

Consumerization Study CIO Challenges 2012

Herausforderungen im Umgang mit „Bring your own“



Copyright

Dieses Market Paper wurde von der **techconsult** GmbH im Auftrag von Microsoft Deutschland verfasst. Die darin enthaltenen Daten und Informationen wurden gewissenhaft und mit größtmöglicher Sorgfalt nach wissenschaftlichen Grundsätzen ermittelt. Für deren Vollständigkeit und Richtigkeit kann jedoch keine Garantie übernommen werden. Alle Rechte am Inhalt dieses Market Papers, auch die der Übersetzung, liegen bei der **techconsult** GmbH. Vervielfältigungen, auch auszugsweise, sind nur mit schriftlicher Genehmigung der **techconsult** GmbH gestattet.

Copyright **techconsult** GmbH 2012

Disclaimer

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen etc. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften. In diesem Market Paper gemachte Referenzen zu irgendeinem spezifischen kommerziellen Produkt, Prozess oder Service durch Markennamen, Handelsmarken, Herstellerbezeichnung etc. bedeutet in keiner Weise eine Bevorzugung durch die **techconsult** GmbH.

Inhaltsverzeichnis

1. MANAGEMENT SUMMARY	5
2. ZIELSETZUNG DER STUDIE.....	6
3. STUDIENDESIGN	7
3.1. Veröffentlichungsmodus.....	7
3.2. Stichprobe	8
4. HERAUSFORDERUNGEN IM UMGANG MIT „BRING YOUR OWN“	10
4.1. „Bring your own“: Nutzungsintensität und -art.....	10
4.1.1. Nutzungsintensität mobile Endgeräte.....	10
4.1.2. Nutzungsintensität privater Anwendungen	12
4.1.3. Private mobile Endgeräte und Anwendungen – Motor der Produktivität?.....	14
4.2. Anwendersicht auf Kontrolle und Richtlinien bezüglich der Nutzung.....	15
4.2.1. Kontrolle.....	15
4.2.2. Unternehmensrichtlinien	16
4.3. Gefahren und Herausforderungen	18
4.3.1. Gefahren für Unternehmen aus Anwendersicht.....	18
4.3.2. Herausforderungen für Unternehmen.....	18
4.3.3. Was spricht gegen die Nutzung von privaten Endgeräten und Anwendungen?	19

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Stichprobencharakteristik: Mitarbeiterzahl und PC-Größenklasse in Deutschland	9
Abbildung 2:	Stichproben-Branchenverteilung.....	9
Abbildung 3:	Stichproben-Positionsbeschreibung.....	10
Abbildung 4:	Nutzung nach mobilen Endgeräten	11
Abbildung 5:	Unterschiede in der Anwendungsnutzung im Öffentlichen Sektor (Public) und in der Privatwirtschaft (Commercial).....	12
Abbildung 6:	Nutzung privater Anwendungen	13
Abbildung 7:	Anwendungen von Anwendern, die angeben zu profitieren bzw. nicht zu profitieren	14
Abbildung 8:	Produktivitätssteigerung	15
Abbildung 9:	Verantwortlichkeiten beim Einsatz privater Endgeräte und Anwendungen.....	16
Abbildung 10:	Befürwortung/Ablehnung von Consumerization	17
Abbildung 11:	Ursachen für Ablehnung.....	20

1. Management Summary

Das vorliegende Market Paper untersucht, inwieweit Arbeitnehmer mit einem PC-Arbeitsplatz bereits private mobile Endgeräte bzw. Anwendungen an ihrem Arbeitsplatz nutzen, welche Treiber es gibt und wie sich die Unternehmen zu diesem Thema derzeit positionieren.

69 Prozent der Arbeitnehmer, die an ihrem Arbeitsplatz generell mobile Endgeräte wie Notebooks, Tablets oder Smartphones einsetzen, nutzen derzeit private Geräte im Unternehmen. Dabei dominieren Smartphones mit einem Anteil von 67 Prozent und Laptops mit 52 Prozent. Das Gros der Befragten nutzt private Endgeräte zur Kommunikation via E-Mail und für Webbrowser bzw. Internetdienste.

Die Nutzungsintensität privater Anwendungen ist im Vergleich zu privaten Endgeräten derzeit geringer. 26 Prozent der Arbeitnehmer, die an ihrem Arbeitsplatz mobile Endgeräte im Einsatz haben, nutzen private Anwendungen im Unternehmen. Bevorzugte Anwendungen sind Webbrowser bzw. Internetdienste, gefolgt von E-Mail und Office-Programmen.

Das Arbeiten mit dem eigenen gewünschten bzw. gewohnten Gerät führt zu einer größeren Motivation der Mitarbeiter und hat nicht zuletzt auch Auswirkungen auf die Produktivität. 44 Prozent der Befragten erwarten eine Produktivitätssteigerung bis zu 30 Prozent.

Nach Meinung der Mitarbeiter hält sich die Unternehmensfreude über private Geräte und Anwendungen allerdings noch in Grenzen. IT-Verantwortliche stehen dem Thema derzeit eher skeptisch gegenüber, denn während „Bring your own“ für Mitarbeiter das ideale Mittel ist, ihre Motivation und Zufriedenheit zu erhöhen, stehen IT-Verantwortliche vor der Herausforderung, die Geräte und Anwendungen sicher in die bestehende IT-Infrastruktur einzubinden. Hier offenbart sich auch eine größere Hemmschwelle beim Nutzer, die deutliche Mehrheit von 85 Prozent wäre nicht bereit, die Kontrolle über ein privates Gerät aus der Hand zu geben, obwohl nur 23 Prozent der Befragten glauben, gegenüber der internen Unternehmens-IT bezüglich des Managements von Software und Endgeräten einen besseren Wissenstand zu haben.

Noch steht aus Sicht der Mitarbeiter eine deutliche Mehrheit der Unternehmen dem Trend zum „Bring your own“ eher ablehnend bzw. gänzlich ablehnend gegenüber. 60 Prozent der Unternehmen sind gegen die Nutzung privater Endgeräte. Noch deutlich mehr Unternehmen, nämlich 74 Prozent, möchten nicht, dass private Software genutzt wird. In erster Linie wird ein zu großes Sicherheitsrisiko gesehen. Anwender sehen „Bring your own“ wesentlich unkritischer: 30 Prozent der Befragten schätzen den Aufwand für das Management privater Endgeräte bzw. Software am Arbeitsplatz als gering ein.

