

Business Technology Trends 2017



AVnews audiovisual

macom[®]

Maverick





Einführung

Die Innovationsgeschwindigkeit von modernen AV/IT-Technologien wächst stetig. Traditionelle Evaluierungsmethoden für die Bewertung neuer Technologien, Lösungen und Produkte stoßen hier immer öfters an ihre Grenzen. So kann die Ableitung von Trends aus historischen Daten von Herstellern, Entwicklern und ihren Channel-Partnern schwierig werden, wenn es um innovative, neuartige Lösungen und Paradigmen oder um Umstände, die plötzlichen Veränderungen unterliegen, geht.

Die Business Technology Trends-Studie ist darauf ausgelegt, Einführungsmuster zu prognostizieren. Dies macht sie auf Grundlage der Anforderungen von Business-Anwendern und des Wissensstandes der Personen, die die Investitionen in innovative Kommunikationstechnologien beeinflussen und bewilligen.

Jede am Technologiemarkt beteiligte Person ist sich darüber bewusst, dass es mindestens genauso wichtig ist, zu wissen, warum potenzielle Kunden nicht in eine bestimmte Technologie investieren, wie zu verstehen, warum diejenigen, die investiert haben, dies getan haben.

War der Hauptgrund dafür, nicht zu investieren, ein Mangel an Wissen, ein Budgetmangel oder gab es Kompatibilitätsprobleme mit veralteten Lösungen? Diese erste Business Technology Trends-Studie wurde zwischen Dezember 2016 und Januar 2017 unter gewerblichen Endanwendern in Großbritannien und Deutschland durchgeführt. Die Struktur der Stichprobe ist in den Diagrammen 1 und 2 dargestellt. Die detaillierte Umfrage wurde an eine von der macom GmbH in Deutschland und Blue and Green Ltd in Großbritannien entwickelte Kontaktdatenbank versendet. Dabei erhielten die britischen Studienteilnehmer eine kleine

Mitmach-Prämie in Form eines £ 20 Amazon-Shopping-Gutscheines. Die Teilnehmer, die nur wegen dieser Prämie teilnahmen (z. B. durch die Einreichung der gleichen Kombination von Antworten für jede Frage oder der nicht vollständigen Beantwortung der obligatorischen

Fragen), wurden aussortiert. Die Netto-Summe der ordnungsgemäß ausgefüllten Fragebögen betrug 80. Die geografische Verteilung und die Verteilung der Unternehmensgröße sind in den begleitenden Diagrammen dargestellt.

Business Technology Trends 2017 Survey

Liste der Fragen

- Wie gut kennen die Endanwender aus dem B2B-Bereich aktuelle und entstehende Kommunikationstechnologien?
- Auf welche Informationsquellen vertrauen Endanwender aus dem B2B-Bereich, wenn es um aktuelle und entstehende Technologien geht?
- Welche aktuellen und entstehenden Kommunikationstechnologien beabsichtigen Endanwender aus dem B2B-Bereich zu verwenden?
- Welche Bezugsquellen beabsichtigen Endanwender aus dem B2B-Bereich zu verwenden um Produkte und Lösungen aus dem Bereich Kommunikationstechnologien zu erwerben?
- Welche Berufsfunktionen und -ebenen haben Einfluss auf die Auswahl und die Genehmigung von Kommunikationstechnologien?
- Welche der folgenden Aussagen beschreibt die aktuelle Situation in Bezug auf die folgenden Kommunikationstechnologien am genauesten?
- Hat Ihre Organisation eine definierte Richtlinie für die Nutzerakzeptanz?
- Wie weit ist der Einführungsprozess in Ihrer Organisation was folgende Kommunikationstechnologien anbetrifft?
- Hat Ihr Unternehmen Richtlinien für die Nutzung von persönlichen Geräten von Mitarbeitern (BYOD)?
- Wenn Ihr Unternehmen bereits Kommunikationstechnologien verwendet oder plant, diese zu verwenden: Was ist das Ziel, was versprechen Sie sich davon?
- Wenn Ihr Unternehmen bereits Kommunikationstechnologien verwendet oder plant, sie zu verwenden: Gibt es Standards oder Richtlinien für die Technik oder ihre Verwendung?
- Was sind die Hauptbarrieren für die Einführung neuer Kommunikationstechnologien?

Fragen- und Antwortoptionen

Die Fragen, mit denen die Studienteilnehmer gebeten wurden, das Verständnisniveau oder den Grad der Bindung an eine bestimmte Technologie oder Vorgehensweise zu beurteilen, wurden auf einer Skala von 1 bis 5 gestaffelt, wobei 1 immer den schlechtesten Pol der Skala darstellt und 5 den besten Pol.

Was Fragen anbetrifft, die sowohl an Studienteilnehmer gerichtet sind, die bereits eine bestimmten Dienst anwenden oder eingeführt haben, und Studienteilnehmer, die sich in unterschiedlichsten Stadien der Beurteilung oder Bewertung befinden, werden diese im Diagramm klar durch Trennungslinien voneinander abgegrenzt.



Executive summary

- Die Business Technology Trends-Studie wurde entwickelt, um Bekanntheitsgrade von bestimmten Technologien als eine wesentliche Voraussetzung für deren Einführung zu ermitteln. Die Technologien, die mit dem Attribut „kenne ich sehr gut“ eingestuft wurden, beinhalten dabei: „Interaktive Touchscreens, Videokonferenzschaltungen, Kollaborationssoftware und Digital Signage.
- Von den Technologien, die vom Bekanntheitsgrad her am niedrigsten eingestuft wurden, schnitten AV-Steuersysteme und Präsentationsgateways am schlechtesten ab. Die aufkommenden Technologien der Augmented Reality, der Virtual Reality und der Drohnen-Videosysteme rangierten dabei im Bekanntheitsgrad ein wenig höher.
- Die Studie versucht zu klären, wohin sich Geschäftskunden für Informationen und Beratung über neue und bestehende Kommunikationstechnologien wenden. Kollegen waren hier die am meisten genannte Quelle von Informationen und Ratschlägen – sie schnitten ein bisschen besser ab als Hersteller. Zeitschriften und Messen hatten vergleichbare Bewertungen, wohingegen Webseiten überraschenderweise eher schlecht abschnitten.
- Die am häufigsten eingeführten Technologien der in der Studie vertretenen geschäftlichen Anwender waren: Videokonferenzschaltungen (45 % der Befragten gaben an, bestehende Benutzer zu sein) und Kollaborationssoftware, bei der sich 35 % als bestehende Benutzer bezeichneten. Interaktive Touchscreens folgten in der Rangliste als nächstes.
- Wo der Anwendungsfall für eine Kommunikationstechnologie offensichtlich ist, sind Teilnehmer, die derzeit noch keine Lösung nutzen, im Prozess der Evaluation.
- Die Einflussnahme auf Entscheidungen zu Kommunikationstechnologien erstreckt sich weit in alle Hierarchieebenen kommerzieller Organisationen. Die Mehrheit der Teilnehmer berichtete dabei, dass der Geschäftsführer oder CEO einen Einfluss auf die Wahl der in ihren Organisationen eingesetzten Kommunikationstechnologien ausübt.
- Auch die Genehmigung von Technologieinvestitionen spiegelt das in der letzten Frage deutlich gewordene Beeinflussungsmuster wider, wobei der Geschäftsführer/CEO eine führende Rolle spielt.
- Die Teilnehmer wurden nach ihren Evaluierungsprozessen für neue und innovative Kommunikationstechnologien gefragt. Etwa 50 % der Studienteilnehmer gaben an, dass ihre Organisationen bereits „Videokonferenzschaltungen“ eingeführt hätten. Weitere 20 % führen Pilotversuche durch.
- Die Studienteilnehmer wurden gebeten, die relative Bedeutung der Vorteile ihrer Investitionen in die Technik zu beurteilen. Diejenigen, die die Bedeutung mit wichtig oder sehr wichtig (4 oder 5 von 5 möglichen) bewerteten, stufen hierbei die Verbindung von Außenstellen oder externen Mitarbeitern als wichtigsten Faktor ein.
- Die Studie forderte die Teilnehmer auf, über die BYOD-Richtlinien ihrer Organisation zu berichten. Von den Organisationen, die spezielle BYOD-Richtlinien haben, erlaubte die größte Gruppe die Verwendung von bestimmten Geräten.
- Die Teilnehmer wurden gebeten, die Bedeutung einer Auswahl von Barrieren für die Einführung von Kommunikationstechnologien zu bewerten. Dabei wurde die Unkenntnis von neuen Technologien als einer der beiden wichtigsten Faktoren angesehen.



Kommentare der Konsortiumsmitglieder

Bryan Denyer
Geschäftsführer
AV News



„Durch die Business Technology Trends-Studie ist mir bewusst geworden, wie groß der Umfang an Anwenderschulungen ist, die der AV/IT Sektor unternehmen muss, um das Potenzial, das im kommerziellen Markt steckt, voll ausschöpfen zu können. Sogar die am weitesten verbreiteten und verständlichen Technologien (in diesem Fall interaktive Touchscreens) zeigen, dass 25 % der Befragten weniger als ein durchschnittliches Verständnis davon haben, was interaktive Touchscreens ihrem Unternehmen bringen können. Rund 70 % der Befragten gaben an, dass ihr Wissen nicht sehr umfassend ist. Sogar solche auf Verbraucherebene weithin anerkannten Technologien wie Videokonferenzen werden was Geschäftsanwendungen anbetrifft nicht vollständig erfasst.“

Was Konferenzraumtechnologien wie z. B. drahtlose Präsentationsgateways angeht, ist die meist gegebene Antwort eine „mögliche“ Einführung. Dies zeigt ein deutliches Unverständnis dafür, wie wichtig diese Technologie in einem Konferenzraum sein kann. Denken Sie daran, dass die Umfrageergebnisse die Trends der zwei am meisten entwickelten Märkte im Wirtschaftsraum Europa-Naher Osten-Afrika widerspiegeln. Andere Märkte könnten sich noch als sehr viel schlimmer herausstellen.“

