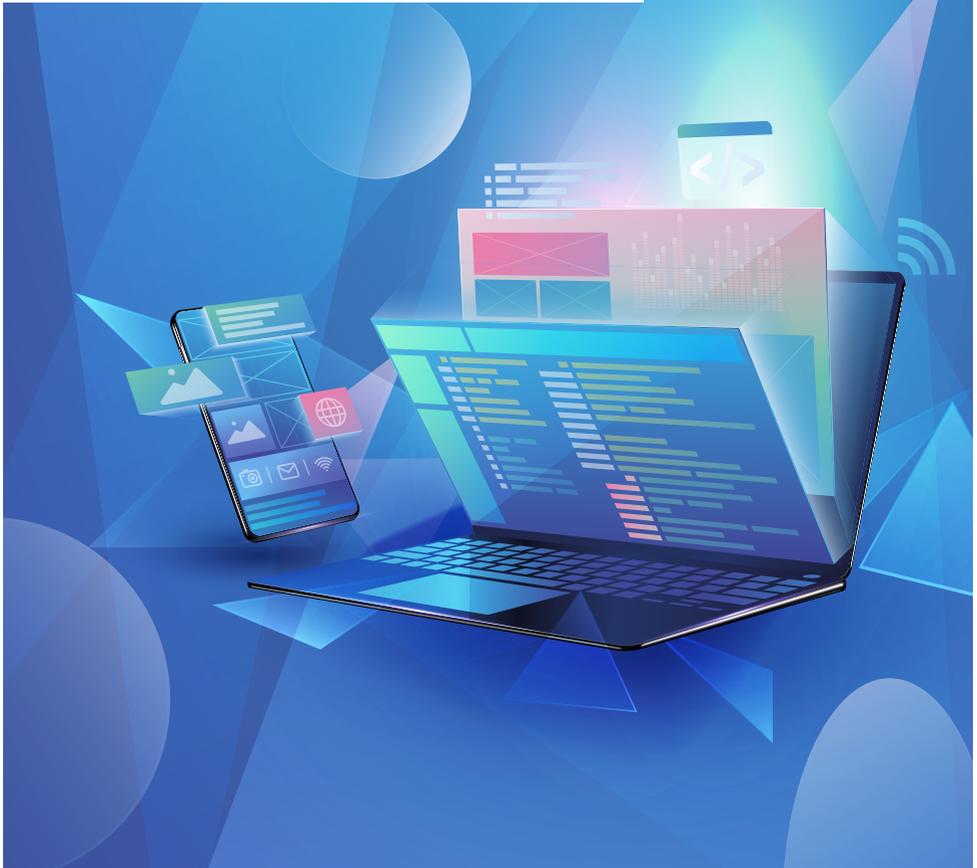


MARKTÜBERSICHT

DIGITALER ARBEITSPLATZ 2020



School for
Communication and
Management



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
www.scmonline.de*

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 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter 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 2019 zu den 50 größten Digitalagenturen in Deutschland und belegt Platz 3 unter den am schnellsten wachsenden.

*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
www.hirschtec.eu*

INHALTSVERZEICHNIS

1.	Einleitung	4
2.	Enterprise Collaboration Plattform – die Basis	6
3.	Information Plattform – die Ergänzungen zur Enterprise Collaboration Plattform	8
3.1	Classic Intranet	9
3.2	Add-on	10
3.3	Social Intranet	11
3.4	Mobile Intranet	12
4.	Process Plattform – die Speziallösungen für Prozesse und Workflows	13
5.	Collaboration Suite – die Alternativen	14
6.	Fazit	15
7.	Zusammenfassung Kernergebnisse YouGov-Umfrage im Auftrag von HIRSCHTEC: „Der digitale Arbeitsplatz ganzheitlich gedacht: Mythos oder Realität?“	16
8.	Kurzinterview mit Kay Mantzel, Experience Lead, Microsoft Deutschland, zum Thema „Digital Workplace“	22

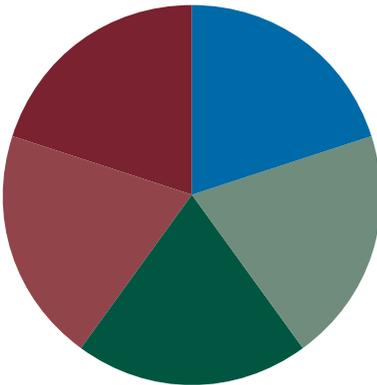


1. EINLEITUNG

Kann das Thema Intranet heute noch isoliert betrachtet werden oder muss es vielmehr in den Kontext des digitalen Arbeitsplatzes [Digital Workplace] gerückt werden? In den vergangenen vier Jahren hat HIRSCHTEC jährlich die Studie „Marktübersicht – Intranet und Trends“ veröffentlicht und im Zuge dessen unterschiedlichste Lösungen im Bereich Intranet mit ihren spezifischen Stärken und Schwächen vorgestellt. Dabei wurden für die verschiedenen Plattformen stets die aus unserer Projekterfahrung entscheidenden Schwerpunktbereiche eines Digital Workplace anhand zahlreicher Anwendungsfälle betrachtet, bewertet und verglichen:

- ▶ **Information:** z. B. sich zum Unternehmen informieren (Top-down und Bottom-up) sowie Experten suchen
- ▶ **Mobile:** z. B. sich ohne PC-Zugang informieren (Zugriff via Smartphone), sich schnell mit Kollegen austauschen (Chat)
- ▶ **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

Abb. 1: Schwerpunktbereiche des digitalen Arbeitsplatzes



- Kollaboration**
(Gruppen, Dateien, Wiki)
- Information**
(News, Profil, Redaktionsfunktionen)
- Mobile**
(Zugriffe, Chat)
- Prozesse**
(Schnittstellen, Anwendungen, Workflow)
- Nutzerakzeptanz**
(Suche, Performance, Usability)

Der Intranet-Markt ist dabei stetig gewachsen und die bestehenden Lösungen haben an Reife gewonnen. Doch mittlerweile findet ein großer Umbruch in Organisationen statt. Die Konsequenz: Das Thema Intranet kann nicht länger losgelöst von anderen digitalen Tools und Prozessen betrachtet und bewertet werden. Organisationen gehen mittlerweile verstärkt dazu über, ganzheitliche Digital Workplaces einzuführen, deren Basis in der Regel eine Enterprise Collaboration Platform darstellt (z. B. Microsoft Office 365 oder die G Suite von Google). Diese wird häufig von den IT-Verantwortlichen aufgrund langfristiger, architektonischer Entscheidungen und der grundsätzlichen Ausrichtung der IT-Abteilung vorgegeben.

Aber lassen sich wirklich alle Anforderungen mit dieser „einen“ Plattform abbilden? Gibt es grundsätzliche Alternativen zur Enterprise Collaboration Platform? Oder können bzw. sollten weitere, ergänzende Technologien eingesetzt werden? Wenn ja, welche? Das Ergebnis wird häufig ein Zusammenspiel mehrerer Applikationen sein. Genau diese Szenarien gilt es zu identifizieren und einander gegenüberzustellen. Damit letzten Endes gute Entscheidungen getroffen werden können, ist es darüber hinaus essenziell, wie gut sich ein bestimmtes „Digital Workplace“-Szenario ohne individuelle Anpassungen umsetzen lässt.