2. Zielsetzung der Studie

Die Grenzen zwischen der Arbeitswelt und dem Privatleben schwinden zusehends. Fakt ist, dass der Digital Native einerseits flexibel sein und dabei nicht mit einem Ballast von mobilen Endgeräten ausgestattet sein möchte, andererseits möchte er mit dem Gerät arbeiten, das er selbst ausgesucht hat. Das hat zur Folge, dass Consumerization, ein Trend, bei dem private Gewohnheiten auf den Arbeitsplatz projiziert werden, die Arbeitswelt verändert: Das „Mit-nach-Hause-Schleppen“ des schweren Bürolaptops, um dort noch arbeiten zu können, war gestern. Heute stehen die IT-Abteilungen der Unternehmen eher umgekehrt vor der Herausforderung, die privaten Geräte der Mitarbeiter in die unternehmerische IT-Infrastruktur einzubinden.

Consumerization of IT heißt für die IT- und Business-Verantwortliche letztendlich, sich intensiv mit diesem Thema auseinandersetzen zu müssen. Wie weit ermöglicht man es oder kann man es den Mitarbeitern ermöglichen, sich in Ihrem gewohnten bzw. wünschenswerten technologischen (statusträchtigen) Kommunikations- und Arbeitsumfeld zu bewegen? Dies gilt für die Endgeräte ebenso wie für die Apps und Lösungen, und vor diesem Hintergrund geht es insbesondere um die Zufriedenheit mit der Nutzbarkeit durch den Anwender.

Neben der Frage, wie und wie weit man diesen Trend unterstützt oder unterstützen kann, besteht natürlich auch die Frage danach, ob man diesem überhaupt folgen sollte. Welche positiven Effekte hat es, den Aufwand zu betreiben, private Endgeräte und private Anwendungen im Unternehmen zuzulassen?

Ein Argument dafür, dass IT-Abteilungen sich diesen Herausforderungen stellen sollten, könnte sein, dass die Mitarbeiter motivierter sind, wenn sie ihre eigenen Endgeräte und/oder Anwendungen einsetzen können und dabei auch davon profitieren, dass ihnen diese Umgebung vertraut ist und sie sich schnell zurechtfinden.¹ Wenn sie motivierter sind, bringen sie sich stärker ein, sind aufmerksamer, konzentrierter und dadurch auch produktiver. Auch jenseits der Motivationssteigerung aufgrund von z. B. Arbeitserleichterungen können Endgeräte die Mitarbeitermotivation erhöhen: Neben seiner Funktionalität im beruflichen Einsatz ist z. B. ein Smartphone auch als Statussymbol anzusehen. Ähnlich wie bei einem Dienstwagen bekommt der Mitarbeiter somit einen Mehrwert, der über den reinen finanziellen Wert hinausgeht. Auch können sich Unternehmen so

1 Vgl. zum Zusammenhang von Motivation und Produktivität durch Consumerization of IT auch das parallel zu dieser Studie erscheinende Whitepaper von Hans-Günter Lindner (FH Köln): „Consumerization: Von der individuellen Information zur IT“, Microsoft Whitepaper 2012.

u. U. attraktiver für potenzielle Mitarbeiter machen und so mehr Erfolg bei der Rekrutierung von Fachkräften haben.

Weiterhin könnten Unternehmen auch Kostenvorteile durch die Nutzung privater Endgeräte und Anwendungen erzielen, indem die Investitionen für entsprechende Endgeräte verringert werden.

Diese Überlegungen bilden den Hintergrund der *Consumerization Study CIO Challenges 2012*. Sie werden in den Market Papers, die zu dieser Studie erscheinen, aufgegriffen und insbesondere aus dem Blickwinkel folgender Kernfragen konkretisiert: Warum ist Consumerization of IT so interessant für IT-Verantwortliche aber auch für Business Entscheider im Unternehmen? Können Mitarbeiter des Unternehmens durch Consumerization profitieren? Führt Consumerization of IT zu mehr Produktivität im Unternehmen? Spielt Consumerization of IT eine Rolle für die Fachkräfte von morgen, z. B. in Hinblick auf die Wahl des Arbeitgebers?

3. Studiendesign

Die *Consumerization Study CIO Challenges 2012* wurde von der techconsult GmbH im Auftrag von Microsoft Deutschland konzipiert und durchgeführt. Dazu wurden im Oktober 2012 über 1000 Interviews zum Thema Consumerization geführt. Die Befragung erfolgte mittels computergestützten Web-Interviews (CAWI). Zielgruppe der Befragung waren in erster Linie Personen, die in Unternehmen mit mehr als 250 PCs arbeiten und die aufgrund der IT-Infrastruktur ihres Arbeitsplatzes (Nutzung von PC, Smartphone und/oder Tablet) theoretisch in der Lage wären, auch private IT-Endgeräte (wie Laptops, Smartphones und/oder Tablets) am Arbeitsplatz zu nutzen und z. B. in das Unternehmensnetzwerk einzubinden. Zusätzlich wurden 90 Interviews mit Studierenden geführt, die voraussichtlich in absehbarer Zeit (wenige Semester) in das Berufsleben eintreten werden. Auf diese Weise ist sichergestellt, künftige Anforderungen an Arbeitsgeber in diesem Themenkomplex zu berücksichtigen.

3.1. Veröffentlichungsmodus

Die Ergebnisse der Studie werden in einer Reihe von Market Papers veröffentlicht, die jeweils den Schwerpunkt auf einen Teilaspekt des Themas legen. Zum Schluss der Veröffentlichungsreihe ist eine Wiederholungsbefragung geplant, die die Entwicklungen aufzeigen soll, die sich im Zusammenhang mit dem Thema Consumerization in einem dreiviertel Jahr ergeben haben. Die Ergebnisse dieser Wiederholungsbefragung sowie der Vergleich dieser mit den Ergebnissen der Initialbefragung bilden den Schwerpunkt des siebten und letzten Market Papers („Veränderungen durch eine consumerorientierte IT“).

Die Market Paper haben folgende Schwerpunkte:

1. Herausforderungen im Umgang mit „Bring your own“
2. Der mediale Mitarbeiter von heute
3. Die Umsetzung von Unternehmensrichtlinien auf dem Prüfstand
4. Die CIO-Challenges auf Führungsebene (leitende Angestellte, Management)
5. Die CIO-Challenges auf Abteilungsebene (Vertrieb, Marketing, Controlling und IT)
6. IT-Lifestyle-Artikel als Job-Motivator
7. Trendcheck: Consumer-orientierte IT im Wandel der Zeit