Jon Sidwick
Vizepräsident
Maverick Europe



„Die Business Technology Trends-Studie hat unser Marktfeedback wirklich bestätigt. Der deutliche Bedarf, sich mehr auf Plattform-basierte Kollaborations- und Konferenztechnologien mit einfach zu bedienenden und vertrauten Benutzeroberflächen zu fokussieren, fördert die Einführung besser, als wir erwartet haben. Die Umfrage zeigt einen echten Bedarf, dass der Vertrieb Technologien und Dienstleistungen anbieten kann, die auf die wechselnden Benutzerbedürfnisse ausgerichtet sind. Als ein führender Händler von Kollaborationstechnologie müssen wir hart daran arbeiten, sicherzustellen, dass wir die richtige Auswahl an Technologien haben, welche durch einen passenden Service unterstützt werden und darauf ausgelegt sind, unsere Wiederverkäufer zu unterstützen. Was mich an der Umfrage am meisten begeistert, ist die Vielfalt der Anforderungen, die es an die Technologie gibt, die wir verkaufen. Wir fangen gerade erst damit an, die 5 Millionen Sitzungsräume im Channel auszustatten. Es ist dabei wichtig, zu gewährleisten, dass die Industrie in der Lage ist, dem wachsenden Bedarf gerecht zu werden und dabei ein hohes Niveau der Nutzererfahrung aufrecht zu erhalten. Es wird dabei in der Verantwortung von Verkäufern, Händlern, Anbietern sowie von Info-Comm liegen, dass wir uns in allen Bereichen auf außergewöhnliche Erfahrungen konzentrieren und nicht nur darauf, die Vertriebszahlen hochzutreiben.“

Oliver Mack
Geschäftsführer
macom GmbH



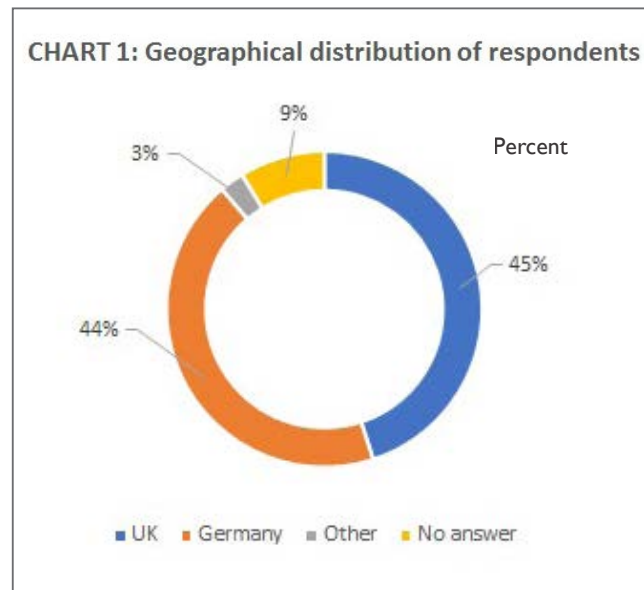
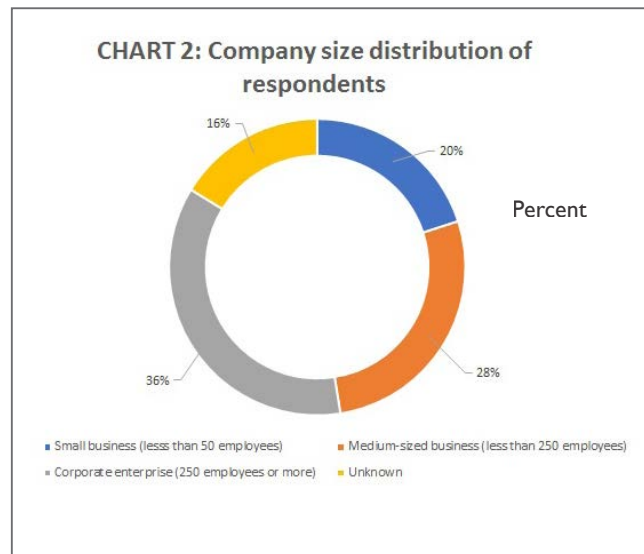
„Die Studie hat uns gezeigt, dass die Lücke zwischen dem Wissensstand der Anwender und den Erwartungen der Hersteller zum Teil noch beträchtlich ist. Hier besteht ein großer Beratungsbedarf. Das erleben wir auch in unserer täglichen Arbeit als Europas führender Technologieberater und Fachplaner für AV/IT. Digitalisierungsprojekte scheitern meist nicht an fehlenden technischen Lösungen. Die Ursachen liegen häufig in Hürden bei der Usability oder den fehlenden Betriebsprozessen und Standards.“

Beides führt dazu, dass Technik, die angeschafft wurde, nicht verwendet wird. Das verhindert jedoch den Return on Invest. Hier ist eine fundierte Planung mit einem umsetzungsorientierten Betriebskonzept sinnvoll, bevor in AV-technische Lösungen investiert wird. Nur wenn die AV-Technik den wirklichen Nutzeranforderungen entspricht und für die Anwender einfach zu bedienen ist, wird sie auch eingesetzt.“



Methodik

Die Business Technology Trends-Studie 2017 ist die erste ihrer Art, die das Wissen über und die Akzeptanz von innovativen Kommunikationstechnologien in Großbritannien und Deutschland beurteilt. Die Studie wurde Ende 2016 und Anfang 2017 mit Web-Fragebögen durchgeführt, die an Personen aus einer Datenbank von Business-Endanwendern geschickt wurden. Ausgerichtet wurde die Umfrage von der Fachzeitschrift AV News in Großbritannien und der macom GmbH in Deutschland. Die Initiative wurde von Maverick unterstützt. Die Struktur der Studie in Bezug auf Unternehmensgröße und -standort ist in den folgenden Grafiken dargestellt.



Technologiekennntnis

Die Studie wurde entwickelt, um den Kenntnisstand über spezifische Technologien als wesentliche Voraussetzung für deren Einführung zu ermitteln. Die Technologien, die als „kenne ich sehr gut“ eingestuft wurden, beinhalten dabei: „Interaktive Touchscreens“ (74 % der Teilnehmer beurteilen ihr Wissensniveau mit „kenne ich sehr gut“ oder „kenne ich gut“; 4 oder 5 von 5); „Videokonferenzschaltungen“ (55 % der Teilnehmer beurteilen ihr Wissensniveau mit „kenne ich sehr gut“ oder „kenne ich gut“; 4 oder 5 von 5). Darauf folgten Kollaborationssoftware (55 % der Teilnehmer beurteilen ihr Wissensniveau mit „kenne ich sehr gut“ oder „kenne ich gut“; 4 oder 5 von 5). „Digital Signage“ erreichte 44 %.

Zu den am wenigsten bekannten Technologien, was das Wissensniveau angeht, gehören „AV-Steuersysteme“ und „Präsentations-Gateways“. Beide erzielten 29 %. Die aufkommenden Technologien der „Augmented Reality“, der „Virtual Reality“ und der „Drohnen-Videosysteme“ rangierten ein wenig höher mit 36 %, 36 % bzw. 31 %. Die Autoren der Studie glauben, dass ein Teil des Problems rund um die Kenntnis von „AV-Kontrollsystemen“ und „Präsentations-Gateways“ mit Variationen in den Begrifflichkeiten, die verwendet werden, um die Technologie zu beschreiben, verbunden sind.



CHART 7: Business technologies with the least interest in adoption by respondents