Wir haben deshalb ganz bewusst darauf verzichtet, die einzelnen Lösungen aus funktionaler Sicht miteinander zu vergleichen. Stattdessen möchten wir anhand der Schwerpunkte und einer Cluster-Bildung eine erste Indikation liefern, welche Szenarien Sinn machen könnten. Dazu haben wir die Funktionen der verschiedenen Produkte analysiert, Cluster für die Plattformen gebildet und dann herausgearbeitet, wie diese Cluster die oben beschriebenen Schwerpunktbereiche (Kollaboration, Mobile, Information, Prozesse, Nutzerakzeptanz) funktional abdecken.

DIE FOLGENDEN CLUSTER WURDEN ERSTELLT:

- ▶ **Enterprise Collaboration Platform:** Infrastruktursysteme für Zusammenarbeit und die Basis des digitalen Arbeitsplatzes
- ▶ **Information Platform:** Add-on-Lösungen zu den „Enterprise Collaboration“-Plattformen, Classic Intranet, Social Intranet und Mobile Intranet, die eine Enterprise Collaboration Platform sinnvoll ergänzen
- ▶ **Process Platform:** Systeme, spezialisiert auf Prozesse und Workflows
- ▶ **Collaboration Suite:** Alternativsysteme, die alle funktionalen Anforderungen in sich vereinen können

LINKTIPPS:

- ▶ **XING-Insider-Beitrag Lutz Hirsch:** Das Motto beim digitalen Arbeitsplatz? Einfach statt komplex!



- ▶ **HIRSCHTEC-Seite zu Software-Lösungen:**



2. ENTERPRISE COLLABORATION PLATFORM - DIE BASIS

Die führende Technologie im Bereich des digitalen Arbeitsplatzes ist aktuell nahezu alternativlos Office 365 von Microsoft¹. Dies spiegelt sich nicht nur in der rasant wachsenden Anzahl der Unternehmen wider, die auf Office 365 als strategische Plattform setzen, sondern auch mit Blick auf vergleichbare Lösungen der Konkurrenz.

So hat sich IBM aus dem Feld der Kommunikation und Kollaboration weitestgehend zurückgezogen (IBM Websphere, IBM Connections und Lotus Notes sind verkauft worden an HCL Technologies²). Jive, das vor rund zehn Jahren aufstrebende und mit einer Milliardenbewertung an die Börse gebrachte Social Intranet, ist an ESW Capital³ verkauft worden und Lösungen wie Slack werden durch Microsoft in Form von Microsoft Teams einfach nachgebaut und verbessert, so dass ihnen letzten Endes nur die Flucht in Partnerschaften wie z. B. mit Atlassian⁴ bleibt.

Vergleichbare Lösungen stellen daher aktuell im Grunde genommen nur noch Confluence von Atlassian und die G Suite von Google dar: Dabei ist Confluence jedoch per se ein Wiki und deshalb häufig nicht gänzlich in der Organisation verbreitet. Zudem fehlen wichtige Funktionen wie E-Mail und Kalender, um den digitalen Arbeitsplatz ganzheitlich abzubilden. Darüber hinaus zeigen sich aufgrund einer Vielzahl an Plug-ins, die für einen umfassenden Einsatz erforderlich sind, Schwierigkeiten bei der Update-Fähigkeit. Hingegen bietet Google mit der G Suite zwar einen ganzheitlichen Ansatz, die Marktdurchdringung ist jedoch keineswegs vergleichbar mit Office 365. Dies zeigt sich unter anderem auch daran, dass

der größte Add-on-Hersteller LumApps mittlerweile ebenfalls Integrationsszenarien zu Office 365 entwickelt. Des Weiteren hat Google sein soziales Netzwerk Google+ für Privatkunden bereits eingestellt⁵.

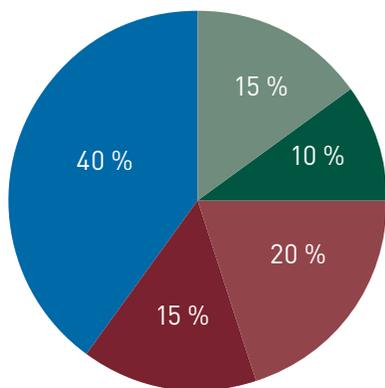
Lediglich für kleinere Organisationen mit bis zu 250 Mitarbeitenden sind Lösungen aus dem Bereich der Collaboration Suite denkbar. Doch auch hier sollten die Anforderungen genau beleuchtet und mit dem Benchmark Office 365 verglichen werden.

Für die meisten Organisationen stellt sich deshalb mittlerweile nicht mehr die Frage, ob es Alternativen zu Office 365 gibt, sondern ob Lücken geschlossen werden müssen. Eine Szenarienbewertung sollte daher die Mehrwerte und Integrationsfähigkeit der ergänzenden Technologien aufzeigen. Und bei all diesen Überlegungen darf vor allem eines nicht vergessen werden – der Nutzer. Er sollte bei allen „Digital Workplace“-Entscheidungen im Mittelpunkt stehen und ist aktuell mit den zahlreichen Möglichkeiten und der Applikations-Vielfalt von Office 365 oft noch überfordert bzw. fühlt sich weitestgehend allein gelassen.

Das Augenmerk liegt bei allen „Enterprise Collaboration“-Lösungen auf der Kollaboration. Unsere Analysen zeigen, dass Anwendungsfälle für die digitale Zusammenarbeit rund 40 Prozent des Funktionsumfangs dieser Plattformen ausmachen. Der Rest verteilt sich auf die Bereiche Information (15 Prozent), Mobile (10 Prozent), Prozesse (20 Prozent) und Nutzerakzeptanz (15 Prozent). Digitale Zusammenarbeit ist jedoch häufig nicht für alle Nutzerinnen und Nutzer in der Organisation relevant (z. B. für Mitarbeitende in der Produktion).

Deshalb werden oft ergänzende Technologien eingesetzt, um die anderen Bereiche für diese Zielgruppen besser abzudecken.

Lösungen:
Office 365, G Suite, Confluence



- Kollaboration**
(Gruppen, Dateien, Wiki)
- Information**
(News, Profil, Redaktionsfunktionen)
- Mobile**
(Zugriffe, Chat)
- Prozesse**
(Schnittstellen, Anwendungen, Workflow)
- Nutzerakzeptanz**
(Suche, Performance, Usability)

Abb. 2: Schwerpunktbereiche des digitalen Arbeitsplatzes

¹ Vgl. **Datanyze.com**: <https://www.datanyze.com/market-share/office-suites/Germany/office-365-market-share>
² Vgl. **Heise Online (7.12.2018)**: <https://www.heise.de/newsticker/meldung/IBM-verkauft-Notes-Domino-Same-time-Connections-Portal-und-weitere-Produkte-4245314.html>
³ Vgl. **Jivesoftware.com (12.6.2017)**: <https://www.jivesoftware.com/news-room/press-releases/aurea-completes-acquisition-of-jive-software/#>
⁴ Vgl. **Atlassian.com**: <https://www.atlassian.com/partnerships/slack>
⁵ Vgl. **Google.com**: <https://support.google.com/plus/answer/9195133>

3. INFORMATION PLATFORM

Technologien, die die Enterprise Collaboration Platform etwa für Unternehmensnachrichten und die Top-down-Kommunikation ergänzen, lassen sich wie folgt unterscheiden:

CLASSIC INTRANET:

Historisch gewachsene Content-Management-Systeme (CMS) zur Darstellung zentral eingestellter, statischer Inhalte (Top-down).