3.2. Stichprobe

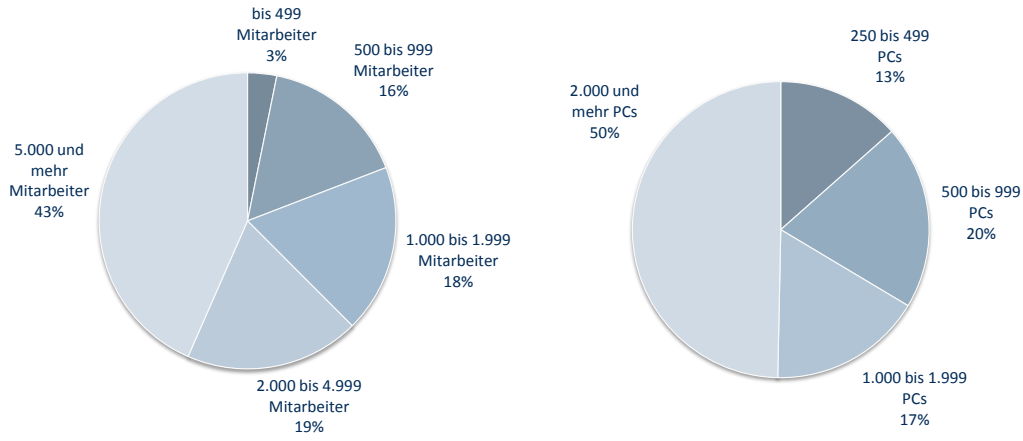
Die Stichprobe der Befragung erstreckt sich über den gehobenen Mittelstand bis Großunternehmen. Dabei sind Unternehmen ab 250 PCs im Unternehmen in die Stichprobe hineingeflossen. Den größten Anteil der Stichprobe machen die Großunternehmen mit mehr als 2000 PCs aus. Dies entspricht ungefähr 5000 und mehr Mitarbeitern.

Ein wesentliches Kriterium bzw. eine wesentliche Voraussetzung für die Befragung war der tägliche Einsatz von bzw. das tägliche Arbeiten der Ansprechpartner mit mobilen Endgeräten am Arbeitsplatz. Daher wurden nur Personen befragt, die angegeben haben, dass sie täglich mit Notebooks, Smartphones oder Tablet-PCs arbeiten und somit potenziell auch die Möglichkeit oder ein Interesse daran haben könnten, mit eigenen Endgeräten und/oder eigenen Anwendungen zu arbeiten.

Die Stichprobe verteilt sich über alle Branchen, wobei die Öffentlichen Verwaltungen und das Dienstleistungssegment mit je einem Viertel die größten Anteile in der Stichprobe ausmachen.

Da die Ergebnisse innerhalb der kommerziellen Segmente nur marginale Unterschiede aufweisen, wurde der Split zwischen Privatwirtschaft und Öffentlichem Dienst vorgenommen. Auf nennenswerte Unterschiede wird im folgenden Bericht hingewiesen.

Stichprobe nach Mitarbeitergrößenklasse und PC-Größenklasse

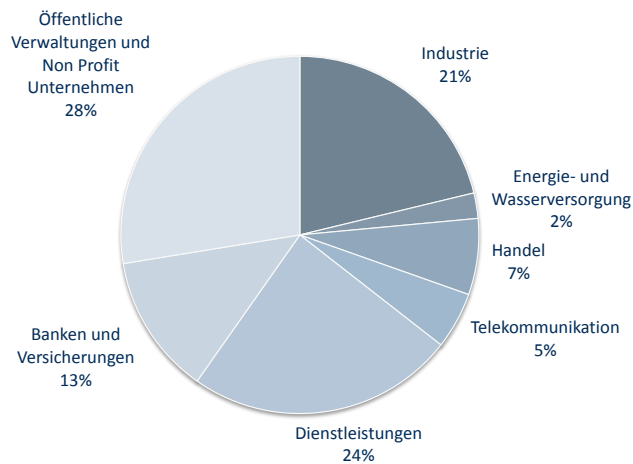


Basis: 914 Unternehmen

© 2012 techconsult GmbH | Tel.: +49 (0) 561/8109-0 | www.techconsult.de

Abbildung 1: Stichprobencharakteristik: Mitarbeiterzahl und PC-Größenklasse in Deutschland

Welcher Branche gehört Ihr Unternehmen an?



Basis: 914 Unternehmen

© 2012 techconsult GmbH | Tel.: +49 (0) 561/8109-0 | www.techconsult.de

Abbildung 2: Stichproben-Branchenverteilung

Unter den Befragten fanden sich 39 Prozent, die einen bestimmten Themenbereich zu verantworten haben. Weitere 29 Prozent sind für Projekte verantwortlich, 24 Prozent haben eine leitende Position mit Mitarbeiterführung inne und 16 Prozent sind für eine Abteilung verantwortlich.

Durch welche der folgenden Kriterien kennzeichnet sich Ihre Position in Ihrem Unternehmen?

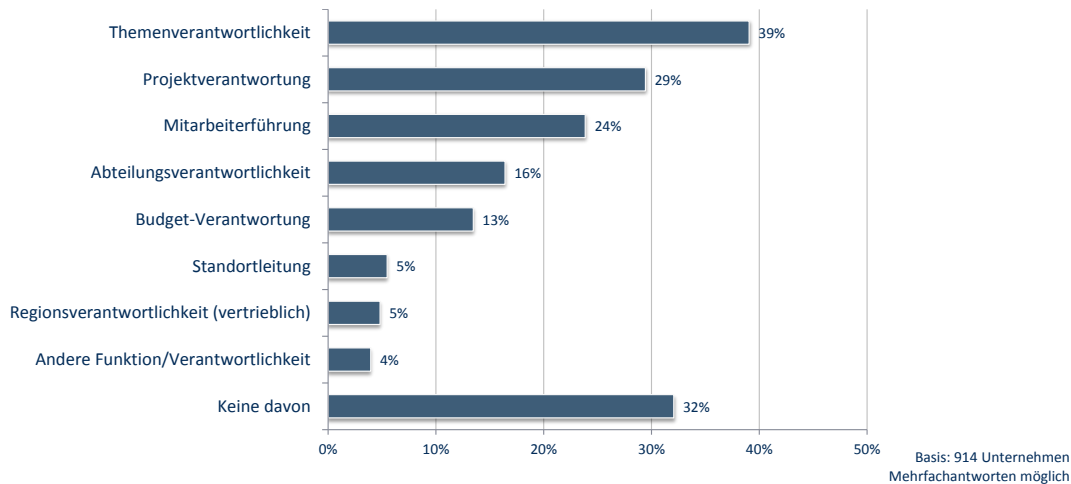


Abbildung 3: Stichproben-Positionsbeschreibung

4. Herausforderungen im Umgang mit „Bring your own“

4.1. „Bring your own“: Nutzungsintensität und -art

4.1.1. Nutzungsintensität mobile Endgeräte

Die vorliegenden Studienergebnisse zeigen, dass bereits 69 Prozent der Arbeitnehmer, die an ihrem Arbeitsplatz generell mobile Endgeräte im Einsatz haben, private Geräte im Unternehmen nutzen. Es gibt nur einen marginalen Unterschied zwischen männlichen und weiblichen Arbeitnehmern, der Anteil der Männer liegt geringfügig höher (66 Prozent Frauen, 71 Prozent Männer). Innerhalb der Branchensegmente ist der Anteil in der Privatwirtschaft mit 70 Prozent geringfügig höher als im Öffentlichen Dienst mit 65 Prozent.