Percent

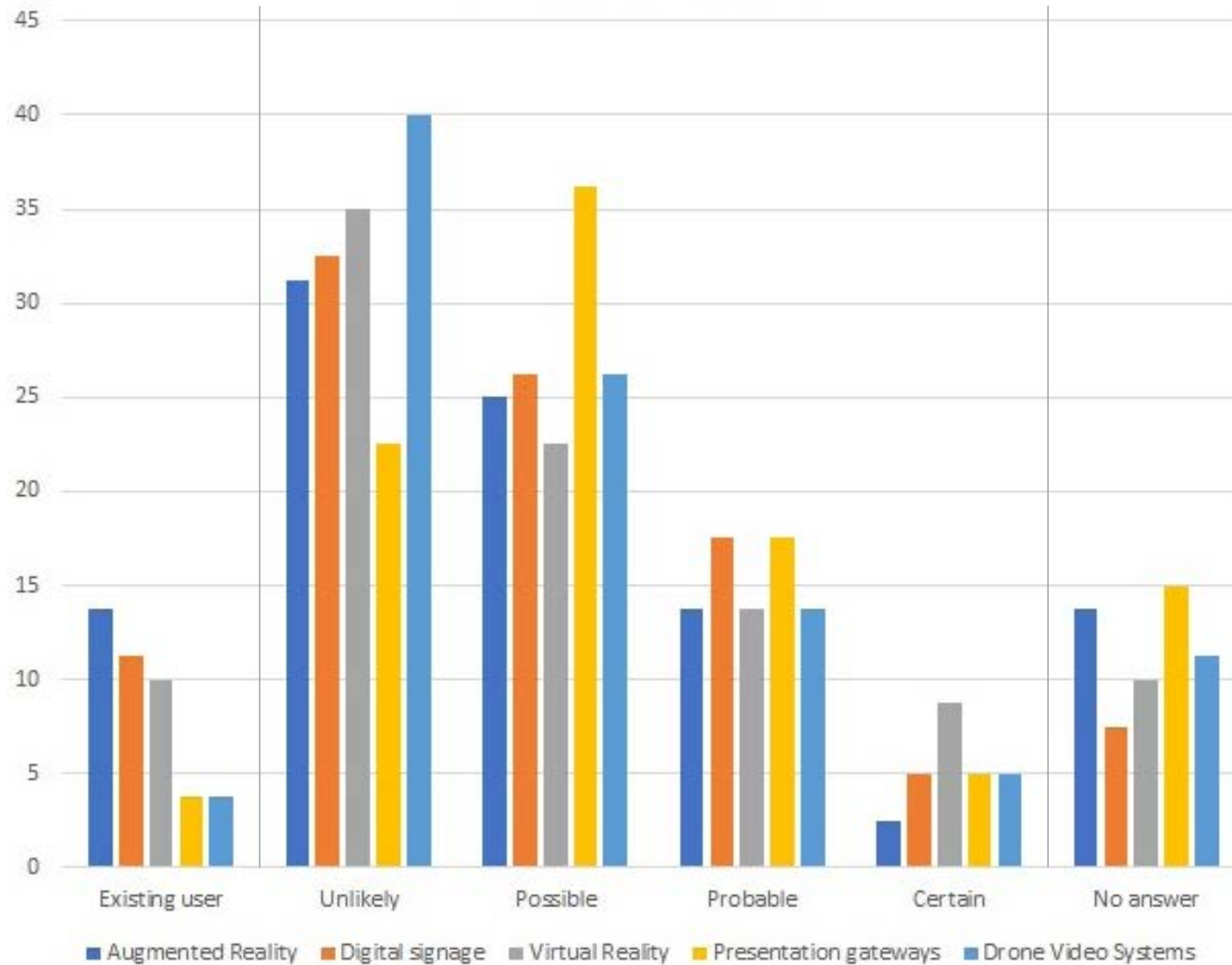




CHART 3: Technologies rated highest for awareness by business users

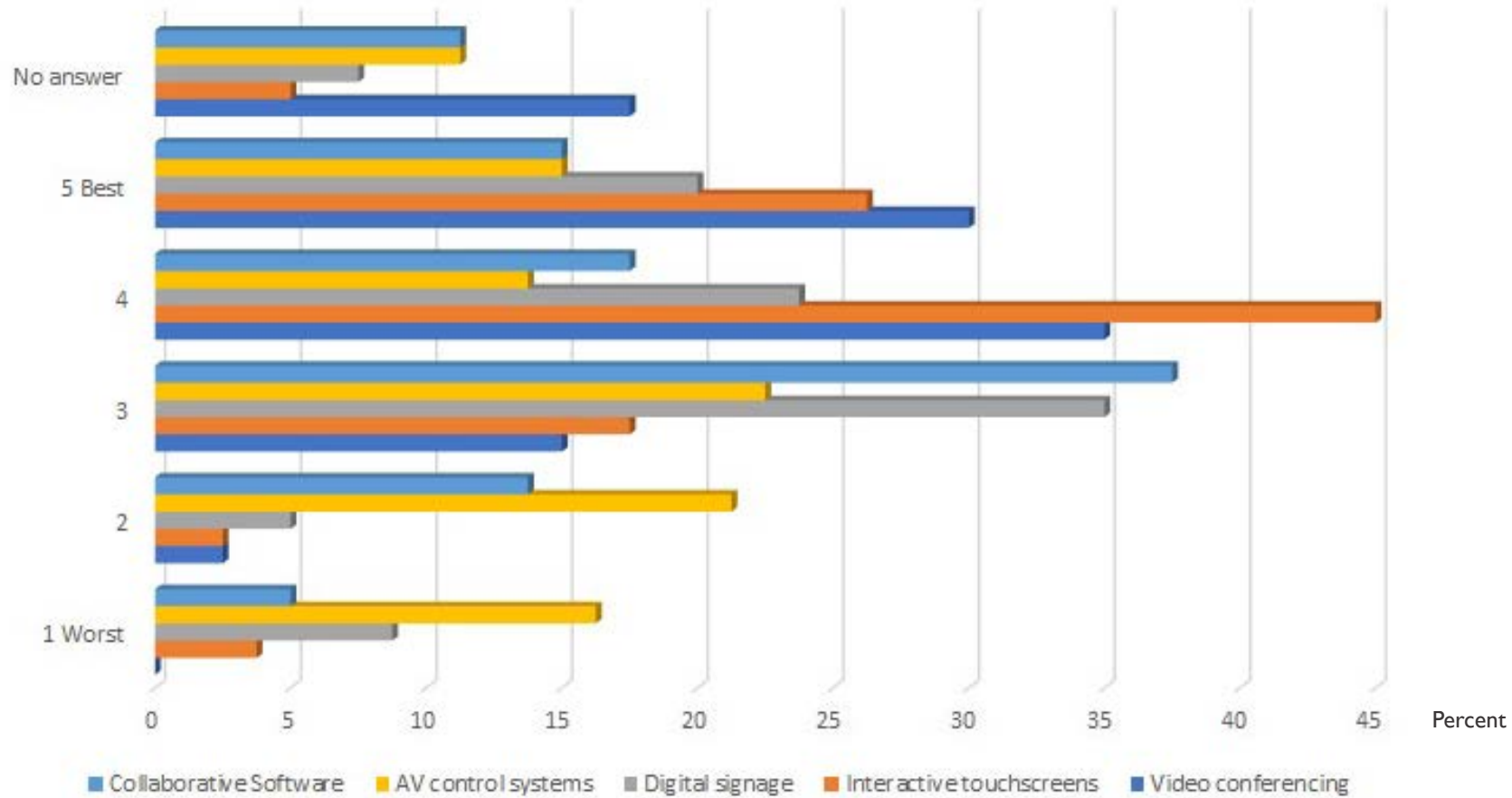
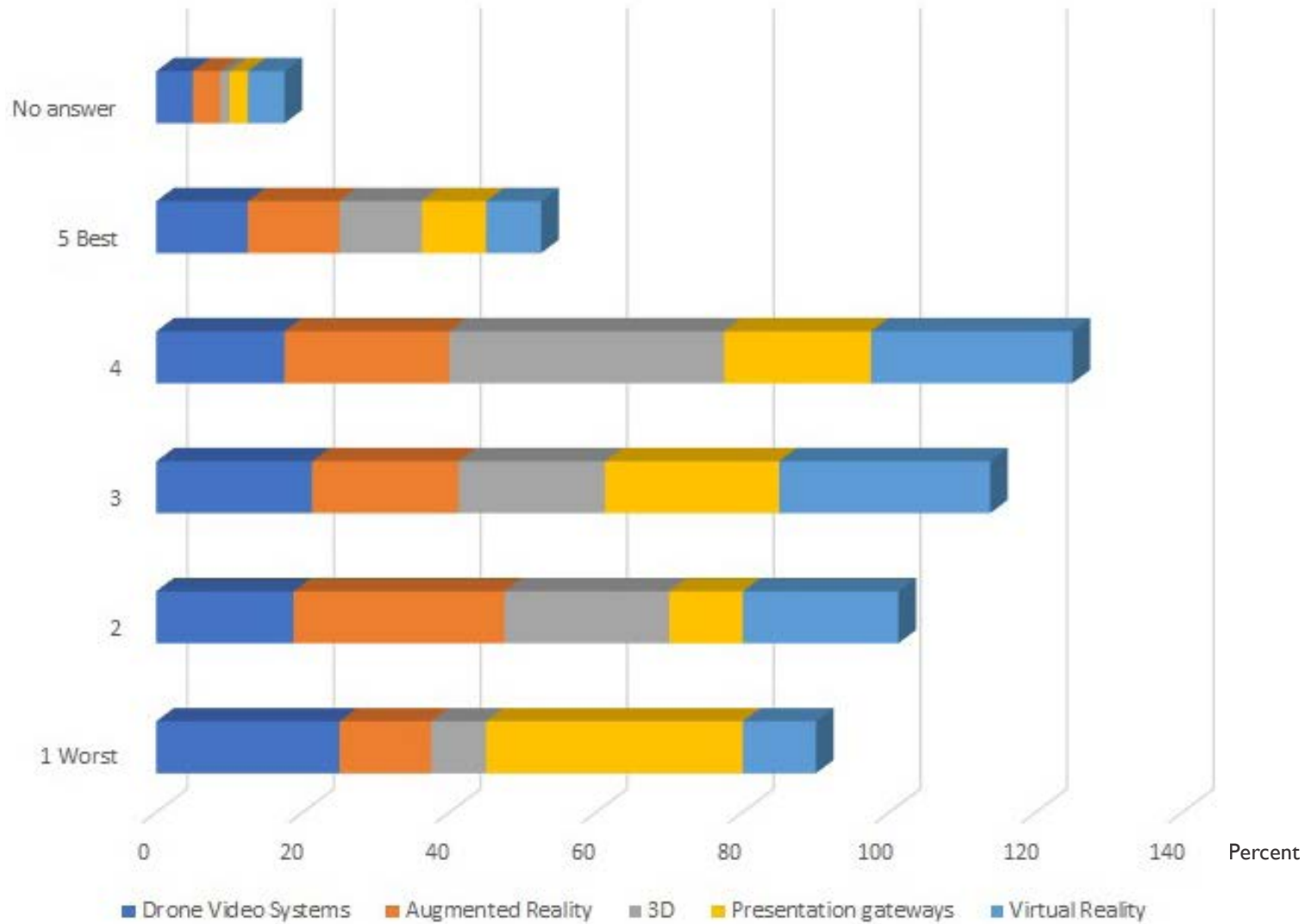