ADD-ON:

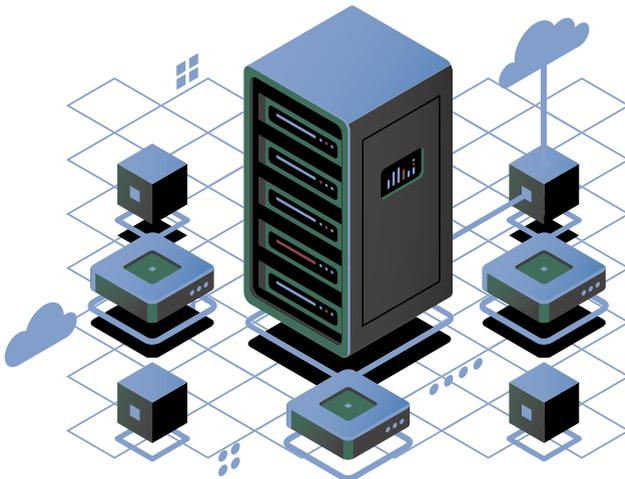
Software-Lösungen, die die Enterprise Collaboration Platform ergänzen, um die Anforderungen an ein Intranet bestmöglich im Standard abbilden zu können.

SOCIAL INTRANET:

Systeme, spezialisiert auf die „einfache“ Erstellung von statischen Inhalten (Top-down), Kommunikation (Top-down und Bottom-up) sowie Interaktion und Vernetzung.

MOBILE INTRANET:

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



3.1 CLASSIC INTRANET

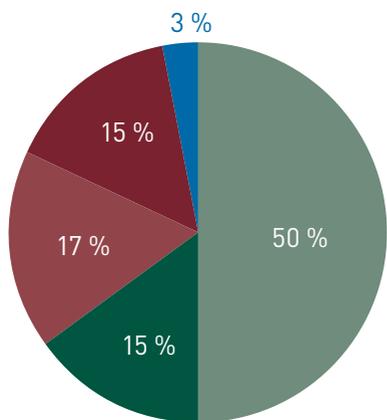
Classic-Intranet-Lösungen sind häufig historisch gewachsen. Zu Beginn der 2000er Jahre besaßen viele Organisationen zunächst eine Website und benötigten anschließend eine interne Plattform für die Mitarbeitenden, um einige wichtige Dokumente, den Speiseplan und ggf. aktuelle Nachrichten zu verteilen. Entschieden wurde sich dabei - aufgrund der vergleichbaren Anforderungen - meistens für die gleiche Technologie, auf der auch die bereits bestehende Website-Lösung basierte. Der Grund hierfür: Synergien heben und es den Redakteuren so leicht wie möglich machen.

Inzwischen sind die Anforderungen an eine Website und die an ein Intranet jedoch sehr unterschiedliche. Intranet-Lösungen sollen interaktiv, personalisiert und nutzerzentriert sein.

Diese Anforderungen lassen sich nur noch 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 3 Prozent).

Deshalb beschränken sich diese Plattformen häufig lediglich auf die Bereitstellung von Informationen und die bestmögliche Unterstützung der redaktionellen Abläufe und Strukturen. Ein digitaler Arbeitsplatz wird mit einem Classic Intranet so kaum abbildbar sein.

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



- Kollaboration**
(Gruppen, Dateien, Wiki)
- Information**
(News, Profil, Redaktionsfunktionen)
- Mobile**
(Zugriffe, Chat)
- Prozesse**
(Schnittstellen, Anwendungen, Workflow)
- Nutzerakzeptanz**
(Suche, Performance, Usability)

Abb. 3: *Schwerpunktbereiche eines Classic Intranets*

3.2 ADD-ON

Der „Add-on“-Markt ist schon heute ein sehr großer, sodass Organisationen, wenn sie ein Add-on einführen möchten, viele Auswahlmöglichkeiten haben. Weltweit gibt es allein im SharePoint On-Premises- und Share-Point Online-Umfeld über 60 unterschiedliche Hersteller. Viele bieten kleinere Mehrwerte, einige ausgewählte helfen dabei, einen vollumfänglichen digitalen Arbeitsplatz abzubilden.

Entstanden sind die jeweiligen Lösungen durch Kundenanforderungen, die sich wiederholt haben oder sehr ähnlich gewesen sind. Auf SharePoint spezialisierte Agenturen haben daher zunächst Individuallösungen entwickelt und anschließend festgestellt, dass sich daraus auch ein Standard-Produkt kreieren lässt, so dass die Lösungen allen zukünftigen Kunden viel schneller, umfangreicher und günstiger angeboten werden können – die Geburt des Add-ons.

Heute müssen sich die „Add-on“-Hersteller jedoch mehr und mehr den Herausforderungen, die die Standardfunktionen der Enterprise Collaboration Plattform – und hier vor allem Microsoft Office 365 – mit sich bringen, stellen.

Microsoft bietet teilweise Verbesserungen (z. B. mit SharePoint Modern), die einige Funktionen der Add-ons obsolet machen (z. B. moderne Oberflächenelemente, vorgefertigte Web Parts oder Menülösungen). Momentan stellt sich deshalb die Frage, wie schnell „Add-on“-Hersteller die neue „Sharepoint Modern“-Technologie in ihr Produkt übernehmen und welche zusätzlichen Mehrwerte sie out-of-the-box anbieten können (z. B.

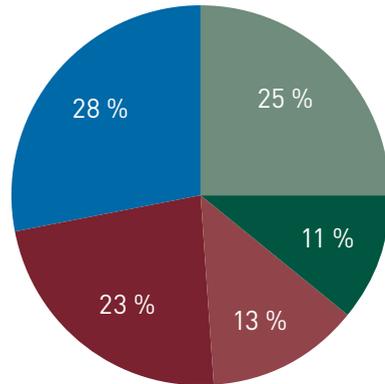


Abb. 4: *Schwerpunktbereiche eines Add-ons*

durchgehende Navigation, Mehrsprachigkeit, nahtlose Integration von MS Teams und Yammer etc.).

Grundsätzlich ermöglichen Add-ons jedoch deutlich ausgewogenere Plattformen und kürzere Projektlaufzeiten. Dies verdeutlicht auch unsere Analyse der Funktionsbereiche (siehe Abb. 4). Hier zeigen die Add-Ons eine sehr ausgeglichene Verteilung ihrer Funktionen, sodass sehr viele Anwendungsfälle aus allen Schwerpunkten abgedeckt werden.