Unter den privaten mobilen Endgeräten dominieren Smartphones mit einem Anteil von 67 Prozent deutlich. 52 Prozent erledigen Arbeitsaufgaben mit ihrem privaten Laptop. Das normale Handy, das

kein Smartphone ist, kommt auf einen Anteil von 31 Prozent. Zu erwähnen ist, dass in Wirtschaftsunternehmen deutlich mehr private Geräte mit Touchscreen wie Smartphones (70 Prozent) und Tablet (18 Prozent) zum Einsatz kommen als im öffentlichen Bereich (59 Prozent Smartphones und 7 Prozent Tablets).



Nutzen Sie private Endgeräte wie Smartphones, Handys, Tablets oder Notebooks auch in Ihrem Unternehmen, egal in welcher Form?
Wenn ja, welche privaten Endgeräte nutzen Sie vorwiegend im Unternehmen?

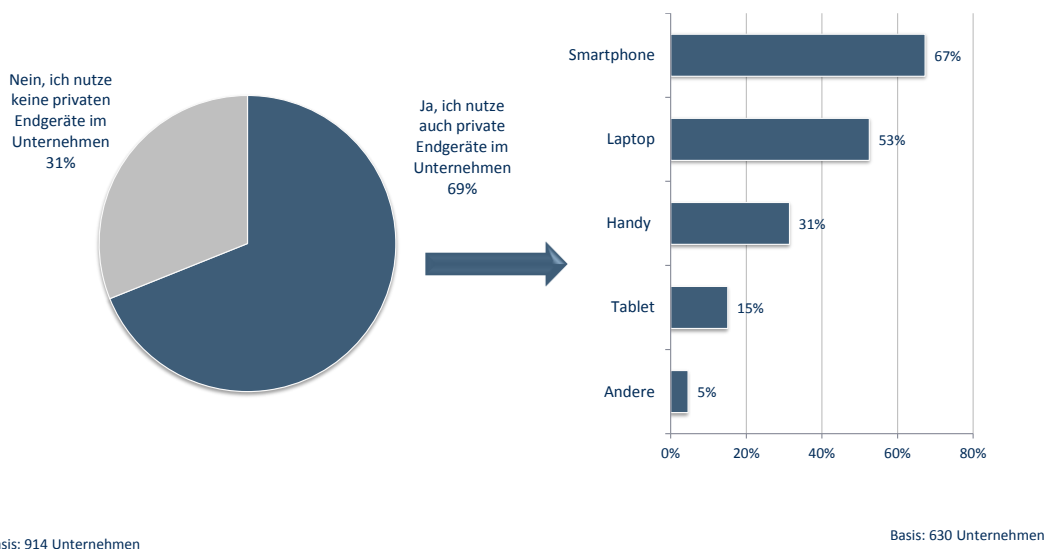
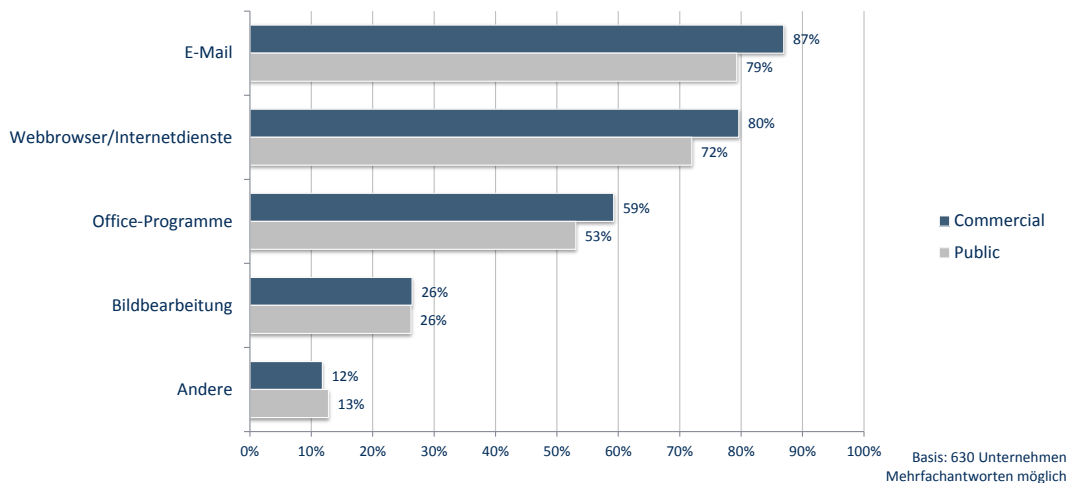


Abbildung 4: Nutzung nach mobilen Endgeräten

85 Prozent nutzen ihr privates Endgerät zur Kommunikation via E-Mail und 76 Prozent surfen im Internet bzw. nutzen Webbrowser und Internetdienste. Mehr als die Hälfte der Mitarbeiter erledigt auch produktive Tätigkeiten mit dem Privatgerät, 58 Prozent nutzen Office-Lösungen, 26 Prozent arbeiten mit Bildbearbeitungsprogrammen.

Die Anwendungsnutzung unterscheidet sich zwischen Öffentlichem Dienst und Privatwirtschaft nur gering; hier wie dort ist E-Mail die wichtigste Anwendung, gefolgt von Webbrowser/Internetdiensten, Office-Programmen, Bildbearbeitung und anderen. Die Unterschiede zwischen den beiden Sektoren liegen dabei jeweils nur im einstelligen Prozentbereich (0–8 Prozent), der Einsatzgrad ist dabei im öffentlichen Sektor jeweils etwas niedriger, nur die Kategorie „andere“ liegt mit 13 Prozentpunkten um einen Prozentpunkt höher als im privatwirtschaftlichen Sektor.

Welche Anwendungen nutzen Sie mit diesen Endgeräten?