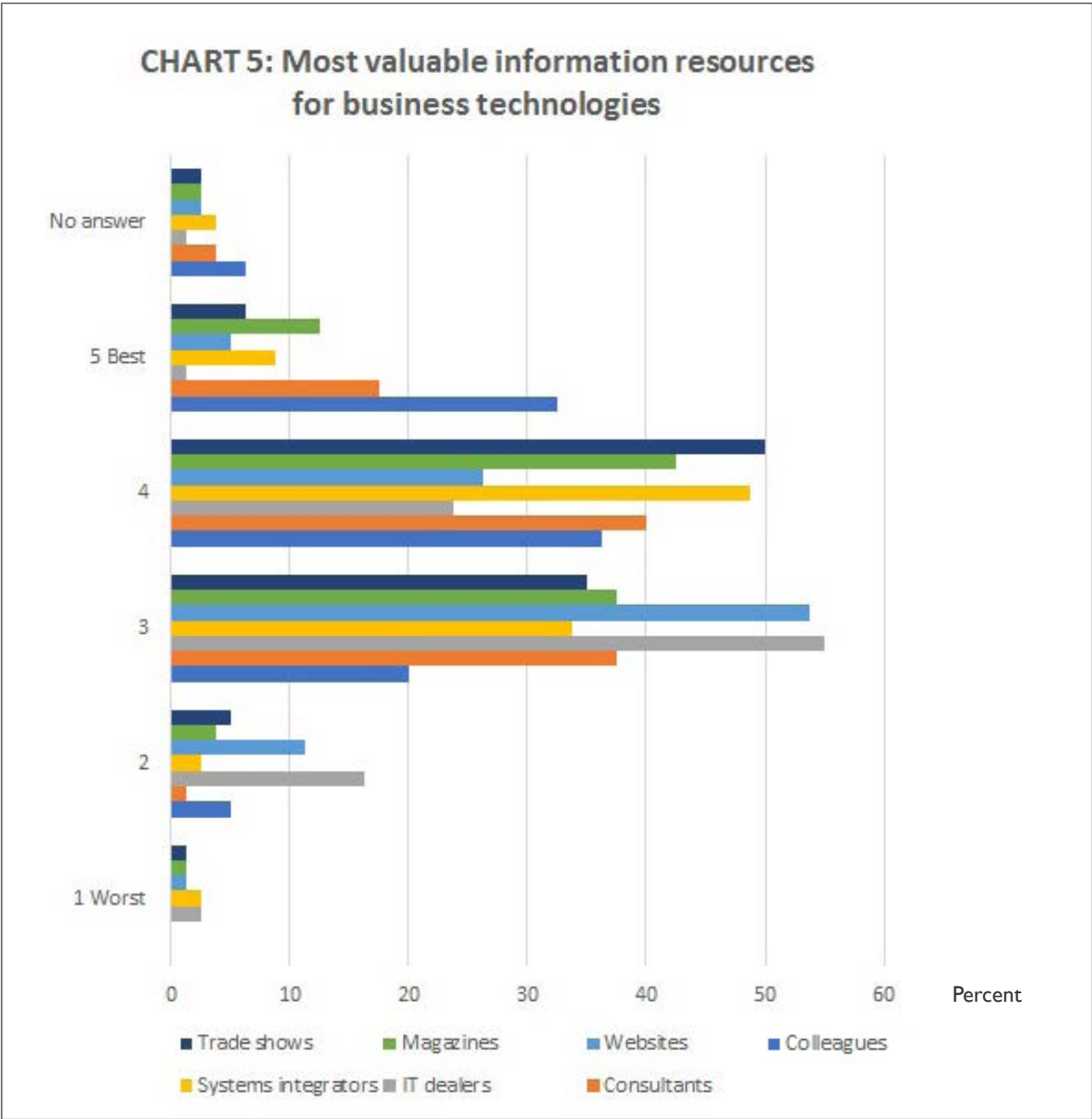
CHART 4: Technologies rated lowest for awareness by business users





Information und Beratung

Die Studie befasst sich auch mit der Frage, wohin sich Geschäftskunden bezüglich Informationen und Beratung über neue und bestehende Kommunikationstechnologien wenden. Kollegen waren für die Teilnehmer die beliebteste Quelle für Informationen und Ratschläge. 69% haben sie mit „habe Vertrauen“ oder „habe volles Vertrauen“ (4 oder 5 von 5 möglichen) bewertet. Sie erzielten ein leicht höheres Ergebnis als die Hersteller, die 68% erhielten. Wir vermuten, dass diese gut informierten Kollegen die anderen Informationsquellen nutzen, die von der Studie gezeigt wurden. „Berater“ und „Systemintegratoren“ punkteten mit 58% bzw. 57% auch sehr stark. Diese beiden Kategorien erhielten jeweils 4 oder 5 von 5 möglichen Punkten. „Zeitschriften“ und „Messen“ erzielten beide 56%. „Webseiten“ erzielte jedoch einen relativ niedrigen 31% -Wert und „IT-Händler“ bekamen nur 25%.





Einführung von Kommunikationstechnologien

Das Kernstück der Business Technology Trends-Studie ist es, den Einführungsgrad einer Reihe von Kommunikationstechnologien festzustellen. Darüber hinaus soll das Bewertungsstadium der Teilnehmer festgestellt werden, die diese Technologien noch in ihrem Unternehmen einführen werden.

Die am häufigsten schon eingeführten Technologien der in der Studie vertretenen Anwender waren „Videokonferenzschaltungen“ (mit 45%, die sich als „bestehende Benutzer“ bezeichnen) und „Kollaborationssoftware“, bei der sich 35% als „bestehende Benutzer“ bezeichnen. „Interaktive Touchscreens“ folgte als nächstes in der Rangliste, mit 34%, die sich selbst als „bestehende Benutzer“ bezeichnen – eine Zahl, die auf das riesige Potenzial im Geschäfts- und Firmenmarkt für diese Technologie hinweist.

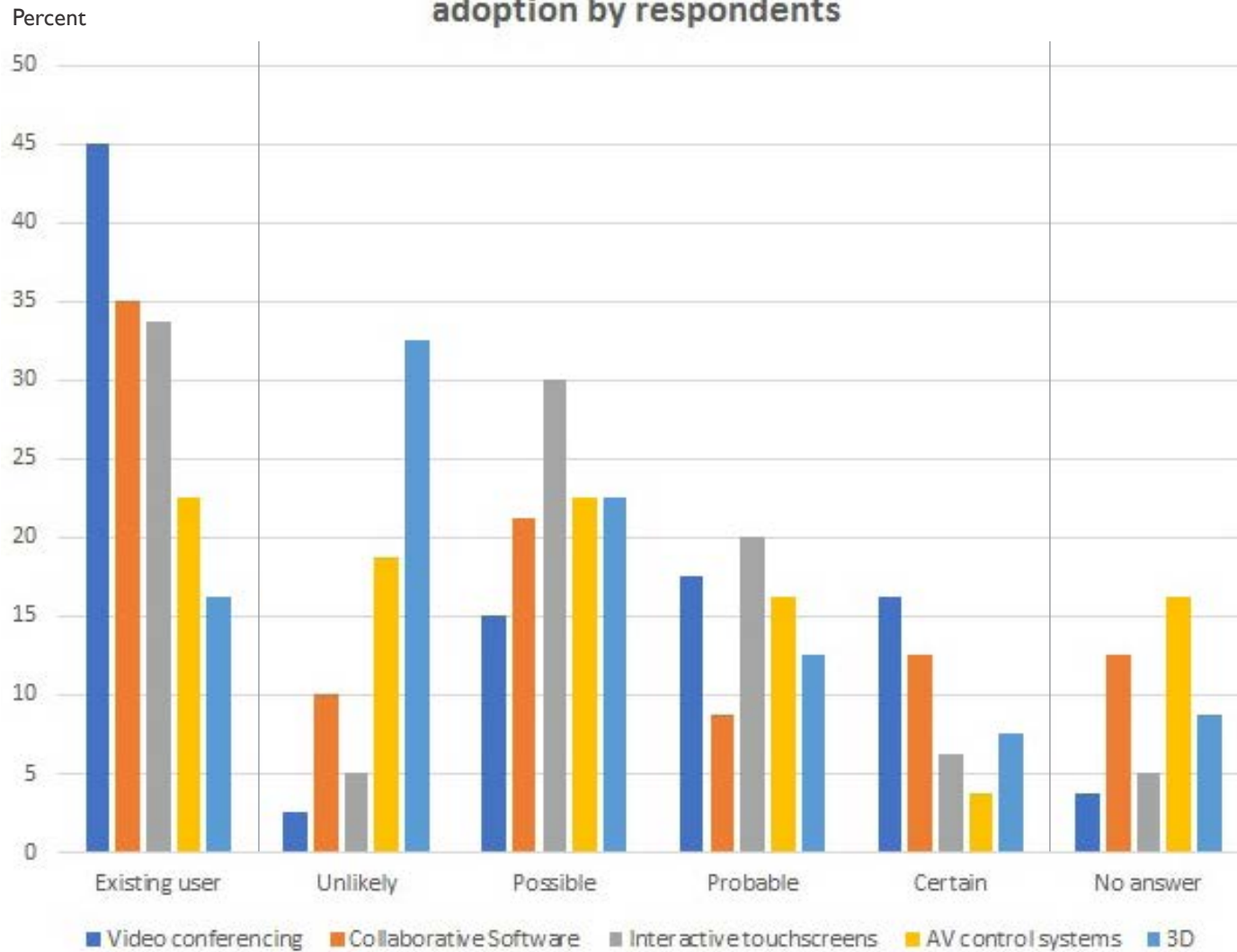
Etwa 23% der Teilnehmer waren der Auffassung, dass die Einführung von „Präsentations-Gateways“ durch ihre Unternehmen „unwahrscheinlich“ sei, was wiederum auf ein Mangel an Verständnis dessen verweisen könnte, was die Technologie zu bieten hat. Deutlich wird das verglichen mit „Interaktiven Touchscreens“: Hier bewerteten nur 5% der Teilnehmer den Einsatz als „unwahrscheinlich“, obwohl sich die Anwendungen ähneln.

In den Fällen, wo der Anwendungsfall für eine Kommunikationstechnologie offensichtlich ist, sind auch die Teilnehmer, die diese derzeit nicht in Verwendung haben, im Prozess der Evaluierung. Bei „Videokonferenzschaltungen“ zum Beispiel sagen zusätzlich zu den 45%, die diese Technologie bereits eingeführt haben, weitere 16%, die Einführung sei „sicher“, 18% „wahrscheinlich“ und 15% „möglich“.

„Interaktive Touchscreens“, „Kollaborationssoftware“ und „Augmented Reality“ zeigen ähnliche Muster des latenten Bedarfs, wohingegen „Drohnen-Videosysteme“ das größte Desinteresse zur Einführung in Unternehmen aufweisen.