Add-ons für Office 365: Beezy, Interact Intranet, Matchpoint, Omnia, Powell, Sharespaces, Valo, Wizdom

Add-ons für Confluence: Linchpin

Add-ons für G Suite: LumApps, Happeo

3.3 SOCIAL INTRANET

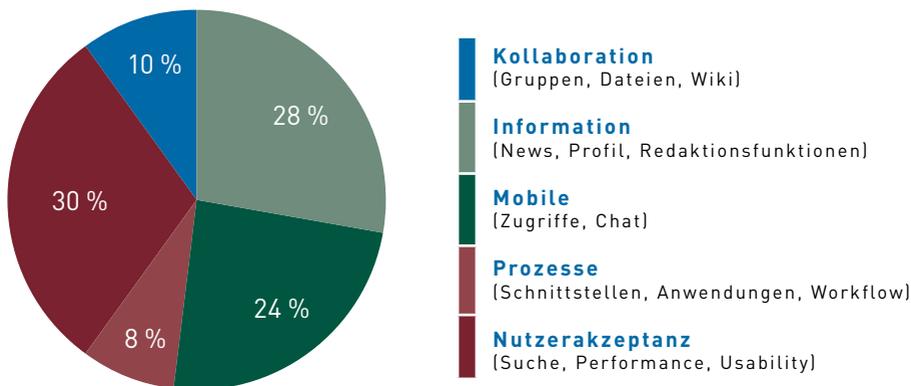


Abb. 5: Schwerpunktbereiche eines Social Intranets

Social Intranets haben ihre Stärke vor allem in der Nutzerakzeptanz. Diese Lösungen machen es sowohl den Redakteuren als auch den lesenden Nutzerinnen und Nutzern sehr einfach, da sie sich stark an den gängigen Standards der im Internet bekannten Portale orientieren. Ihre Schwäche ist der geringere Funktionsumfang im Bereich der Prozesse und Kollaborationsmöglichkeiten, wenn es um die gemeinsame, parallele Bearbeitung von Dateien oder Wiki-Artikeln geht.

Genau dies kann aber auch wiederum eine Stärke bei der ganzheitlichen Betrachtung des digitalen Arbeitsplatzes sein, da es wenig bis

keine Überschneidungen mit einer Enterprise Collaboration Plattform gibt. Eine vertiefte, strukturierte Zusammenarbeit ist nur mit 10 Prozent vertreten. Die interaktive Informationsverbreitung, mobile Szenarien und ein deutlicher Fokus auf Nutzerakzeptanz machen mit ca. 82 Prozent den Schwerpunkt eines Social Intranets aus.

Lösungen:
COYO, Staffbase

3.4 MOBILE INTRANET

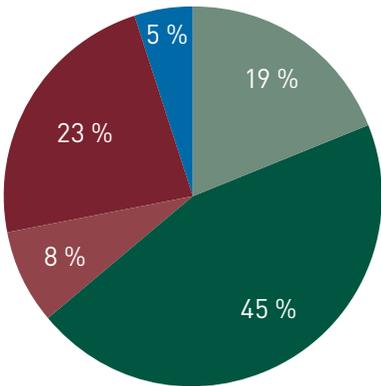
Mobile Intranets (auch Mitarbeiter-App genannt) lassen sich mit Abstand am schlankestem umsetzen. Sie dienen in der Regel dazu, alle Mitarbeiter über die privaten mobilen Endgeräte zielgerichtet mit Informationen zu versorgen. Ihr Anspruch ist es daher nicht, ein bestehendes Intranet abzulösen oder gar einen digitalen Arbeitsplatz darzustellen.

Ganz im Gegenteil: Sie sind als mobile Ergänzung des Bestehenden zu verstehen und können dabei helfen, Lizenzkosten für eine aufwendige Enterprise Collaboration Plattform für Mitarbeitende ohne festen PC-Arbeitsplatz

(vor allem Blue Collar Worker) zu sparen. Doch auch hier ist Microsoft mit Kaizala und der vergünstigten F1 Lizenz auf dem Vormarsch und sollte zumindest als Vergleich hinzugezogen werden.

Dies zeigt auch die Betrachtung der Schwerpunkte. Die mobile Informationsverteilung mit einer hohen Nutzerakzeptanz macht eine gute Mitarbeiter-App aus.

Lösungen:
Beekeeper, Flip, Quiply, Sitrion One, Speakap



- Kollaboration**
(Gruppen, Dateien, Wiki)
- Information**
(News, Profil, Redaktionsfunktionen)
- Mobile**
(Zugriffe, Chat)
- Prozesse**
(Schnittstellen, Anwendungen, Workflow)
- Nutzerakzeptanz**
(Suche, Performance, Usability)

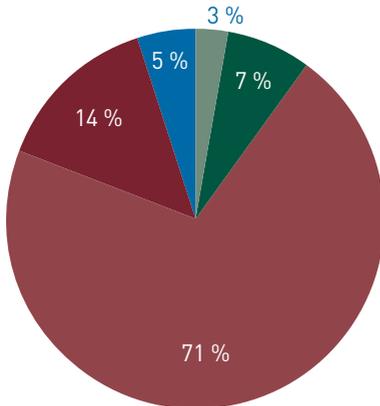
Abb. 6: *Schwerpunktbereiche eines Mobile Intranets*

4. PROCESS PLATFORM

Zwar lassen sich einfachere Prozesse weitestgehend mit der jeweiligen Enterprise Collaboration Platform abbilden. Für die Umsetzung komplexerer Prozesse braucht es jedoch Fachanwendungen und Speziallösungen. Im Rahmen des digitalen Arbeitsplatzes geht es dann darum, wie genau diese Prozesse für den Nutzer 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, Wizard Power Panel oder COYO Launchpad) an.

Es lässt sich folglich festhalten: Eine Process Platform kann 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.

Lösungen:
SAP, Oracle, Salesforce



- Kollaboration**
(Gruppen, Dateien, Wiki)
- Information**
(News, Profil, Redaktionsfunktionen)
- Mobile**
(Zugriffe, Chat)
- Prozesse**
(Schnittstellen, Anwendungen, Workflow)
- Nutzerakzeptanz**
(Suche, Performance, Usability)

Abb. 7: Schwerpunktbereiche einer Process Platform

5. COLLABORATION SUITE - DIE ALTERNATIVEN

Was bietet sich nun aber für kleinere Organisationen an? Diese sollten sich einmal näher mit einer Collaboration Suite beschäftigen. Lösungen in diesem Bereich bieten einen ähnlichen Funktionsumfang wie eine Enterprise Collaboration Platform mit Screensharing, Videotelefonie, CRM, etc. in pragmatischeren Ausprägungen – und zu deutlich geringeren Preisen. Die Betrachtung der Schwerpunktbereiche zeigt, dass alle Anwendungsfälle gut abgedeckt werden können und in Summe ein nahezu vollständiger digitaler Arbeitsplatz angeboten werden kann.

Ein paralleler Einsatz von Enterprise Collaboration Platform und Collaboration Suite ist daher nicht ratsam, da es große Funktionsüberschneidungen gibt.

Für größere Organisationen mit mehr als 250 Mitarbeitenden reicht die Abbildung der jeweiligen Anwendungsfälle allerdings häufig nicht aus. Die Collaboration Suite ist oft nicht für den Betrieb in multinationalen Konzernen mit mehreren tausend Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ausgelegt und verlangt aufwendige Anpassungen bei der Abbildung von komplexen Inhaltsstrukturen.

Lösungen:

Bitrix24, Xelos Pro, JUST Social

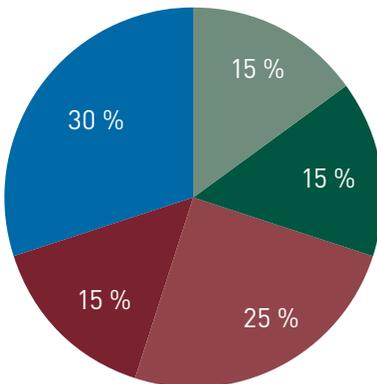


Abb. 8: Schwerpunktbereiche einer Collaboration Suite

Kollaboration

(Gruppen, Dateien, Wiki)

Information

(News, Profil, Redaktionsfunktionen)

Mobile

(Zugriffe, Chat)

Prozesse

(Schnittstellen, Anwendungen, Workflow)

Nutzerakzeptanz

(Suche, Performance, Usability)

6. FAZIT

Kommen wir auf die Ausgangsfrage zurück, ob Organisationen ihre „Digital Workplace“-Anforderungen mit „einer“ Plattform abbilden können oder ob sie neben der bestehenden Enterprise Collaboration Plattform weitere Ergänzungen benötigen, so steht fest: Eine Enterprise Collaboration Plattform reicht in der Regel nicht alleine aus, sondern sollte durch ein Add-on oder ein Social Intranet ergänzt werden. Liegt der Fokus allein auf Kollaboration und der mobilen Informationsverteilung genügt hier auch ein Mobile Intranet als Zusatz. Eine Enterprise Collaboration Suite ist gerade für kleine und mittelständische Unternehmen mit nicht allzu großer Komplexität der Unternehmensorganisation geeignet.

