



UNIFIED COMMUNICATIONS

Der Wunsch als Vater des Gedankens	31
Viel Potential mobiler UC-Lösungen bleibt ungenutzt	33
Digitale Assistenten für smarte Meetings	35
Marktübersicht: Die Telefonanlage wird virtuell	37
Fallbeispiel: Unternehmenskommunikation in Zeiten von All IP	40

Der Wunsch als Vater des Gedankens

Know-how Vereinheitlichte Kommunikation soll die Aufmerksamkeit auf Verfügbarkeit richten, die Zusammenarbeit vereinfachen und effiziente Abläufe fördern. Ihre volle Wirkung erzielt sie jedoch oft nur mit entsprechendem Aufwand oder über Umwege.

Von Matthias Oswald

Unternehmen kommunizieren heutzutage viel und ausführlich, leider aber tendenziell auch redundant und an den Bedürfnissen der Beteiligten vorbei. Denn mit den neuen Möglichkeiten von Mobile Computing, Cloud-Anwendungen, Smartphones und Tablets in Kombination mit schnelleren und stabileren Verbindungen steigt auch die Zahl verwendeter Systeme, die aufeinander abgestimmt werden müssen. Hinzu kommt, dass durch die gestiegene Erreichbarkeit und die privat verwendeten Kommunikationssysteme im Sinne der Konsumerisierung auch die Ansprüche der Business-Nutzer an eine schnellere und bessere Zusammenarbeit in Projekten zunehmen. Unified Communications (UC) als Konzept für eine verbesserte (Echtzeit-) Kommunikation soll deshalb im Geschäftsumfeld Abhilfe schaffen, versprechen zumindest die Hersteller. Die Idee dahinter: Mit der Integration sämtlicher Kommunikationsmedien auf einer einheitlichen Umgebung sollen die Erreichbarkeit für die Zusammenarbeit in Teams erhöht und damit die Arbeitsabläufe effizienter gestaltet werden.

Wichtige Bestandteile von UC

UC-Lösungen vereinen deshalb im Sinne der Konvergenz Kommunikationsmedien, Groupware-Systeme und weitere IT-Technologien wie ERP-, CRM- oder spezialisierte Business-Anwendungen in einer gemeinsamen Arbeitsumgebung. Technologisch und konzeptionell lässt sich der Marketing-Begriff Unified Communications (UC), sinnvollerweise in Kombi-

nation mit Zusammenarbeits-Tools unter dem Begriff Unified Communications and Collaboration (UCC), mit vier Anspruchsszenarien charakterisieren: Die Integration von Medien, Präsenzinformationen, Arbeitskontext sowie Kollaborationsfunktionen. Was die Zusammenführung von Kommunikationsmedien angeht, hat die Umstellung auf IP-Telefonie zwar eine gemeinsame technische Basis der Interakteure zur Folge, sie kann aber auch mit herkömmlichen Telekommunikationsgeräten anderer Technologien erfolgen – immerhin bestand das UC-Konzept bereits Jahrzehnte vor der Umstellung der Telefonie auf das Internetprotokoll. Im Wesentlichen geht es hier darum, Medienformate wie Text, Audio oder Video, Geräte und Software-Anwendungen für jeden Anwender nutzer- oder rollenbasiert in einem System zur Verfügung zu stellen. In einer solchen UC-Umgebung können nun Angaben von Nutzern zu ihrem Präsenzstatus die Erreichbarkeit anzeigen und die Organisation der Kommunikation vereinfachen. Hinzu kommt die Integration in eine Arbeitsumgebung, etwa indem bei Business-Anwendungen wie ERP- oder CRM-Software Präsenzinformationen verfügbar gemacht und direkt über Dokumente oder Datensätze eine Kommunikationsverbindung (Video, Instant Messaging, etc.) aufgebaut werden kann. Oftmals macht es dabei Sinn, UC-Anwendungen um Kooperationsfunktionen zu erweitern, sei es, indem Web-Konferenzen oder interaktive Whiteboards implementiert werden oder Social-Collaboration-Werkzeuge zur gemeinsamen Arbeit an Dokumenten, um Synchroni-

sation, Historisierung und Compliance-Fähigkeit von Informationen zu gewährleisten.