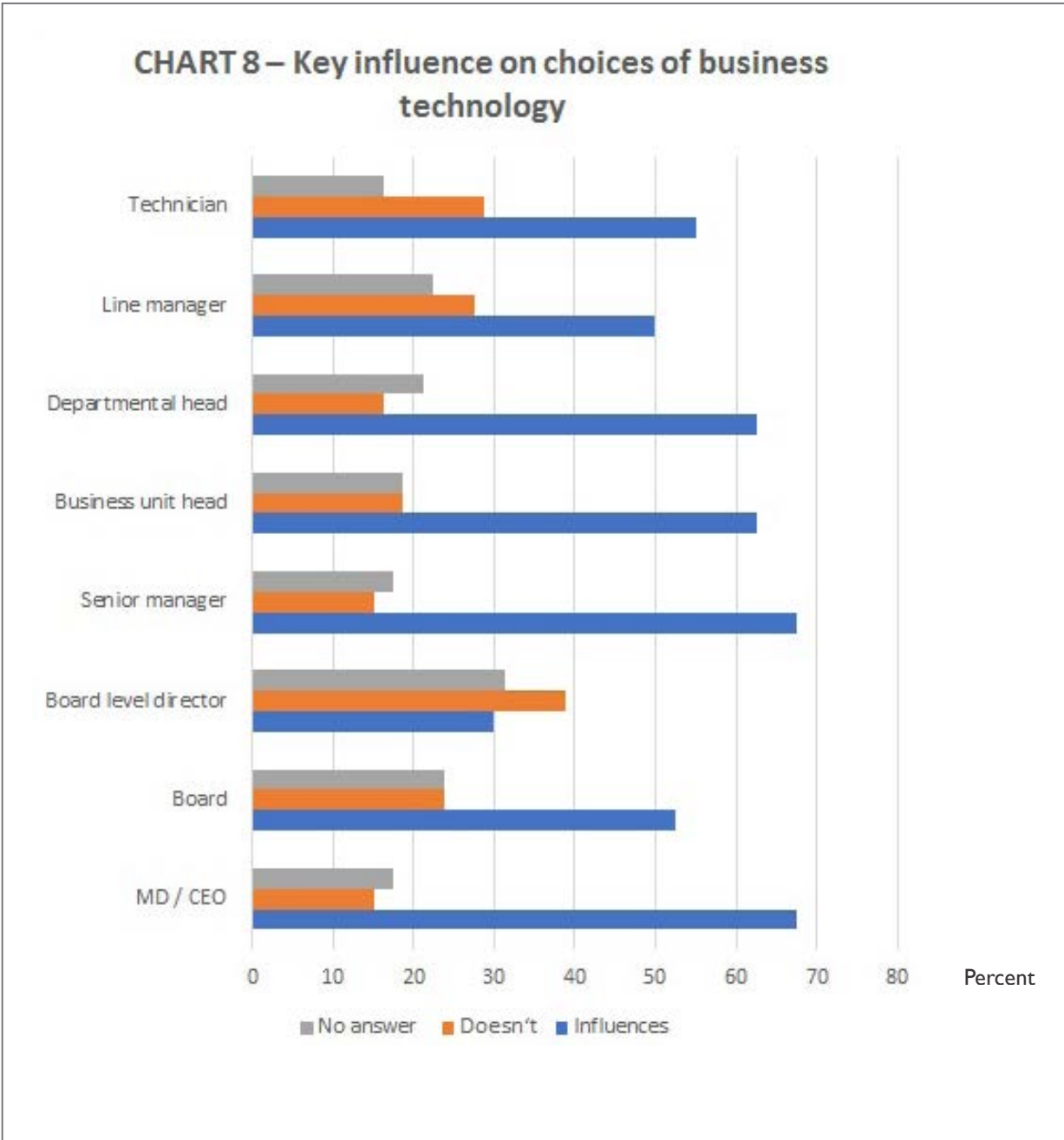
CHART 6: Business technologies with the greatest interest in adoption by respondents





Wer hat Einfluss auf die Technologieauswahl?

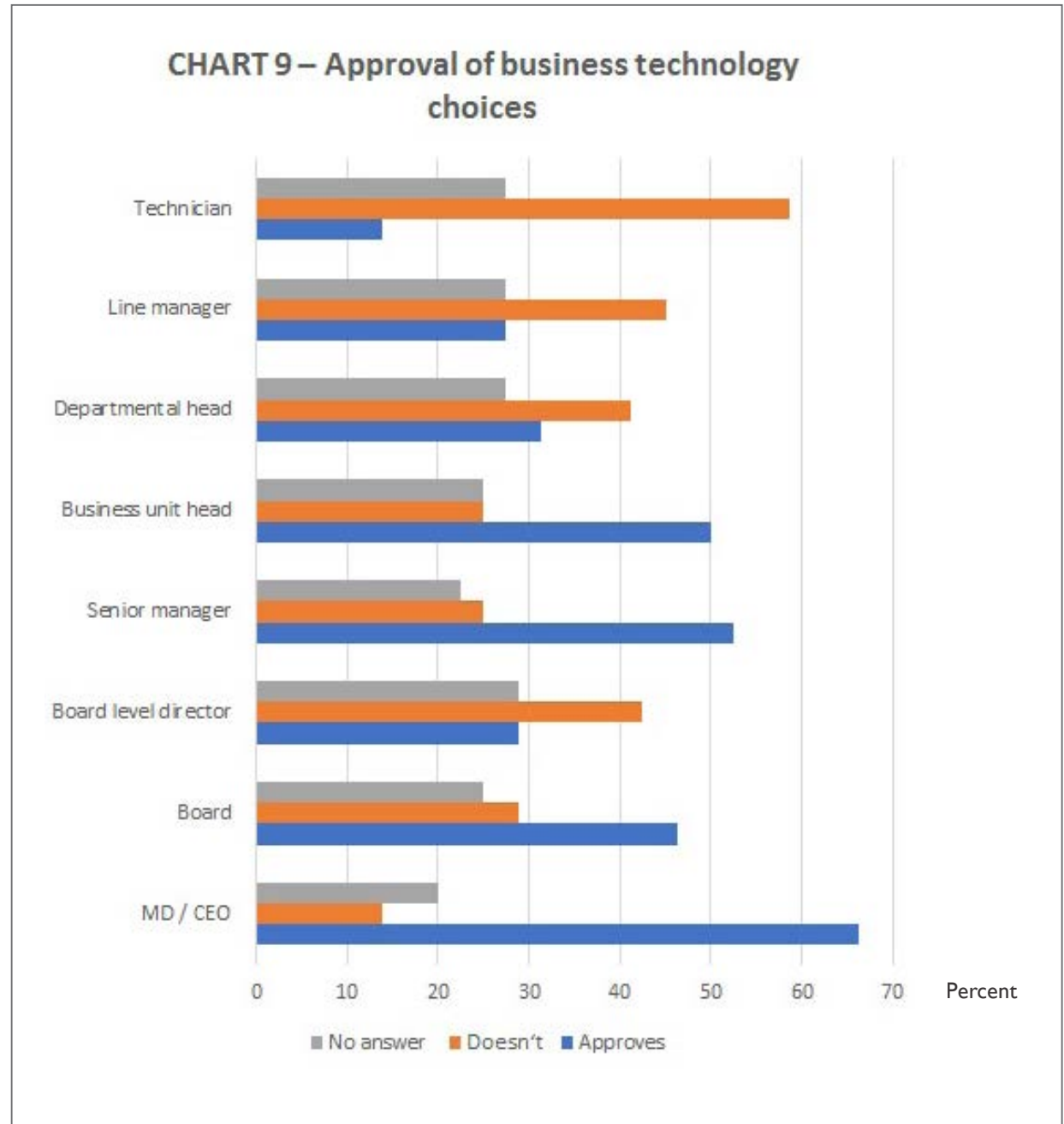
Die Einflüsse auf die Auswahl von Kommunikationstechnologien erstrecken sich weit in alle Hierarchieebenen von kommerziellen Organisationen. Etwa 68 % der Teilnehmer berichteten, dass der Geschäftsführer oder CEO einen Einfluss auf die Wahl der in ihren Organisationen eingesetzten Kommunikationstechnologien ausübt. Weitere wichtige Akteure in der Kaufentscheidung sind „leitende Angestellte“ (68 %), „Geschäftsbereichsleiter“ (63 %) und „Abteilungsleiter“ (63 %). Etwas mehr als die Hälfte der Teilnehmer (53 %) sagen, dass der Vorstand ihrer Organisation zum Entscheidungsprozess beiträgt, wenn neue Kommunikationstechnologien zur Diskussion kommen. „Techniker“ bekommen bei 55 % der Teilnehmer eine Gelegenheit, ihre Meinung zu äußern, und „direkte Vorgesetzte“ bei weiteren 29 %. Nur 16 % der Teilnehmer berichteten, dass „Techniker“ keinen Einfluss auf die Technologieauswahl ausüben.





Wer genehmigt die Technologieauswahl?

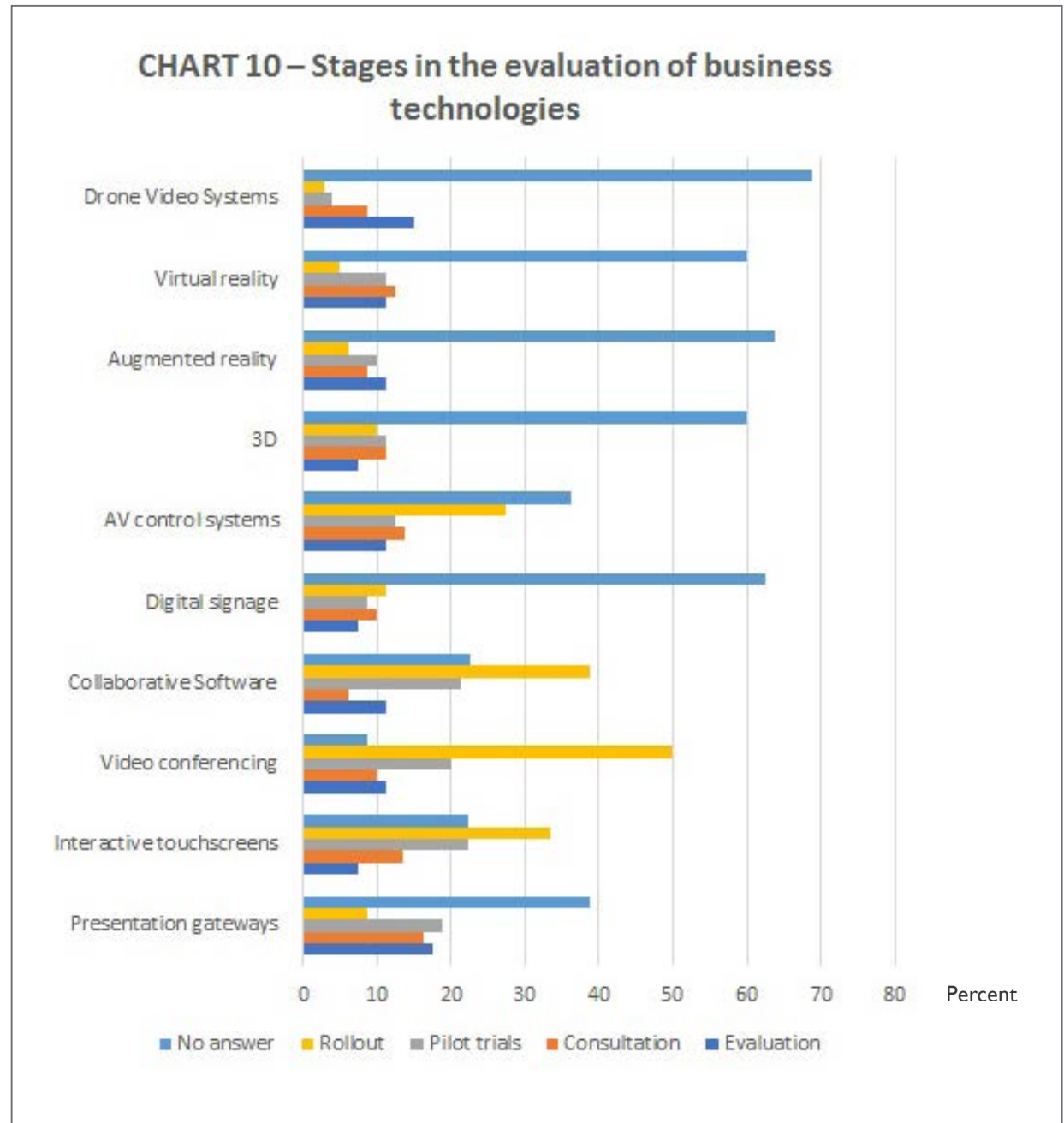
Die Genehmigung von Technologieinvestitionen spiegelt das Schema der Einflussnahme der letzten Frage wider, wobei der Geschäftsführer/CEO eine führende Rolle spielt. Die Aufgabe, die Bestellung zu unterzeichnen, wird jedoch an „Geschäftsbereichsleiter“ oder „Abteilungsleiter“ delegiert. Die Mehrheit der „Techniker“ ist nicht am Genehmigungsverfahren beteiligt.