Zudem darf eines nicht vergessen werden: Ein modernes Intranet ist zwar ein zentrales Element des zukünftigen, digitalen Arbeitsplatzes und kann als Eintrittstor in eben diesen dienen, Kommunikations- und Personal-Abteilungen dürfen sich aber nicht dem Thema Enterprise Collaboration Plattform – und hier vor allem Office 365 – verschließen. Sie müssen vielmehr Treiber des damit einhergehenden Wandels sein, die Tool-Landschaft mit definieren und einzelne Instrumente in ihren Anwendungsfällen klar voneinander abgrenzen – und vor allem: Sie müssen Leitplanken vermitteln und Orientierung stiften, damit die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter die neuen digitalen Tools für die interne Kommunikation und Zusammenarbeit nicht nur kennen, sondern auch verwenden können und wollen.

Wenn es darum geht, den digitalen Arbeitsplatz erfolgreich einzuführen, so wird das Zusammenspiel von Kommunikations-, HR- und IT-Abteilungen folglich zum entscheidenden Erfolgsfaktor. Organisationen, die den Digital Workplace weiterhin nur durch die „IT-Brille“ sehen und die hohe Relevanz der kommunikativen Begleitung und des Change Managements bei der Einführung und der weiteren täglichen Nutzung vernachlässigen, werden langfristig Einbußen an Arbeitgeberattraktivität, Innovationsfähigkeit und Wettbewerbsvorteilen erleiden. Damit genau das nicht geschieht und der digitale Arbeitsplatz nicht zur technologischen Investitionsruine verkommt, gilt es Schwellen auf dem Weg zum Digital Workplace abzubauen, die Akzeptanz für neue Instrumente und Arbeitsweisen zu steigern und so letzten Endes dafür Sorge zu tragen, dass der digitale Arbeitsplatz auch wirklich produktiv genutzt wird.

LINKTIPPS:

▶ Video

Office 365: Chancen und Herausforderungen für den digitalen Arbeitsplatz



▶ Video

Den digitalen Arbeitsplatz und Office 365 erfolgreich kommunikativ einführen



▶ Video

Office 365 Tools: Key-Tools erklären, Funktionen vorstellen & Use Cases erläutern



▶ XING-Insider-Beitrag Lutz Hirsch

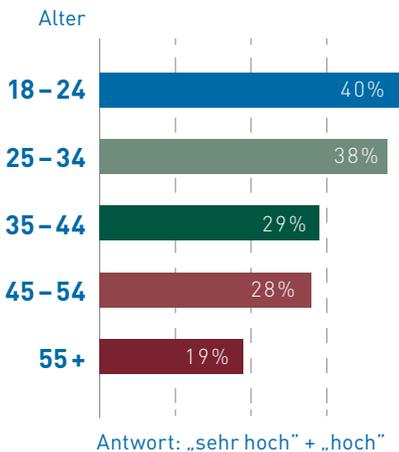
Interne Digitalisierung mit Office 365: Unternehmen brauchen völlig neue Denkmuster



7. DER DIGITALE ARBEITS- PLATZ GANZHEITLICH GEDACHT: MYTHOS ODER REALITÄT?

ZUSAMMENFASSUNG DER KERN-
ERGEBNISSE EINER YOUNGOV-UMFRAGE
IM AUFTRAG DER HIRSCHTEC





MODERNISIERUNGSBEDARF DES DIGITALEN ARBEITSPLATZES: ÜBERSICHT „SEHRHOCH“ + „HOCH“

Unabhängig davon, wie modern Sie Ihren digitalen Arbeitsplatz aktuell empfinden ... Wie hoch schätzen Sie den Modernisierungsbedarf für Ihren digitalen Arbeitsplatz ein?

*Befragungszeitraum:
10.05.-17.05.2019*

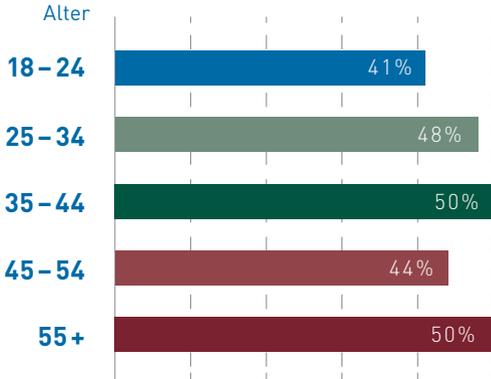
Der ganzheitlich gedachte Digital Workplace ist zwar mittlerweile in den Unternehmen der DACH-Region angekommen, gänzlich etabliert ist er aber längst noch nicht. Zu diesem Ergebnis kommt eine aktuelle YouGov-Umfrage im Auftrag von HIRSCHTEC unter 1.000 Berufstätigen, die hauptsächlich im Büro arbeiten, in Deutschland, 251 in der Schweiz und 250 in Österreich.

Auffallend dabei: Es sind vor allem die jungen Berufstätigen in Deutschland, die einen moderneren digitalen Arbeitsplatz verlangen und eine Kultur des Teilens im Unternehmen

vermissen. Sehen durchschnittlich nur 29 Prozent der Berufstätigen dringenden, das heißt sehr hohen bis hohen Modernisierungsbedarf am digitalen Arbeitsplatz, so sind es bei den 18- bis 24-Jährigen 40 Prozent – und damit mehr als doppelt so viele wie bei den über 55-Jährigen (19 Prozent).

Und auch mit Blick auf die interne Kommunikation zeigt sich: Wo die Hälfte der älteren Beschäftigten überzeugt ist, dass in ihrem Unternehmen eine Kultur des Teilens und der Zusammenarbeit herrscht, sind es bei den jüngeren nur 41 Prozent.

JÜNGERE UND ÄLTERE BESCHÄFTIGTE MIT UNTERSCHIEDLICHEN ERWARTUNGEN AN DEN DIGITAL WORKPLACE



Antwort: „Stimme voll & ganz zu“ + „stimme zu“

KULTUR DES TEILENS UND DER ZUSAMMENARBEIT: ÜBERSICHT „STIMME VOLL & GANZ ZU“ + „STIMME ZU“

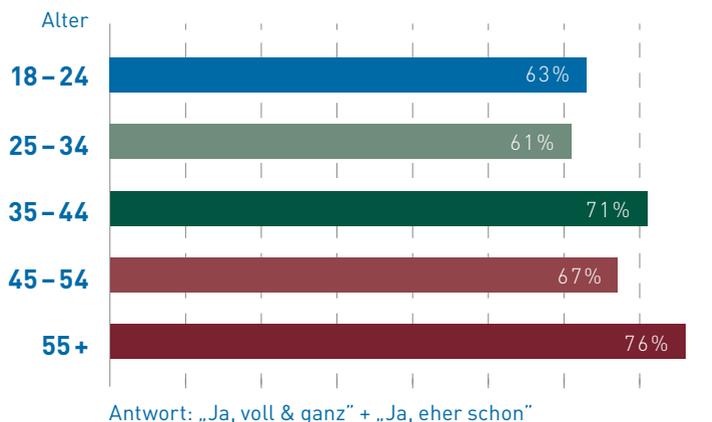
Wenn Sie einmal an Barrieren für die interne Kommunikation und Zusammenarbeit in Ihrem Unternehmen denken: Inwiefern stimmen Sie der folgenden Aussage zu? In meinem Unternehmen besteht eine Kultur des Teilens und der Zusammenarbeit.