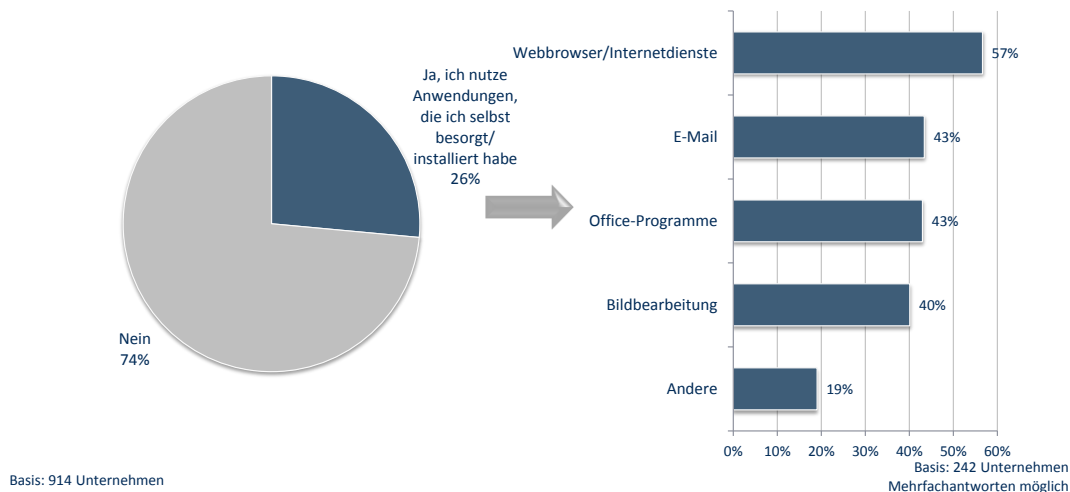
© 2012 techconsult GmbH | Tel.: +49 (0) 561/8109-0 | www.techconsult.de

Abbildung 5: Unterschiede in der Anwendungsnutzung im Öffentlichen Sektor (Public) und in der Privatwirtschaft (Commercial)

4.1.2. Nutzungsintensität privater Anwendungen

Die Nutzungsintensität privater Anwendungen ist deutlich geringer. 26 Prozent der Arbeitnehmer, die an ihrem Arbeitsplatz mobile Endgeräte wie Notebooks, Tablets oder Smartphones im Einsatz haben, nutzen private Anwendungen im Unternehmen. Männliche Arbeitnehmer nutzen mit 33 Prozent häufiger private Software-Anwendungen als ihre Kolleginnen, bei diesen sind es nur 18 Prozent. In kommerziellen Unternehmen ist der Anteil an privaten Anwendungen marginal höher als im Öffentlichen Sektor. Der Größenklassensplit zeigt, dass der Anteil an privaten Anwendungen mit steigender Unternehmensgröße tendenziell abnimmt, und zwar von 32 Prozent in Unternehmen mit 250 bis 499 PCs auf 24 Prozent in Unternehmen über 2000 PCs.

Nutzen Sie am Arbeitsplatz Anwendungen, die Sie selbst besorgt und/oder installiert haben?
Wenn ja, welche Anwendungen sind das?



© 2012 techconsult GmbH | Tel.: +49 (0) 561/8109-0 | www.techconsult.de

Abbildung 6: Nutzung privater Anwendungen

Bevorzugte Anwendungen sind erwartungsgemäß Webbrowser bzw. Internetdienste, gefolgt von E-Mail und Office-Programmen. Unter Internetdiensten ist dabei auch an Online-Speicherdienste (Storage) zu denken, die insbesondere vor dem Hintergrund von Datensicherheit für Unternehmen eine große Gefahr darstellen könnten. Weiterhin fallen hierunter auch solche Dienste, die Desktop-Anwendungen nachbilden, z. B. diverse Online-Office-Suiten, PIM-Anwendungen für Webmail, Terminkalender, Aufgabenverwaltung, Notizen, Online-Bildbearbeitung usw.

59 Prozent derjenigen, die mit privaten Endgeräten arbeiten, gaben an, durch die Nutzung eigener Endgeräte und Anwendungen im täglichen Arbeitsleben zu profitieren und flexibler und besser kommunizieren zu können, sowohl intern mit Projektbeteiligten als auch extern mit Kunden. Hier drängt sich die Frage auf, warum die übrigen 41 Prozent diese Endgeräte und Anwendungen nutzen, obwohl sie angeben, nicht davon zu profitieren, bzw. welche Anwendungen bei dieser Gruppe von Personen hauptsächlich zum Einsatz kommen. Dabei lässt sich feststellen, dass bei denjenigen, die profitieren, wesentlich stärker produktive Anwendungen wie Office- und E-Mail-Programme zum Einsatz kommen.

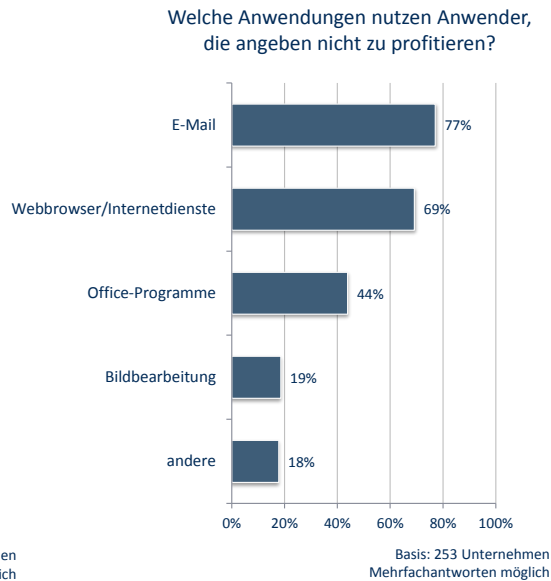
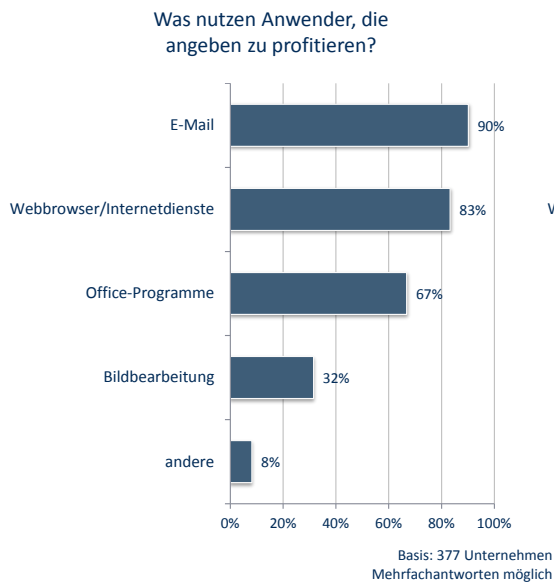


Abbildung 7: Anwendungen von Anwendern, die angeben zu profitieren bzw. nicht zu profitieren

4.1.3. Private mobile Endgeräte und Anwendungen – Motor der Produktivität?

Die Freiheit, private mobile Endgeräte und Anwendungen im Unternehmen zu nutzen, bringt nicht nur Vorteile für den Anwender, sondern auch für das Unternehmen.

Unternehmen sind in ihrer Kaufentscheidung in erster Linie preisgetrieben. Vorangehende Studien seitens techconsult, bei denen es um relevante kaufentscheidende Faktoren ging, wie bspw. die Studien „Entscheidertypologien SMB“ (2009) oder „Image-Monitor“ (2012), haben gezeigt, dass der Preis das Entscheidungskriterium Nummer eins ist. Für Mitarbeiter spielen oftmals andere Faktoren beim Kauf ihrer Geräte eine maßgebliche Rolle. Hier haben „Look and Feel“, Benutzerfreundlichkeit und Design größte Priorität. So hat eine techconsult-Befragung im Jahr 2011 ergeben, dass bei der Auswahl eines Tablet-PCs die Bedienbarkeit als wichtigstes Kriterium angesehen wird.