Bewertungsstufen

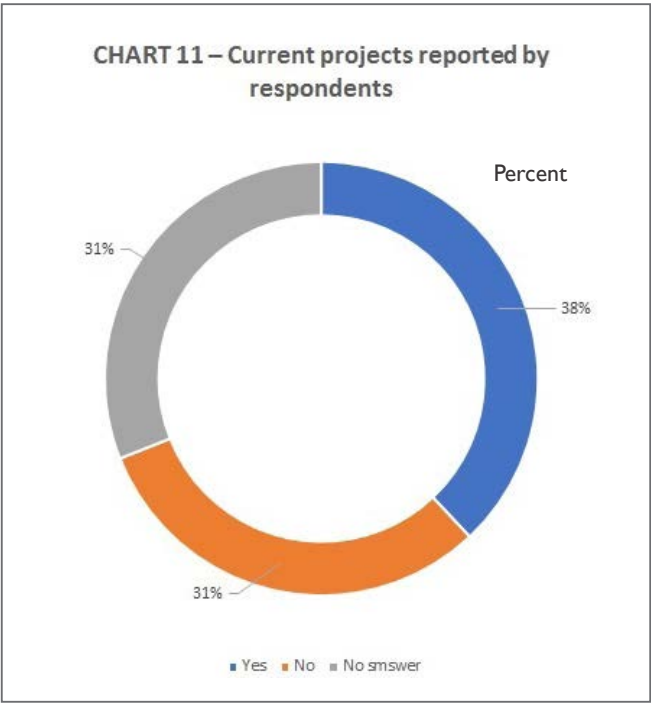
Die Teilnehmer wurden nach ihren Evaluierungsprozessen für neue und innovative Kommunikationstechnologien befragt. Sie wurden auch zu den Fortschritten bei der Bewertung von unterschiedlichen Kommunikationstechnologien befragt. Etwa 50% der Teilnehmer gaben an, dass ihre Organisationen bereits „Videokonferenzschaltungen“ eingeführt hätten. Weitere 20% führen „Pilotversuche“ durch. Dies ist die am weitesten verbreitete Kommunikationstechnologie, gefolgt von „Interaktive Touchscreens“ (33% bereits eingeführt und 22% Pilotversuche) und „Kollaborationssoftware“ (39% bereits eingeführt und 21% Pilotversuche).





Aktuelle Projekte

Die Teilnehmer wurden gefragt, ob sie an einem aktuellen Projekt beteiligt seien, und wenn ja, in welcher Abteilung das Projekt durchgeführt wird/wurde. Die meisten der laufenden Projekte fanden in kundenorientierten Abteilungen statt, darunter Marketing (25), Vertrieb (22), Kundenservice (20) und Forschung und Entwicklung (15) sowie Neuproduktentwicklung (13). Darüber hinaus gab es 30 Projekte von organisationsübergreifender Bedeutung.



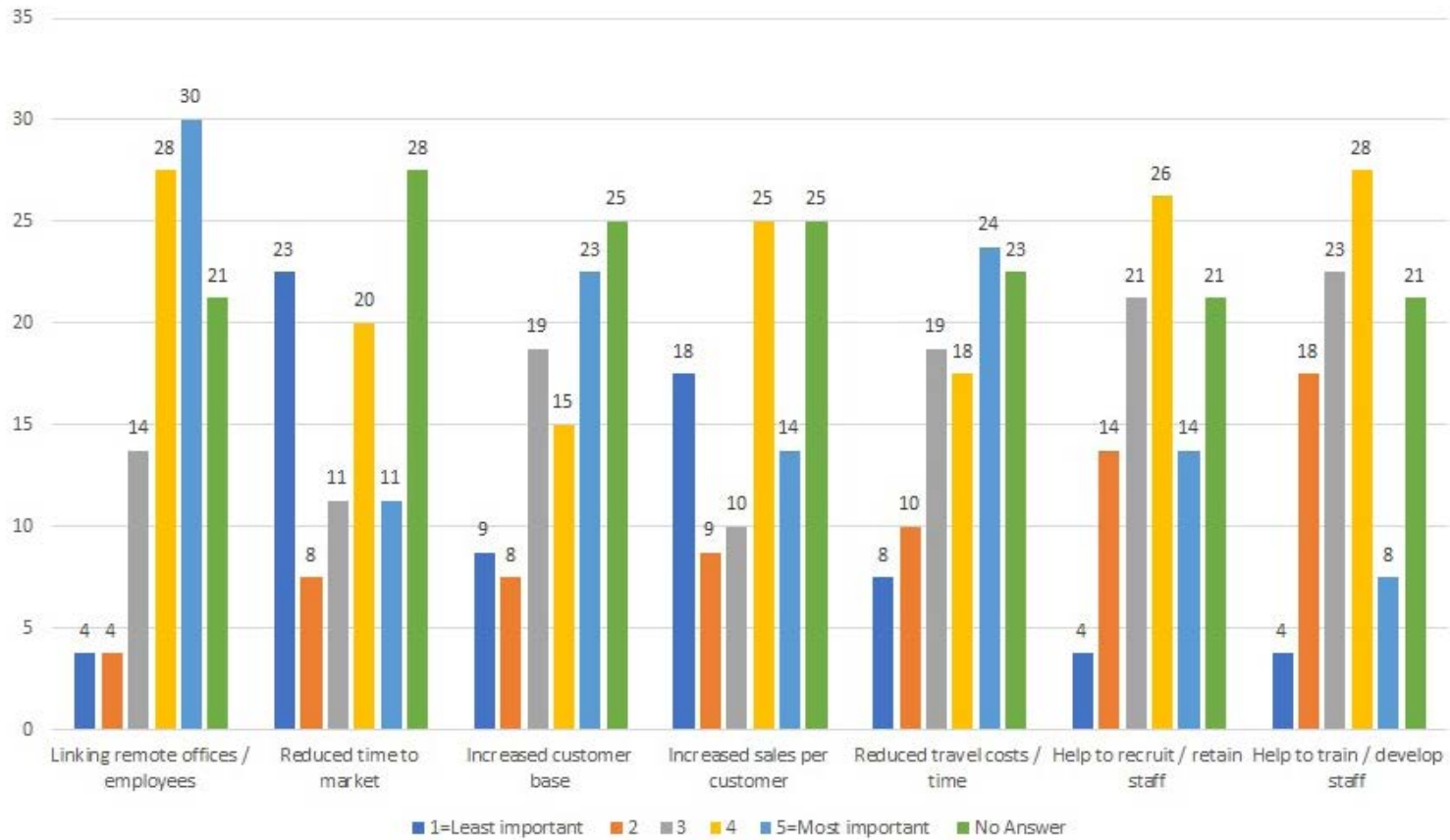
Return on Investment

Die Teilnehmer wurden gebeten, die relative Bedeutung der Vorteile ihrer Technologieinvestitionen zu beurteilen. Diejenigen, die die Bedeutung von jedem Punkt mit 4 oder 5 von 5 bewerteten, bewerteten „Verbindung von Außenstellen oder externe Mitarbeitern“ als „am wichtigsten“. 58% der gesamten Antworten entfielen darauf. Die zweitbeliebteste Antwort war mit 42% der übliche Vorteil von „Reduzierten Reisekosten und Zeitersparnis“. „Erhöhter Umsatz pro Kunde“ rangierte auf Platz drei mit 39%, „vergrößerter Kundenstamm“ auf dem vierten Platz mit 38%. Dieser Fokus auf die Verbesserung der Zusammenarbeit (Verbindung von Außenstellen und externen Mitarbeitern) ist eine interessante Entwicklung, denn bisher waren reduzierte Reisekosten und Zeitersparnis die gängige Kostenrechtfertigung für Videokonferenzen, die gebräuchlichste Kommunikationstechnologie-Investition.



