

Christian Bauer: „Geschäftsreisen sind ein Kostenfaktor und senken die Produktivität der Mitarbeiter. Mit Videokonferenzen können viele Dienstreisen eingespart werden. Aber Unified Communications ist mehr als nur ein Kostendrucker. Es verändert unsere Arbeitswelt tief greifend.“

Kulturwandel mit Kostenvorteilen

Christian Stemberger

economy: Herr Bauer, Unified Communications (UC) ist einer der großen Hoffnungsträger der IT-Anbieter. Wenn man sich aber die Anwendungen – wie die Videokonferenz – ansieht, gibt es die ja nicht erst seit gestern. Hat die IT-Industrie hier bloß einen weiteren Marketingbegriff geschaffen?

Bauer: Nein – UC ermöglicht neue Formen der Zusammenarbeit. Die technische Grundlage dafür bildet das Zusammenwachsen von Mobilfunk, Festnetz und Datennetz zu einem einheitlichen Netzwerk. In diesem Netz werden sämtliche Informationen, egal ob E-Mails oder Telefonate, als Datenpakete ausgetauscht. Daher sprechen wir heute auch nicht mehr von IT da und Telekom dort, sondern von IKT, der Informations- und Kommunikationstechnologie.

Was ändert das für die Nutzer?

Die Nutzer bemerken vor allem, wie einfach es heute ist, Kommunikation mit Collaboration, also mit der gemeinsamen Erarbeitung von Inhalten im Internet, zu ver-

binden. Man braucht heute keinen technischen Support mehr, um eine Konferenz aufzubauen und in dieser dann an einem Dokument zu arbeiten, das alle Teilnehmer online betrachten und verändern können. Dafür reicht eine halbstündige Einschulung. Das gilt sowohl für Konferenzen mit dem Microsoft Office Communications Server wie für die High End-Lösung Telepresence von Tandberg.

Wie profitieren die Kunden?

Die Unternehmen profitieren durch die Optimierung der Kommunikationsprozesse im Unternehmen. Das bedeutet schnellere Reaktionszeiten und damit höhere Flexibilität, und es entfallen Reisekosten. Mitarbeiter, die weniger Zeit im Flugzeug oder Auto verbringen, sind auch produktiver.

Es geht um Kostensenkungen und höhere Produktivität.

Es geht um sehr viel mehr. Dank UC können Sie nun in weltweiten Teams und von jedem Ort aus arbeiten – vom Büro, von zuhause oder von der Parkbank aus. Wir befinden uns mitten in einem Kulturwandel, der unsere gesamte Arbeitswelt umfasst und verändert.

Veränderungen sind nicht immer willkommen ...

Es kommt dabei sehr darauf an, wie Neuerungen kommuniziert werden. Sie dürfen nicht die neue Technologie selbst in den Vordergrund stellen. Im Zentrum steht der Mensch – und wie er die Technik zu seinem Vorteil und dem des Unternehmens nutzen kann.

Wie wird die Einführung von UC ein Erfolg?

Es ist ein tief greifender Wandel, der langfristig begleitet wer-



Die Zukunft der Kommunikation: Videokonferenzen mit Telepresence von Tandberg fühlen sich wie persönliche Meetings an. Foto: a1telekom.at

den muss. Von heute auf morgen trennt sich niemand von alten Gewohnheiten. Andererseits sind die Vorteile leicht darzustellen – wer verzichtet nicht gern auf die eine oder andere Dienstreise, besonders jetzt im Hochsommer?

Welche möglichen Hilfestellungen können Sie als Anbieter Ihren Kunden geben?

Es ist zu wenig, einfach eine technische Lösung hinzustellen. Daher haben wir in Consultants investiert, um unsere Kunden bei der Neugestaltung ihrer Prozesse beraten zu können. Erst dann beginnen wir, die technische Umsetzung zu konzipieren. Damit UC funktioniert, muss das gesamte Umfeld bedacht werden. Wir haben diese Produkte und Dienstleistungen in unserem Portfolio und können somit für unsere Kunden ein Komplettpaket schnüren.

Was muss da bedacht werden?

Das fängt bei der Sicherheit an. Desktops sowie lokale und überregionale Netzwerke werden auf die Lösung abgestimmt, Telefonanlagen und mobile Endgeräte (Laptops, Smartphones) werden integriert.

Können Kleine und Mittlere Unternehmen (KMU) UC technisch bewältigen und finanzieren?

KMUs bietet sich die Möglichkeit, UC als Service komplett zu Telekom Austria auszulagern. Die Anfangsinvestitionen sind gering, wir können Kostenvorteile an die Kunden weitergeben. Die KMU interessieren sich zunehmend für Outsourcing, nicht nur wegen der Einsparungen – denn IT wird immer mehr zur Commodity, die als Kostenblock gesehen wird und keine deutlichen Wettbewerbsvorteile bringt.

Zur Person



Christian Bauer ist Leiter des Bereichs Business Marketing bei A1 Telekom Austria. Foto: a1telekom.at