Problematik mit privaten Apps

Neben Telefonie, E-Mail, Instant Messaging, Video- und Telefonkonferenzen sowie Desktop Sharing werden auch private Kommunikations-Apps wie Whatsapp oder Skype mit all ihren Sicherheitsrisiken und den Bedenken hinsichtlich Datenschutz genutzt. Einer aktuellen Umfrage des Business-Messenger-Anbieters Brabbler zufolge verwenden zwei Drittel der Befragten ihre privaten Apps wie Whatsapp, Facebook Messenger oder Skype auch während der Arbeit. Die Hälfte gab sogar an, dies auf ihren geschäftlich genutzten Smartphones zu tun. Das Problem: diese Apps können Mail-Adressen, Telefonnummern von Mitarbeitenden, Kunden und Partnern auslesen und weitergeben. Auch ist sich die Hälfte bewusst, dass dies ihren Arbeitgeber in datenschutzrechtliche Schwierigkeiten bringen kann. Kaum verwunderlich dabei ist, dass bei einem Grossteil der Firmen (65%) keine entsprechende Business-Anwendung im Einsatz ist. Bei Firmen mit weniger als 25 Beschäftigten sind Business-Messenger gerade mal bei zwei von zehn Unternehmen verfügbar. Kurzum: je kleiner die Firma, desto seltener die Verwendung von Nachrichten-Tools für Unternehmen. Auch wenn die Umfrage bei deutschen Nutzern gemacht wurde, dürfte sich die Situation in der Schweiz nicht wesentlich von der in Deutschland unterscheiden.

Social Collaboration nimmt zu

Erfreulich hingegen ist, dass Social Collaboration Tools (SC) in der Schweiz immer häufiger genutzt werden. Gemäss einer mehrjährigen Zeitreihenuntersuchung von Campana & Schott stieg der Reifegrad Schweizer Firmen auf einer Skala von 1 bis 7 im Vergleich zum Vorjahr von 3,28 auf 3,83. Dies bedeutet, dass erstmals mehr digitale Technologien zum Einsatz kommen, als etwa das Befragen persönlicher Kontakte oder das Versenden von E-Mails. Am meisten werden dabei Tools für mobiles Arbeiten genutzt, gefolgt vom Austausch von Dokumenten und der Suche nach Informationen. Wer öfter Social-Collaboration-Werkzeuge nutzt, arbeite bis zu 30 Prozent effizienter als seine Kollegen, so die Autoren der Studie.

Inzwischen dienen dabei SC Tools vor allem zur Förderung von Innovationen und zur Verstärkung der firmenübergreifenden Zusammenarbeit. Und hier genau liegt die Krux: Oftmals verunmöglichen allein schon die Sicherheitsvorschriften eine optimale Integration von UC und SC zu «echtem» UCC über Unternehmensgrenzen hinweg. UCC-Anwendungen beschränken sich darüber hinaus meistens auf die Kommunikation und bieten für Kollaboration auf Dokumentenbasis kaum Unterstützung. Der Teufel liegt also im Detail. Um zu verhindern, dass Mitarbeitende mit privaten Tools wie Whatsapp, Dropbox und Co. hantieren, greifen Verantwortliche nicht selten auf externe, zertifizierte Cloud-Dienste zurück. Diese lassen sich in Arbeitsumgebungen und Prozesse einbinden, ohne ein grösseres IT-Projekt mit zusätzlichen Kosten und entsprechender Dauer bis zur Inbetriebnahme anstossen zu müssen. Das tollste SC-Tool mit Dokumenten-Synchronisation, Wikis, Blogs, Foren und Projekträumen hingegen kann seine Wirkung nicht entfalten, wenn sein Mehrwert nicht vermittelt und die Verwendung «Top Down» vom Management vorgelebt wird.