CHART 12 – The Return on Investment from business technology

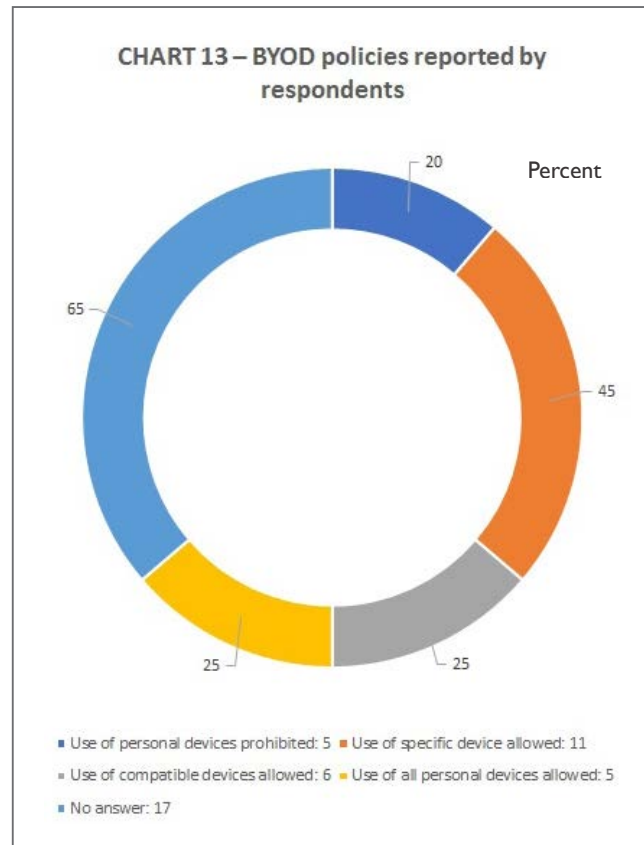
Percent





Technologiestandards

Die Studie forderte die Teilnehmer dazu auf, über die BYOD-Richtlinien ihrer Organisation zu berichten. Die Zahl der Organisationen mit einer definierten Richtlinie und die Zahl derjenigen ohne waren ausgeglichen. Von den Organisationen, die BYOD-Richtlinien haben, erlaubte die größte Gruppe die Verwendung von bestimmten Geräten. Ein kleiner Prozentsatz verbietet den Einsatz von mobilen Geräten vollständig. Die Studie zeigte auch die Dominanz der Microsoft-Plattform unter Kommunikationstechnologie-Nutzern.

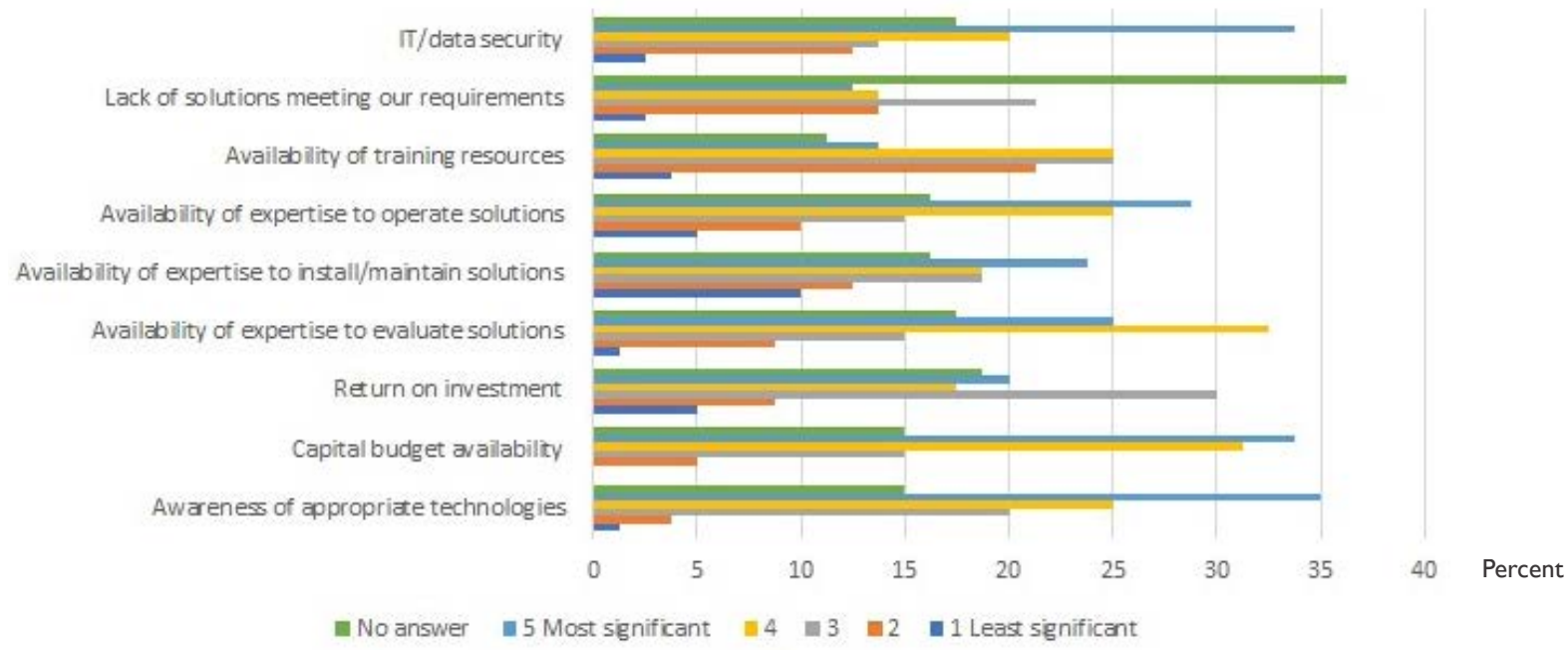


Hindernisse bei der Technologieeinführung

Die Teilnehmer wurden gebeten, die Bedeutung einer Vielzahl von Hindernissen für die Verabschiedung von Kommunikationstechnologien zu bewerten. Die Teilnehmer, die jedes Hindernis mit 4 oder 5 von 5 möglichen bewerteten, gaben an, dass „Unkenntnis der neuen Technologien“ und „Kapitalbudgetverfügbarkeit“ zu den wichtigsten Hindernisse für die Einführung gehören. Auch Bedenken wegen der „Datensicherheit“ wurde häufig genannt. Wichtig ist auch der Mangel an qualifiziertem Personal, um innovative Lösungen zu installieren und zu betreiben. Das Aufkommen von Hardware as a Service (HaaS) würde den meisten dieser Bedenken gerecht werden.



CHART 14 – Barriers to technology adoption





Schlussfolgerungen

Welche Kommunikationstechnologien sind am bekanntesten?

Die Studie wurde entwickelt, um die Kenntnis von spezifischen Technologien als wesentliche Voraussetzung für deren Einführung zu ermitteln. Diese Technologien, die als „am bekanntesten“ eingestuft wurden, beinhalten dabei: „Interaktive Touchscreens“ (74 % der Befragten beurteilen ihr Kenntnis mit gut bis sehr gut), „Videokonferenzschaltungen“ (55 % der Befragten beurteilen ihre Kenntnis mit gut bis sehr gut). Als nächstes folgte „Kollaborationssoftware“ (55 % der Befragten beurteilen ihre Kenntnis mit gut bis sehr gut) und „Digital Signage“ erreichte 44 %.

Von den am wenigsten bekannten Technologien erzielten sowohl „AV-Steuerungs-systeme“ als auch „Präsentations-Gateways“ 29 %. Die aufkommenden Technologien der „Augmented Reality“, der „Virtual Reality“ und der „Drohnen-Videosysteme“ rangierten ein wenig höher mit 36 %, 36 % bzw. 31 %. Die Autoren der Studie glauben, dass ein Teil des Problems rund um die Kenntnis von „AV-Kontrollsystemen“ und „Präsentations-Gateways“ damit verbunden sind, dass die Begrifflichkeiten, die verwendet werden, um diese Technologien zu beschreiben, variieren.

Während es in den etablierten Kommunikationstechnologien immer noch enormes Potenzial gibt, eröffnen die untergeordneten Technologien ein noch größeres Potenzial.

Welche Informationsquellen werden genutzt?

Die Studie befasst sich auch mit der Frage, wohin sich geschäftliche Anwender bezüglich Informationen und Beratung über neue und bestehende Kommunikationstechnologien wenden. Kollegen waren für 69 % der Teilnehmer die beliebteste Informationsquelle. Sie haben sie mit „habe Vertrauen oder „habe volles Vertrauen“ (4 oder 5 von 5 möglichen) bewertet. Kollegen erzielten damit ein leicht höheres Ergebnis als Hersteller, die 68 % erhielten. Wir vermuten, dass diese gut informierten Kollegen die anderen Informationsquellen nutzen, die von der Studie genannt wurden. „Berater“ und „Systemintegratoren“ punkteten mit 58 % bzw. 57 % auch sehr stark. Diese beiden Kategorien erhielten jeweils 4 oder 5 von 5 möglichen Punkten. „Zeitschriften“ und „Messen“ erzielten beide 56 %. „Webseiten“ erzielte jedoch einen relativ niedrigen 31 %-Wert und „IT-Händler“ bekamen nur 25 %. Die Studie zeigt die entscheidende Rolle von Beratern und Systemintegratoren bei der Unterstützung von Herstellern, aber hebt die anhaltende Notwendigkeit hervor, auch andere Partner zu schulen und zu unterstützen.

Welche Kommunikationstechnologien werden bereits genutzt?

Das Kernstück der Business Technology Trends-Studie ist es, den Einführungsgrad einer Reihe von Kommunikationstechnologien festzustellen. Darüber hinaus hat sie zum Ziel das Bewertungsstadium der Teilnehmer

zu erfassen, die diese Technologien noch in ihrem Unternehmen einführen wollen. Die am häufigsten schon eingeführten Technologien der in der Studie befragten Anwender waren „Videokonferenzschaltungen“ (mit 45 %, die sich als „bestehende Benutzer“ bezeichnen) und „Kollaborationssoftware“, wo sich 35 % als „bestehende Benutzer“ bezeichnen. „Interaktive Touchscreens“ folgte als nächstes in der Rangliste, mit 34 %, die sich selbst als „bestehende Benutzer“ bezeichnen – eine Zahl, die auf das riesige Potenzial im Geschäfts- und Firmenmarkt für diese Technologie hinweist.

Etwa 23 % der Befragten waren der Auffassung, dass die Einführung von „Präsentationsgateways“ durch ihre Unternehmen „unwahrscheinlich“ sei, was wiederum auf ein Mangel an Verständnis dessen verweisen könnte, was die Technologie zu bieten hat. Deutlich wird das verglichen mit „Interaktiven Touchscreens“: Hier bewerteten nur 5 % der Teilnehmer den Einsatz als „unwahrscheinlich“, obwohl sich die Anwendungen ähneln.