Befragungszeitraum: 10.05. – 17.05.2019

Speziell die jungen Beschäftigten, die noch am Anfang ihres Berufslebens stehen, scheinen folglich am stärksten mit dem Digital Workplace (Hardware, Anwendungsprogramme, Zugang zur digitalen Arbeitsumgebung von außerhalb des Unternehmens) zu hadern. Ein möglicher Grund: Sie sind aus ihrem privaten Alltag die intuitive Nutzung digitaler Tools wie Social Media oder Messenger-Dienste, den mobilen Zugriff auf verschiedenste Apps sowie eine optimale Hardware-Ausstattung mit Smartphone, Laptop und Co. gewohnt. Diesen „Internet“-Standard, mit dem sie aufgewachsen sind, erwarten sie auch im Arbeitsalltag.

Hingegen scheinen ältere Berufstätige, die keine digitale Kind- und Jugendzeit hatten, diese Vergleiche und Anforderungen nicht an den Tag zu legen. So fühlen sich 58 Prozent der über 55-jährigen Berufstätigen gut durch ihre derzeitige digitale Arbeitsausstattung unterstützt. Sogar 76 Prozent sagen, dass diese einen hohen Stellenwert in ihrem Unternehmen einnimmt. Bei den 25- bis 34-Jährigen (61 Prozent) und den 18- bis 24-Jährigen (63 Prozent) sind es dagegen signifikant weniger Befragte, die dieser Aussage zustimmen.

MODERNE RAUMKONZEPTE, DIE KOMMUNIKATION UND AUS- TAUSCH FÖRDERN? NUR IN 50 % DER UNTERNEHMEN REALITÄT



STELLENWERT DER DIGITALEN ARBEITSAUSSTATTUNG: ÜBERSICHT „JA, VOLL & GANZ“ + „JA, EHER SCHON“

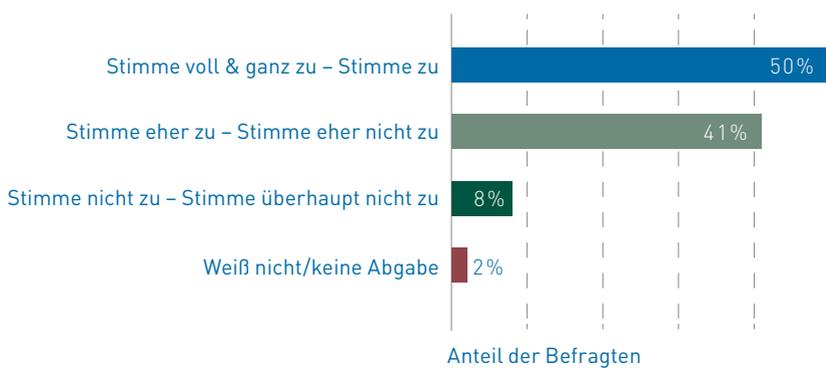
Haben Sie das Gefühl, dass die digitale Arbeitsausstattung bei Ihnen im Unternehmen einen hohen Stellenwert einnimmt?

Befragungszeitraum: 10.05.-17.05.2019

Ebenfalls auffällig: Betrachtet man den digitalen Arbeitsplatz ganzheitlich – als Zusammenspiel von Hard- und Software, persönlicher und digitaler Kommunikation sowie modernen Raumkonzepten – so zeigt sich: Nur die Hälfte der Berufstätigen in Deutschland stimmt der Aussage (voll und ganz) zu, dass die räumliche Ausstattung ihrer Büroflächen den Austausch und die Kommunikation fördert. Integriert gedachte „Digital Workplace“-Konzepte scheinen folglich noch längst nicht gänzlich etabliert zu sein.

Wenn Unternehmen den Digital Workplace ganzheitlich angehen wollen, dann sollte er daher diese drei Aspekte der modernen Arbeitswelt miteinander verbinden: Transparenz, Beteiligung und Flexibilität. Das heißt aber auch, dass das Raumkonzept genau diese drei Faktoren widerspiegeln, auf Offenheit angelegt und ein Abbild der Unternehmens-DNA sein sollte.

DACH-REGION: DIGITALE ARBEITS- AUSSTATTUNG SPIELT GRÖSSTE ROLLE IN SCHWEIZER UNTERNEHMEN



RÄUMLICHE AUSSTATTUNG DER BÜROFLÄCHEN

Wenn Sie einmal an Barrieren für die interne Kommunikation und Zusammenarbeit in Ihrem Unternehmen denken: Inwiefern stimmen Sie der folgenden Aussage zu?

Die räumliche Ausstattung unserer Büroflächen unterstützt Austausch und Kommunikation.

Befragungszeitraum: 10.05. – 17.05.2019

Vergleicht man darüber hinaus die Umfrageergebnisse für Deutschland, Österreich und die Schweiz, so fällt auf: Was den Modernisierungsbedarf des digitalen Arbeitsplatzes, die Unterstützung durch die digitale Arbeits- und Raumausstattung sowie die Kultur des Teilens betrifft, zeigen sich keine signifikanten Unterschiede zwischen den drei Ländern. Allerdings haben Schweizer Berufstätige (77 Prozent: "ja, voll und ganz" und "ja, eher schon") mit Abstand am häufigsten das Gefühl, dass die digitale Arbeitsausstattung einen hohen Stellenwert in ihrem Unternehmen einnimmt (Deutschland: 69 Prozent, Österreich: 68 Prozent).



STELLENWERT DER DIGITALEN ARBEITSAUSSTATTUNG: ÜBERSICHT „JA, VOLL & GANZ“ + „JA, EHER SCHON“

Haben Sie das Gefühl, dass die digitale Arbeitsausstattung bei Ihnen im Unternehmen einen hohen Stellenwert einnimmt?

Befragungszeitraum: 10.05. – 17.05.2019

Die Ergebnisse decken sich mit den Beobachtungen, die auch wir bei HIRSCHTEC machen. Gerade Schweizer Unternehmen haben ein großes Bewusstsein für den positiven Effekt einer modernen digitalen Arbeitsausstattung auf die eigene Arbeitgeberattraktivität. Ein Bewusstsein, das zwar schon in vielen, aber längst noch nicht allen deutschen und österreichischen Unternehmen angekommen ist.

Deutschland

Die verwendeten Daten beruhen auf einer Online-Umfrage der YouGov Deutschland GmbH, an der **1.000** Personen aus Deutschland, die überwiegend im Büro arbeiten, zwischen dem **10.05.2019** und **17.05.2019** teilnahmen.

Schweiz

Die verwendeten Daten beruhen auf einer Online-Umfrage der YouGov Deutschland GmbH, an der **251** Personen aus der Schweiz, die überwiegend im Büro arbeiten, zwischen dem **14.05.2019** und **16.05.2019** teilnahmen.