Das Arbeiten mit dem eigenen gewünschten bzw. gewohnten Gerät führt also zu einer größeren Motivation der Mitarbeiter und hat nicht zuletzt auch Auswirkungen auf die Produktivität. 44 Prozent der Befragten erwarten eine Produktivitätssteigerung bis zu 30 Prozent. Zu je ungefähr gleichen Teilen geben diese Mitarbeiter an, dass sie eine Produktivitätssteigerung von 1 bis 9 Prozent, 10 bis 19 oder 20 bis 29 Prozent für ihr Unternehmen durch den Einsatz von privaten Endgeräten oder Anwendungen sehen. Diesbezüglich sind Männer und Frauen recht unterschiedlicher Meinung:

Weiblichen Arbeitnehmern fiel offensichtlich die Einschätzung deutlich schwerer. Wurde eine Einschätzung abgegeben, so fiel diese deutlich weniger optimistisch aus als bei Männern.

Wie groß schätzen Sie die eventuelle Produktivitätssteigerung durch die Nutzung privater Endgeräte und Anwendungen im Unternehmen ein?

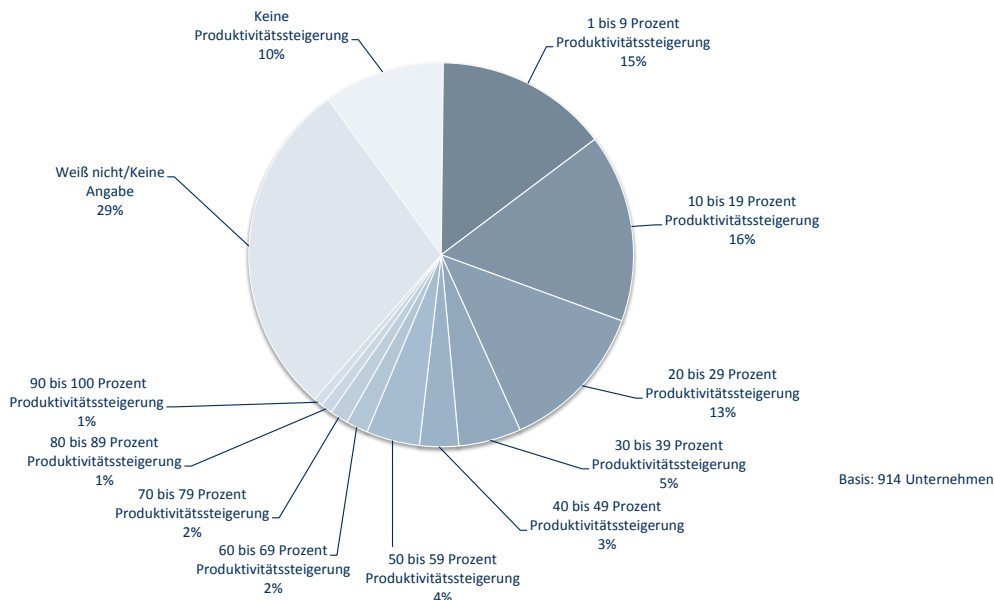


Abbildung 8: Produktivitätssteigerung

4.2. Anwendersicht auf Kontrolle und Richtlinien bezüglich der Nutzung

4.2.1. Kontrolle

Während „Bring your own“ für Mitarbeiter das ideale Mittel ist, ihre Motivation und Zufriedenheit zu erhöhen, kann es für IT-Verantwortliche ein regelrechter Albtraum sein. Die deutliche Mehrheit von 85 Prozent der Mitarbeiter wäre nicht bereit, die Kontrolle über ein privates Gerät aus der Hand zu geben, obwohl nur 23 Prozent von diesen glauben, gegenüber der internen Unternehmens-IT bezüglich des Managements von Software und Endgeräten einen besseren Wissenstand zu haben. Nur 16 Prozent der Mitarbeiter würden auch ihr privates Endgerät im Unternehmensalltag nutzen, wenn sie die Kontrolle der unternehmenseigenen IT-Abteilung überlassen müssten. Während der Anteil in der Privatwirtschaft bei 18 Prozent liegt, sind im Öffentlichen Bereich deutlich weniger Anwender bereit, die Kontrolle über ihr Endgerät aus der Hand zu geben (10 Prozent). Für IT-Abteilungen ist es eine Gradwanderung, die Vorteile – Kosteneinsparungen, Flexibilität und Effizienz der Mitarbeiter – in Einklang mit dem Datenschutz und der IT-Sicherheit zu bringen.

In den meisten Unternehmen, bei 65 Prozent, ist die Nutzung privater Endgeräte bzw. privater Anwendungen nicht an bestimmte Vorgaben gekoppelt. Die Ergebnisse innerhalb der Branchen zeigen, dass kommerzielle Unternehmen eher zu Vorgaben tendieren (37 Prozent) als der Öffentliche Sektor (28 Prozent).

Insgesamt über alle Branchen legen nur 34 Prozent der Unternehmen und Verwaltungen Faktoren bzw. Verantwortlichkeiten in Bezug auf die Nutzung privater Endgeräte und Anwendungen fest. 16 Prozent der Befragten gaben an, für Verlust und Schäden sowie Datenmissbrauch bzw. Datendiebstahl selbst haften zu müssen. In 10 Prozent der Unternehmen wird von den Mitarbeitern permanente Erreichbarkeit erwartet. Weitere 8 Prozent machen sowohl ständige Erreichbarkeit als auch Haftung des Mitarbeiters zur Bedingung dafür, dass eigene Endgeräte oder Anwendungen am Arbeitsplatz eingesetzt werden dürfen.

Koppelt Ihr Unternehmen den Einsatz von privaten Endgeräten und privaten Anwendungen an gewisse Faktoren bzw. Verantwortlichkeiten?