In den Fällen, bei denen der Anwendungsfall für eine Kommunikationstechnologie offensichtlich ist, sind auch die Teilnehmer, die diese derzeit nicht in Verwendung haben, im Prozess der Evaluierung. Bei „Videokonferenzschaltungen“ zum Beispiel sagen zusätzlich zu den 45 %, die diese Technologie bereits eingeführt haben, weitere 16 %, die Einführung sei „sicher“, 18 % „wahrscheinlich“ und 15 % „möglich“.

„Interaktive Touchscreens“, „Kollaborationssoftware“ und „Augmented Reality“ zeigen ähnliche Muster des latenten Bedarfs, wohingegen „Drohnen-Videosysteme“



das größte Desinteresse zur Einführung in Unternehmen aufweisen. Die Umfrage zeigt erhebliche verborgene Potenziale, die in den am weitesten verbreiteten Kommunikationstechnologien noch ausgeschöpft werden können. Diejenigen, bei denen die Einführung als „unwahrscheinlich“ eingestuft wird, sind auch diejenigen, in denen der Wissensstand niedrig ist.

Wer beeinflusst die Auswahl von Kommunikationstechnologien?

Die Einflüsse auf die Auswahl von Kommunikationstechnologien erstrecken sich weit in alle Hierarchieebenen von kommerziellen Organisationen. Etwa 68 % der Teilnehmer berichteten, dass der Geschäftsführer oder CEO einen Einfluss auf die Wahl der in ihren Organisationen eingesetzten Kommunikationstechnologien ausübt. Weitere wichtige Akteure in der Kaufentscheidung sind „leitende Angestellte“ (68 %), „Geschäftsbereichsleiter“ (63 %) und „Abteilungsleiter“ (63 %). Etwas mehr als die Hälfte der Teilnehmer (53 %) sagen, dass der „Vorstand“ ihrer Organisation zum Entscheidungsprozess beiträgt, wenn neue Kommunikationstechnologien zur Diskussion kommen. „Techniker“ bekommen bei 55 % der Teilnehmer eine Gelegenheit, ihre Meinung zu äußern, und „direkte Vorgesetzte“ bei weiteren 29 %. Nur 16 % der Teilnehmer berichteten, dass „Techniker“ keinen Einfluss auf die Technologieauswahl ausüben. Entscheidungen über Kommunikationstechnologie-Investitionen werden auf übergeordneter Ebene innerhalb der Unternehmensorganisation getroffen. Dies hat Auswirkungen auf die Art und Weise wie diese Technologien den Endbenutzern vorgestellt werden.

Wer genehmigt den Kauf von Kommunikationstechnologien?

Die Genehmigung von Technologieinvestitionen spiegelt das Schema der Einflussnahme der letzten Frage wider, wobei der Geschäftsführer/CEO eine führende Rolle spielt. Die Aufgabe, die Bestellung zu unterzeichnen, wird jedoch an „Geschäftsbereichsleiter“ oder „Abteilungsleiter“ delegiert. Die Mehrheit der „Techniker“ ist nicht am Genehmigungsverfahren beteiligt. Während Investitionen in modernen Kommunikationstechnologien zwischenzeitlich als betriebsnotwendig gelten und daher auch auf der Führungsebene besondere Beachtung erhalten, ist es dennoch wichtig, alle Hierarchieebenen im Rahmen des Einführungsverfahrens mit einzubeziehen.

Was sind die Bewertungsprozesse für Kommunikationstechnologien?

Die Teilnehmer wurden nach ihren Evaluierungsprozessen für neue und innovative Kommunikationstechnologien befragt. Sie wurden auch zu den Fortschritten bei der Bewertung von unterschiedlichen Kommunikationstechnologien befragt. Etwa 50 % der Teilnehmer gaben an, dass ihre Organisationen bereits „Video-Konferenzschaltungen“ eingeführt hätten und weitere 20 % „Pilotversuche“ durchführten. Dies ist die am weitesten verbreitete Kommunikationstechnologie, gefolgt von „Interaktiven Touchscreens“ (33 % bereits eingeführt und 22 % Pilotversuche) und „Kollaborationssoftware“ (39 % bereits eingeführt und 21 % Pilotversuche). Sogar bei den am weitest verbreiteten Kommunikationstechnologien ist das Marktpotenzial

noch groß. Das zeigt deutlich, welche Möglichkeiten es noch für Lieferanten von AV/IT-Lösungen gibt.

Wo werden aktuelle Projekte durchgeführt?

Die Teilnehmer wurden gefragt, ob sie an einem aktuellen Projekt beteiligt seien, und wenn ja, in welcher Abteilung das Projekt durchgeführt wird/wurde. Die meisten der laufenden Projekte fanden in kundenorientierten Abteilungen statt, darunter Marketing (25), Vertrieb (22), Kundenservice (20) und Forschung und Entwicklung (15) sowie Neuproduktentwicklung (13). Darüber hinaus gab es 30 Projekte von organisationsübergreifender Bedeutung.

Investitionsrentabilität von Kommunikationstechnologie-Projekten

Die Teilnehmer wurden gebeten, die relative Bedeutung der Vorteile ihrer Technologieinvestitionen zu beurteilen. Diejenigen, die die Bedeutung von jedem Punkt mit 4 oder 5 von 5 bewerteten, bewerteten „Verbindung von Außenstellen oder externe Mitarbeitern“ als „am wichtigsten“. 58 % der gesamten Antworten entfielen darauf. Die zweitbeliebteste Antwort war mit 42 % der Vorteil von „Reduzierten Reisekosten und Zeitersparnis“. „Erhöhter Umsatz pro Kunde“ rangierte auf Platz drei mit 39 %, „vergrößerter Kundenstamm“ auf dem vierten Platz mit 38 %.

Dieser Fokus auf die Verbesserung der Zusammenarbeit (Verbindung von Außenstellen und externen Mitarbeitern) ist eine interessante Entwicklung, denn



bisher waren reduzierte Reisekosten und Zeitersparnis die gängige Kostenrechtfertigung für Videokonferenzschaltungen, die gebräuchlichste Kommunikationstechnologie-Investition „Verbindung von Außenstellen und externen Mitarbeitern“ hat das gängigste Rechtfertigungsargument für kollaborative Technologien ersetzt – nämlich das Argument der „reduzierte Reisekosten und der Zeitersparnis“. Dies ist ein Zeichen für sowohl einen reifenden Markt als auch ein anspruchsvolleres Verständnis der Technologie.

Welche BYOD-Richtlinien gibt es?

Die Studie forderte die Teilnehmer dazu auf, über die BYOD-Richtlinien ihrer Organisation zu berichten. Die Zahl der Organisationen mit einer definierten Richtlinie und die Zahl derjenigen ohne waren ausgeglichen. Von den Organisationen, die BYOD-Richtlinien haben, erlaubte die größte Gruppe die Verwendung von bestimmten Geräten. Ein kleiner Prozentsatz verbietet den Einsatz von mobilen Geräten vollständig. Die Studie zeigte auch die Dominanz der Microsoft-Plattform unter Kommunikationstechnologie-Nutzern.

Welche Barrieren für die Einführung von Kommunikationstechnologien gibt es?

Die Teilnehmer wurden gebeten, die Bedeutung einer Vielzahl von Hindernissen für die Verabschiedung von Kommunikationstechnologien zu bewerten. Die Teilnehmer, die jedes Hindernis mit 4 oder 5 von 5 möglichen bewerteten, gaben an, dass „Unkenntnis der neuen Technologien“ und „Kapitalbudgetverfügbarkeit“ zu den wichtigsten Hindernisse für die Einführung gehören. Auch Bedenken wegen der „Datensicherheit“ wurde häufig genannt. Wichtig ist auch der Mangel an qualifiziertem Personal, um innovative Lösungen zu installieren und zu betreiben. Das Aufkommen von Hardware as a Service (HaaS) würde den meisten dieser Bedenken gerecht werden. „Unkenntnis“ wird als das Haupthindernis für die Einführung von innovativen Kommunikationstechnologien berichtet. Dies zeigt eine deutliche Notwendigkeit der kontinuierlichen Anwenderschulung.

Über diese Studie

Die Business Technology Trends-Studie soll jährlich veröffentlicht werden und ist darauf ausgelegt, den Fortschritt der Kommunikationstechnologien in ganz Europa zu beobachten.

Die Partner des BTT 2017-Konsortiums sind:

AV News

Europas führende Informationsquelle für Hersteller und Dienstleister für AV/IT-Lösungen. AV News veröffentlicht Zeitschriften, Berichte und Newsletter und organisiert die jährlichen AV News Awards im Rahmen der Integrated Systems Europe (ISE) im Februar.

macom

Die macom GmbH ist Europas führender Technologie-Consultant und Medientechnik-Fachplaner. Mit einem Team von mehr als 50 branchenspezialisierten Ingenieuren und Beratern unterstützt macom seine Kunden bei der Konzeption, Planung und Umsetzung von einfachen, standardisierten Kommunikationslösungen, bis zu komplexen, vernetzten Großprojekten – unabhängig und herstellerneutral. Durch die langjährige Erfahrung im Umgang mit anspruchsvollen Projekten

im In- und Ausland sind die macom Ingenieure bekannt für besondere Lösungen, hohe Innovativität und wirtschaftlich optimierte Ausarbeitung. Zudem verfügt macom über weitreichende Erfahrung in der Projektsteuerung und dem Schnittstellenmanagement von medientechnischen Bauprojekten.

Maverick

Maverick ist stolz auf sein Angebot von spezialisierter Unterstützung und spezialisierten Dienstleistungen, um Ihrem Unternehmen zu helfen, zu wachsen und erfolgreich zu sein. „Wir arbeiten mit den weltweit führenden AV-Marken zusammen, um Ihnen Komplettlösungen anzubieten, die alle Ihre audiovisuellen Bedürfnisse erfüllen. Wir unterstützen Ihr Unternehmen durch das Wissen und die Kompetenz unseres engagierten AV-Teams, und als Fachabteilung von Tech Data können wir Ihnen logistische und finanzielle Unterstützung bieten, die in der AV-Branche unübertroffen ist. Maverick bietet nicht nur die spezialisierte Unterstützung eines dedizierten AV-Distributors an, sondern hat auch die Möglichkeit, Ihre IT-Integrationsanforderungen durch unsere damit verbundenen Vertriebsgeschäftsfelder zu unterstützen.“



Business Technology Trends 2017