Österreich

Die verwendeten Daten beruhen auf einer Online-Umfrage der YouGov Deutschland GmbH, an der **250** Personen aus Österreich, die überwiegend im Büro arbeiten, zwischen dem **10.05.2019** und **14.05.2019** teilnahmen.

LINKTIPP:

► Studie „Der digitale Arbeitsplatz ganzheitlich gedacht“



8. KURZINTERVIEW MIT KAY MANTZEL

*Experience Lead, Microsoft
Deutschland zum Thema
„Digital Workplace“*



KAY MANTZEL

Fünf Fragen an Kay Mantzel, Experience Lead bei Microsoft, zum Begriffsverständnis „Digital Workplace“, zu digitalen Trends sowie zu Herausforderungen für Unternehmen, wenn sie Schwellen auf dem Weg zum digitalen Arbeitsplatz abbauen und Mitarbeitende befähigen wollen, digitale Tools produktiv zu nutzen.

HIRSCHTEC: Alle reden vom Digital Workplace. Aber wenn es darum geht, den digitalen Arbeitsplatz zu definieren, dann gehen die Meinungen teils stark auseinander. Was verstehen Sie bei Microsoft ganz konkret unter dem Digital Workplace?

Wir sprechen vom Modern Workplace und weniger vom Digital Workplace. Denn wir glauben, dass eine Abgrenzung zwischen analog und digital in unserer vernetzten Welt kaum noch möglich ist. Der Modern Workplace ist also nicht nur digital, er bringt zeitgemäße, moderne Arbeitsweisen und Technologien zusammen, angepasst an die Bedürfnisse der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Der Modern Workplace ist individuell: Seine Gestaltung hängt von zentralen Fragen ab, die jedes Unternehmen individuell für sich beantworten muss. Neben der notwendigen Soft- und Hardware geht es vor allem auch um die Grundwerte der Unternehmensidentität, die eigene DNA und Unternehmenskultur. Aus unserer Sicht besteht der Modern Workplace aus fünf zentralen Säulen:

▶ **Teamwork:** Arbeit wird in Zukunft immer häufiger projektbezogen in Gruppen stattfinden. Der Modern Workplace unterstützt diese Arbeitsweise bestmöglich und trägt dazu bei, Silos und Grenzen zwischen Hierarchieebenen, Disziplinen und Ländern einzureißen.

▶ **Mobilität:** Moderne Arbeit emanzipiert sich von Ort und Gerät bzw. Plattform – Dateien und Informationen müssen jederzeit synchronisiert vorliegen. Nur so können verteilte Teams erfolgreich zusammenarbeiten und Unternehmen es ihren Beschäftigten ermöglichen, flexibel zu arbeiten, etwa im Homeoffice.

▶ **Security:** Cyber-Angriffe bleiben für Unternehmen in Deutschland das größte Risiko für die eigene IT-Infrastruktur (Studie Computerwoche & CISCO). Für uns hat die Sicherheit von Daten höchste Priorität, deshalb investieren wir beispielsweise jährlich 1 Milliarde Dollar in die Forschung und Entwicklung von Sicherheitslösungen. Wir glauben dabei an vier grundlegende Prinzipien: Transparenz, Sicherheit, Datenschutz und Compliance.

▶ **Simplicity:** Auch das Verwalten der IT-Infrastruktur ist deutlich komplexer geworden. Darum sind in Microsoft 365 verschiedene Tools und Funktionen integriert, die die Arbeit von IT-Administratoren vereinfachen und das Infrastruktur-Management grundsätzlich transformieren – allen voran Enterprise Mobility + Security.

▶ **Kreativität:** Neue Technologien wie künstliche Intelligenz helfen uns auf vielerlei Art und Weise, unsere persönliche Produktivität zu erhöhen. Sie erleichtern unsere Arbeit, versorgen uns mit besseren Entscheidungsgrundlagen und sparen uns Zeit, damit wir uns auf das konzentrieren, was wir am besten können: Das kreative Schaffen neuer, smarterer Inhalte.

HIRSCHTEC: Unternehmen, die einen digitalen Arbeitsplatz – z. B. auf Basis von Office 365 – einführen möchten, sehen sich aktuell mit vielen Herausforderungen konfrontiert: Was sind Ihrer Erfahrung nach die drei größten?

Viele Unternehmen haben die Notwendigkeit der digitalen Transformation und des modernen Arbeitsplatzes erkannt, dennoch stehen

die Veränderungsprozesse vielerorts noch am Anfang. Um herauszufinden, woran das liegt, haben wir im letzten Jahr gemeinsam mit YouGov mehr als 1.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter deutscher Organisationen befragt: Nicht einmal jeder vierte Beschäftigte erkennt in seinem Unternehmen eine klar definierte Strategie für die digitale Transformation, nur jeder Zehnte erlebt die Entwicklung dieser Digitalisierungsstrategie als gemeinschaftlichen Prozess von Unternehmensleitung und Belegschaft. Und das, obwohl die Mehrheit der Beschäftigten der digitalen Transformation positiv gegenübersteht. Das ist aus unserer Sicht eine der zentralen Herausforderungen, vor denen Unternehmen stehen. Der Modern Workplace entsteht nicht durch die Einführung eines neuen Tools, mit dem die Mitarbeitenden Gifs versenden können, sondern nur auf Basis einer umfassenden Strategie.

Die zweite Herausforderung, vor der Unternehmen heute stehen: Digitalisierung ist zu selten Chefsache. Unserer Befragung folgend sieht nur jeder Vierte die Geschäftsführung oder den Vorstand als treibende Kraft der Transformation. Allzu häufig wird sie als rein technologische Fragestellung beispielsweise in der IT verortet. Einen Konferenzraum für Video-Telefonie auszustatten, macht aber noch keine erfolgreiche digitale Transformation. Die Veränderung der Arbeitsweise im Unternehmen muss strategisch vorangetrieben und ganzheitlich gedacht werden – kulturell und technologisch.

Auch fehlende Digitalkompetenz oder fehlende Ressourcen in der IT sind eine große Hürde für Unternehmen. Mein Rat ist hier ganz klar: Suchen Sie sich einen starken Partner, der auf Modern-Workplace-Lösungen spezialisiert ist und Ihnen mit Rat und Tat zur Seite steht. Denn eines ist klar: Es ist höchste Zeit, dass sich

deutsche Unternehmen umfassend mit dem Thema auseinandersetzen, um auch in Zukunft konkurrenzfähig und innovativ zu bleiben.

HIRSCHTEC: Wie können Organisationen genau diese Herausforderungen am besten meistern und welche Rolle spielt dabei vielleicht auch eine gute Zusammenarbeit zwischen Kommunikations- und IT-Abteilungen?

Siehe oben – steht die Strategie für den Modern Workplace, ist es wichtig, alle Unternehmensbereiche in Planung und Rollout einzubeziehen. Unternehmen müssen ihre Beschäftigten auf dem Weg mitnehmen, sie frühzeitig abholen, ihnen Informations- und Schulungsangebote zur Verfügung stellen. Nur wenn die Kolleginnen und Kollegen erkennen, welche Vorteile die Veränderungen für sie und ihren Arbeitsalltag mit sich bringen, werden neue Technologien auch adoptiert. Die interne Kommunikation und auch die HR-Abteilung haben innerhalb dieses Change-Prozesses eine wichtige Rolle – während die IT die technologischen Veränderungen vorantreibt, müssen diese Unternehmensbereiche gemeinsam mit Geschäftsleitung und Belegschaft die kulturelle Transformation gestalten.