Kommunikation muss effizient sein

Im heutigen Geschäftsumfeld kann eine langsame oder fehlerhafte Kommunikation schnell einmal einen Wettbewerbsnachteil bedeuten. Es gibt deshalb eine Vielzahl an Möglichkeiten, mit Mitarbeitern, Kunden oder Geschäftspartnern zu kommunizieren. Aber sind diese immer auch effizient? Müssen all die verschiedenen Optionen – Fixtelefon, Mobiletelefon, Messenger, SMS, Soziale Netze und vieles mehr – durchprobiert werden, um mit jemandem Kontakt aufzunehmen? Effiziente Kommunikation soll schliesslich nicht Selbstzweck, sondern Mittel zum Zweck sein. Die vielen zur Verfügung stehenden Tools sind aber immer wieder eine Quelle der Frustration. Eine Videokonferenz oder gar eine simple Telefonkonferenz ist oftmals mühsam aufzusetzen. Und es dauert nicht selten länger, für alle Beteiligten einen gemeinsamen Termin zu finden, als die Konferenz in Anspruch nimmt. Webbasierte Systeme wiederum bieten viele Vorteile, aber wehe, nicht alle Teilnehmer sind auf derselben Plattform unterwegs oder man möchte kurzfristig einen weiteren

Teilnehmer zu einer Konferenz einladen. Von Unified Communication & Collaboration kann in solchen Fällen bestenfalls noch ansatzweise gesprochen werden. Medienintegration, Präsenzinformation, Kontextintegration und Kooperation, als die vier Eckpfeiler in einer einheitlichen Umgebung kombiniert, sind die Essenz von UC und ersetzen die Unmengen an Systemen, Schnittstellen, User Interfaces und Identitäten. Das eigentliche Potential entfaltet UC aber erst als UCC, wenn Unternehmen die Kommunikation als integralen Bestandteil zur Verbesserung ihrer Geschäftsprozesse verwenden. In Verbindung mit Business-Software-Systemen (ERP, CRM etc.) ermöglichen sie eine weitere Steigerung der Produktivität. Viele KMU stehen jedoch erst am Anfang einer effektiven Implementierung von UC oder UCC, inklusive mobiler Ressourcen. Häufig werden ad hoc und unkoordinierte Applikationen eingeführt. So hat zum Beispiel allein schon die Einführung von Voice over IP bei vielen Unternehmen zu einer Kaskade finanzieller Überraschungen geführt. Entsprechend zurückhaltender ist deshalb manch Verantwortlicher geworden. Dennoch sind die Vorteile von UC vielfältig, und integrierte Kommunikation entwickelt sich langsam aber stetig zu einem wichtigen Erfolgsfaktor effizienter Geschäftskommunikation und Organisation und zur Erlangung von Wettbewerbsvorteilen. Während bei Grossunternehmen und dem gehobenen Mittelstand umfassende UC-Plattformen Sinn machen, bieten sich für kleinere Firmen cloud-basierte Dienste als ideale, risikoarme und günstige Alternativen an. Sie sind skalierbar, die Kosten sind kalkulierbar, und die Verfügbarkeit übersteigt meistens die der eigenen Systeme. ■

DER AUTOR

Matthias Oswald ist Geschäftsführer des Schweizer Internet Service Providers iWay. Das 1995 gegründete Unternehmen mit Sitz in Zürich und Chur ist auf vielen Schweizer Stadtnetzen präsent und bietet massgeschneiderte Lösungen in den Bereichen Internet Access, Voip-Telefonie, E-Mail, Hosting und Cloud Services für kleinere und mittlere Unternehmen und Privatpersonen.