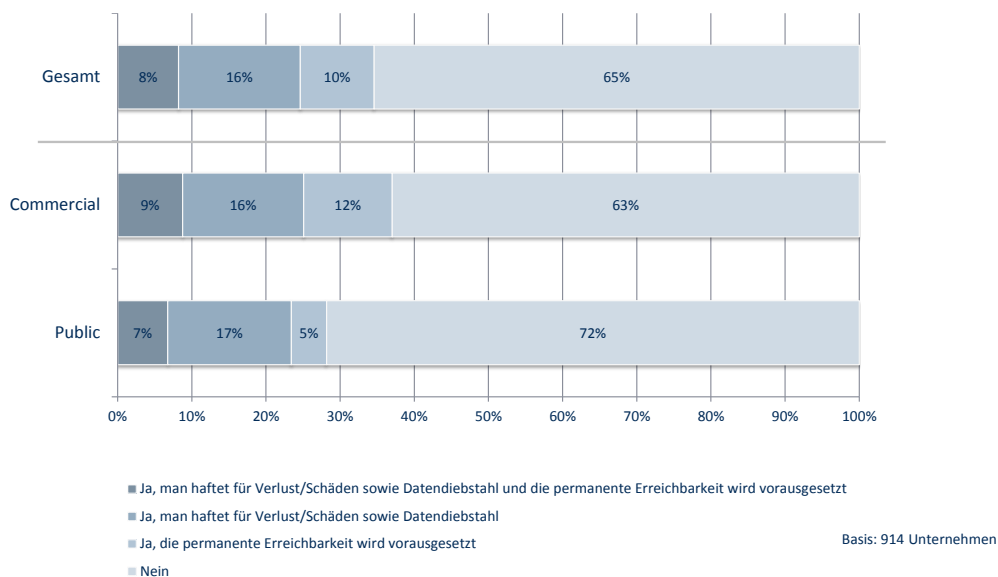


Abbildung 9: Verantwortlichkeiten beim Einsatz privater Endgeräte und Anwendungen

4.2.2. Unternehmensrichtlinien

Mobile Endgeräte

Aus Sicht der Befragten stehen 26 Prozent der Unternehmen der Nutzung von privaten Endgeräten befürwortend bzw. eher befürwortend gegenüber. Wesentliche Gründe werden zum einen in der

besseren Erreichbarkeit, der erhöhten Motivation und einem hohen Maß an Flexibilität gesehen. Zum anderen sind es auch Kostenvorteile für das Unternehmen, die als Pro-Argumente genannt wurden, so spart das Unternehmen die Anschaffungskosten für die entsprechenden Endgeräte.

25 Prozent zeigen eine eher ablehnende Haltung, 34 Prozent lehnen die Nutzung entschieden ab.

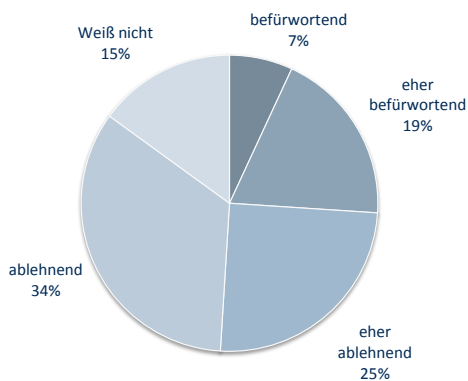
Von den Unternehmen, die die Nutzung nicht gänzlich ablehnen, verfügen 66 Prozent über Richtlinien zum Einsatz von privaten Endgeräten am Arbeitsplatz. Auch hier hat die Privatwirtschaft gegenüber dem Öffentlichen Dienst leicht die Nase vorn.

Software-Anwendungen

Was den Einsatz von privat mitgebrachten Software-Anwendungen betrifft, sind 16 Prozent der Befragten der Meinung, dass ihr Unternehmen dem Thema befürwortend bzw. eher befürwortend gegenübersteht. Die Begründung liegt darin, dass das Arbeiten mit eigener Software zur Effektivitäts- bzw. Produktivitätssteigerung führt. Zudem erleichtert es Arbeitsabläufe und ist letztendlich der Mitarbeiterzufriedenheit förderlich. Weitere 21 Prozent stehen dem Thema zwar skeptisch gegenüber, lehnen aber die Nutzung nicht gänzlich ab. Verglichen mit der Nutzung mobiler Endgeräte lehnen jedoch deutlich mehr Unternehmen die Nutzung mitgebrachter Software rigoros ab (53 Prozent).

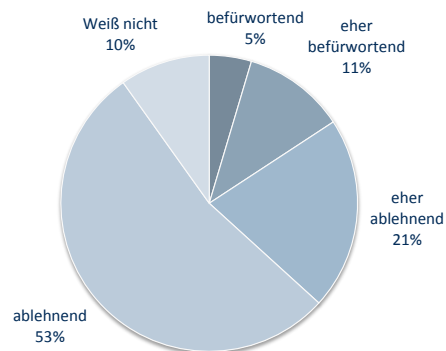


Befürwortet Ihr Unternehmen die Nutzung von privaten Endgeräten am Arbeitsplatz oder lehnt es diese ab?



Basis: 914 Unternehmen

Befürwortet Ihr Unternehmen die Nutzung von mitgebrachten Anwendungen am Arbeitsplatz oder lehnt es diese ab?



Basis: 914 Unternehmen

Abbildung 10: Befürwortung/Ablehnung von Consumerization

Auch zur Nutzung von mitgebrachter Software am Arbeitsplatz gibt es in zwei Drittel der Unternehmen bereits Richtlinien. Welche Richtlinien dies genau sind und wie die Richtlinien – sowohl Endgeräte als auch Anwendungen betreffend – eingehalten werden, wird Inhalt des dritten Market Papers sein. Es trägt den Titel „Die Realität von Unternehmensrichtlinien auf dem Prüfstand“ und erscheint Anfang 2013.

4.3. Gefahren und Herausforderungen

4.3.1. Gefahren für Unternehmen aus Anwendersicht

Die Mitarbeiter sehen trotz der vielen bereits angesprochenen Vorteile, wie z. B. Motivationsschub und Produktionssteigerung, auch Gefahren im Zuge von Consumerization auf ihre Unternehmen zu kommen: Hier äußern über zwei Drittel der Befragten Bedenken beim Thema (Daten-)Sicherheit. Zum einen sehen sie die Gefahr von Spionage und Datenlecks, die zum Datenverlust bzw. Datenmissbrauch führen könnten. Zum anderen geht es um die interne Sicherheit und die Sicherstellung des Betriebsablaufs. Hier wird vor allem das Einschleppen von Viren, Trojanern und anderer Schadsoftware gesehen.

Ein weiterer kritischer Aspekt, der relativ häufig von den Mitarbeitern genannt wurde, ist unter Umständen eine Ablenkung vom täglichen Geschehen am Arbeitsplatz durch private Applikationen, Daten und private Kommunikation.

4.3.2. Herausforderungen für Unternehmen

Konzepte zur Einbindung privater mobiler Endgeräte und Anwendungen sorgen zunächst einmal für einen Mehraufwand an Management, insbesondere was die sichere Einbindung ins Unternehmensnetz betrifft. Diese Herausforderung zu meistern, ist je nach Unternehmensgröße durchaus mit größerem Aufwand verbunden, je größer das Unternehmen, desto größer ist auch der Aufwand.