HIRSCHTEC: Wir beobachten, dass die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Unternehmen durchaus digital kompetent sind. Trotzdem kann ein Zuviel an digitalen Instrumenten sie leicht verwirren. Wie ist hier die Strategie von Microsoft, Kunden einen einfachen Einstieg in die digitale Arbeitswelt zu verschaffen?

Wir stellen Unternehmen mit Microsoft 365, unserer Komplettlösung für den Modern Workplace aus Windows, Office 365 und Enterprise Mobility + Security, alle Tools für zeitgemäßes Arbeiten zur Verfügung. Welche

Lösungen tatsächlich zum Einsatz kommen, muss das Unternehmen auf Basis der Arbeitsweise und Kultur entscheiden. Deshalb ist es wichtig, alle Beschäftigten in den Planungsprozess einzubeziehen und die Lösungen bereitzustellen, die ihren Bedürfnissen entsprechen.

Wir haben außerdem gute Erfahrungen damit gemacht, pro Unternehmensbereich Power User zu definieren, die den Kolleginnen und Kollegen den Weg ebnen: Diese technologieaffineren Personen testen Tools und können ihre Erfahrungen mit der für sie besten Lösung ins Team hineinragen.

Zudem setzen wir für einen einfachen Einstieg in die digitale Arbeitswelt auf tiefe Integration: Neben den bekannten Office-Anwendungen ist Microsoft Teams unser zentraler Kollaborationshub. Aus dieser Anwendung heraus können Beschäftigte Dateien ablegen, gemeinsam bearbeiten, an Calls und Videokonferenzen teilnehmen, sich untereinander und im Team austauschen. Über Konnektoren können auch externe Anwendungen direkt in Teams eingebunden werden. Das Tool vereint damit die allermeisten Bedürfnisse unter einem Dach und reduziert die Anzahl der Lösungen, mit denen wir im Alltag arbeiten, dramatisch.

HIRSCHTEC: Zu guter Letzt noch ein kleiner Ausblick in die Zukunft: Welche „Digital Workplace“-Trends im Bereich KI, Automatisierung oder auch Personalisierung sehen Sie aktuell und was wird uns in den kommenden Jahren erwarten?

Die digitale Transformation schreitet rasant voran und bringt vielfältige Veränderungsprozesse für die moderne Arbeitswelt mit sich – bei der aktuellen Entwicklungsge-

schwindigkeit ist nicht abzusehen, wie die Arbeitswelten künftig aussehen werden. Was jedoch absehbar ist: Flexibilität und Agilität werden die Arbeit der Zukunft prägen. Arbeit wird noch häufiger als heute in Teams stattfinden – Teams, die über Organisationen, Ländergrenzen, Zeitzonen und Sprachen hinweg zusammenarbeiten. Technologien müssen daher noch viel stärker auf Teams ausgelegt sein und die Zusammenarbeit so einfach und nahtlos wie möglich machen.

Teams werden in der Arbeitswelt von morgen aber nicht nur aus Menschen bestehen, sondern auch Mensch und Maschine werden enger zusammenarbeiten. Intelligente Technologien wie Künstliche Intelligenz werden schon in wenigen Jahren aus unserem Arbeitsleben nicht mehr wegzudenken sein. Sie werden uns helfen, mit der steigenden Komplexität unserer Aufgaben Schritt zu halten – beispielsweise indem sie uns repetitive Arbeit abnehmen, Prozesse automatisieren und uns bessere Entscheidungsgrundlagen zur Verfügung stellen. Damit schenken sie uns Zeit. Zeit, in der wir uns wieder auf das Wesentliche – unsere Mitarbeiter, Kunden und Partner – konzentrieren und unsere menschlichen Stärken stärker in Projekte einbringen können. In diesem Sinn glaube ich, dass die Arbeitswelt von morgen eine humanere sein wird.

INTERESSIEREN SIE SICH FÜR WEITERE STUDIEN UND WHITEPAPER?

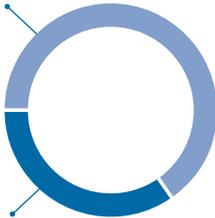
TRENDMONITOR INTERNE KOMMUNIKATION 2019

Der Trendmonitor Interne Kommunikation 2019 von SCM und Staffbase, der auf einer Online-Befragung von über 250 Kommunikationsverantwortlichen aus dem deutschsprachigen Raum im Frühjahr 2019 basiert, konstatiert einen Kulturwandel in der organisationsinternen Kommunikation.

Welcher der beiden nachfolgenden Positionen stimmen Sie persönlich am meisten zu?

Die vorrangige Aufgabe der internen Kommunikation ist es, die Menschen im Unternehmen auf allen Ebenen zu aktiver Kommunikation zu befähigen.

65,5%



34,5%

Die vorrangige Aufgabe der internen Kommunikation ist es, wichtige Unternehmensbotschaften und damit verbundene Inhalte nach innen zu tragen.

So sieht heute bereits die überwiegende Mehrheit der Befragten die Befähigung aller Menschen im Unternehmen zu aktiver Kommunikation als Hauptaufgabe der internen Kommunikation. Die Zeiten, in denen interne Kommunikation vornehmlich als Sender von Botschaften des Unternehmens in Erscheinung trat, scheinen in den allermeisten Fällen vorüber zu sein – nur noch ein Drittel sieht darin die Kernaufgabe der internen Kommunikation.

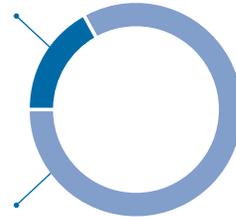
TRENDMONITOR MOBILE INTERNE KOMMUNIKATION UND DIGITAL WORKPLACE 2019

... und mit den Ansprüchen verändern sich auch die Möglichkeiten, die interne Kommunikation auf Basis neuer, digitaler Plattformen bietet. Der Trendmonitor Mobile Interne Kommunikation und Digital Workplace 2019, eine Studie, die SCM in Kooperation mit MPM Corporate Communication Solutions durchführte, nimmt daher gezielt den Digitalen Arbeitsplatz und seine Bedeutung in den Blick.

Welcher der beiden nachfolgenden Positionen stimmen Sie persönlich am meisten zu?

Interne Kommunikation sollte sich auf digitale, mobil verfügbare Kommunikationskanäle konzentrieren. Digital Workplace ist davon losgelöst zu sehen und Sache der IT.

16,95%



83,05%

Digital Workplace und Kommunikation gehören zusammen und müssen ganzheitlich gedacht werden. Die Interne Kommunikation ist hier Treiber und muss eng mit HR und IT zusammenarbeiten.

Es zeigt sich: Die interne Kommunikation ist selbstbewusst und versteht sich als Treiber des digitalen Arbeitsplatzes. In diesem Zusammenhang gestaltet sie – in enger Zusammenarbeit mit IT und HR – zunehmend auch Kollaboration im Unternehmen und erweitert somit ihren Wirkungsradius.

Sichern Sie sich die Langauswertungen dieser und weiterer Studien kostenlos unter:

INTERNE-KOMMUNIKATION.NET/WHITEPAPER-STUDIEN

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

— Man muss
einfach
alle haben

[SCM]

School for
Communication and
Management



HIRSCHTEC