Ein wichtiger Punkt sind auch Compliance bzw. rechtliche und technische Risiken, die es abzuwägen gilt, beides sind wichtige Dimensionen für eine erfolgreiche Umsetzung eines Konzeptes zur Einbindung privater Geräte und Anwendungen in den Arbeitsalltag. Zudem müssen technische Fragen im Zuge der Consumerization of IT geklärt werden, bspw. Fragen nach einer geeigneten Netzwerkanbindung und einer Authentifizierungsmethode.

Die Anwenderseite sieht das nicht ganz so kritisch: 30 Prozent der Befragten schätzen den Aufwand für das Management privater Endgeräte bzw. Software am Arbeitsplatz als gering ein. Jeder Zweite

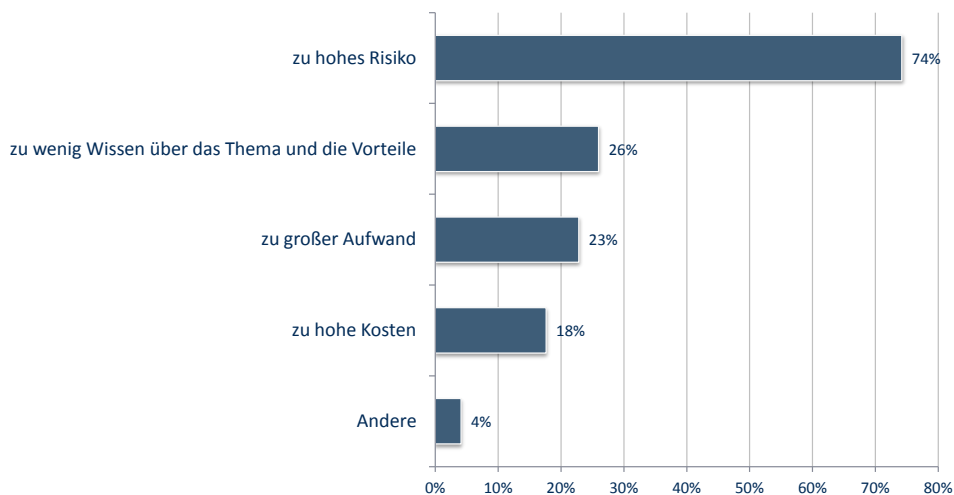
hält den Aufwand für angemessen. Nur 29 Prozent sehen einen hohen Mehraufwand auf das Unternehmen zukommen.

Noch steht aus Sicht der Befragten eine deutliche Mehrheit der Unternehmen dem Trend zum „Bring your own“ eher ablehnend bzw. gänzlich ablehnend gegenüber. 60 Prozent der Mitarbeiter geben an, dass ihre Unternehmen die Nutzung privater Endgeräte ablehnt. Deutlich mehr sogar, nämlich 74 Prozent, geben an, dass ihr Unternehmen nicht möchte, dass private Software genutzt wird (vgl. Abbildung 10, S. 17).

4.3.3. Was spricht gegen die Nutzung von privaten Endgeräten und Anwendungen?

Die Ursachen, warum eine deutliche Mehrheit der Mitarbeiter den Konzepten zur privaten Nutzung von Endgeräten und Anwendungen ablehnend gegenübersteht, sind recht eindeutig: 74 Prozent der Mitarbeiter glauben, dass von den Unternehmen ein zu großes Sicherheitsrisiko gesehen wird. Die Gefahren, die die Mitarbeiter für ihre Unternehmen sehen, legen dabei nahe, dass nicht nur daran gedacht wird, dass private Endgeräte eine Angriffsfläche für Schadsoftware bieten, sondern auch daran, dass letztendlich Firmendaten auf den privaten Geräten gespeichert und mit herumgetragen werden. Die Nutzung der IT-Infrastruktur des Unternehmens mit privaten mobilen Geräten fordert somit Änderungen der herkömmlichen Sicherheitskonzepte des Unternehmens. Datenschutzrichtlinien und IT-Sicherheitsstrategien müssen neu überdacht werden.

Was glauben Sie ist die Ursache für die Ablehnung des Consumerization-Trends in Ihrem Unternehmen?



Basis: 539 Unternehmen

© 2012 techconsult GmbH | Tel.: +49 (0) 561/8109-0 | www.techconsult.de

Abbildung 11: Ursachen für Ablehnung

Aus Sicht der Mitarbeiter basiert die ablehnende Haltung der Unternehmen gegenüber der Einbindung privater Endgeräte und Anwendungen in das Unternehmensnetzwerk auch auf Unkenntnis: Jeder Vierte der Befragten meint, dass sein Unternehmen sich bisher noch zu selten oder nicht intensiv genug mit dem Thema beschäftigt hat und noch zu wenig über Konzepte dieser Art und deren Vorteile weiß.

18 Prozent der Mitarbeiter vermuten, dass zu hohe Kosten ein Kontra-Argument für Unternehmen sein könnte. Hier würde sich für die Unternehmen eine individuelle Kosten/Nutzen-Rechnung lohnen: Denn für das Unternehmen entfallen die Anschaffungskosten für Geräte und Anwendungen sowie deren Support-Kosten, Mitarbeiter kommen dagegen in den Genuss eines komfortableren und flexibleren Arbeitens, was wiederum die Motivation steigert. Aus diesen Gesichtspunkten müsste der Kostenfaktor eigentlich ein Pro-Argument sein.

Ausblick

Das nächste Market Paper wird Ende des Jahres erscheinen und sich mit dem medialen Mitarbeiter von heute und von morgen beschäftigen.

Über techconsult

Die techconsult GmbH, gegründet 1992, zählt zu den führenden Marktforschungs- und Beratungsunternehmen in Zentraleuropa. Der Schwerpunkt der Tätigkeit liegt in der Informations- und Kommunikationsindustrie (ITK). Regelmäßige und für die jeweiligen Segmente repräsentative Anwenderbefragungen ermöglichen die qualitative und quantitative Darstellung des ITK-Marktes. Erfahrene Statistiker und Marktforscher sichern die Anlagen und Auswertungen der Untersuchungen, anerkannte Branchenexperten bürgen für die Interpretation und Verwendbarkeit der Ergebnisse. techconsult verfügt durch jahrelange Standard- und Individual-Untersuchungen über einen im deutschsprachigen Raum einzigartigen Informationsbestand, sowohl in der Betrachtung von Kontinuität als auch von der Informationstiefe, und ist somit ein wichtiger Beratungspartner der ITK-Industrie, wenn es um Produktinnovation, Absatzplanung und die Entwicklung von Unternehmensstrategien geht.

techconsult wird von den geschäftsführenden Gesellschaftern und Gründern Dipl.-Oec. Peter Burghardt und Dipl.-Oec. Andreas W. Klein am Standort Kassel und einer weiteren Niederlassung in Österreich geleitet und ist Teil der Heise Medien Gruppe.