



TECHNIK VS. ORGANISATION: SO GESTALTEN UNTERNEHMEN DIE ZUKUNFT DER BUSINESS-KOMMUNIKATION

SMART WORKPLACE STUDIE & SMART BUSINESS COMMUNICATIONS STUDIE EXECUTIVE SUMMARY

PRESENTED BY



NFON
Die Cloud-Telefonanlage



Technik vs. Organisation: So gestalten Unternehmen die Zukunft der Business-Kommunikation

Von Florian Stocker

Im Frühjahr 2020 ging plötzlich alles ganz schnell: Die Corona-Pandemie und der damit verbundene Wechsel ins Home-Office sorgten für einen sprunghaften Anstieg des Bedarfs nach effizienter, smarter und vor allem einheitlicher Kommunikation in geographisch verteilten Teams. Doch wo es im Lockdown darauf ankam, mit möglichst kreativen Lösungen die Aufrechterhaltung des Geschäftsbetriebes zu gewährleisten, geht es jetzt darum, für die Zukunft gewappnet zu sein: Ein Notebook, eine stabile WLAN-Verbindung und ein paar Collaboration- und Produktivitätstools erhalten zwar kurzfristig die Produktivität, ersetzen aber nicht die langfristige strategische Planung, wenn es darum geht, die internen Kommunikationsströme im eigenen Unternehmen proaktiv zu gestalten.

Dabei stehen in Zukunft alte und neue Fragen im Mittelpunkt:

Wie wichtig ist in meinem Unternehmen das Thema Home-Office, insbesondere im Rahmen hybrider Modelle? Wie führe ich alle relevanten Kanäle sinnvoll zusammen? Und welchen Sicherheits- und Datenschutzbestimmungen unterliegt mein Unternehmen und damit meine digitale Kommunikation?

Die Antworten fallen je nach Unternehmen unterschiedlich aus. Bei der Gestaltung digitaler Kommunikation stehen den Unternehmen und Mitarbeitern eine Fülle von Technologien zur Verfügung: Videotelefonie, Unified Communication- & Collaboration-Lösungen (UCC), Instant-Messaging-Dienste oder Chatrooms gehören für die Mitarbeiter zum Mindeststandard. Doch alleine mit der Einführung dieser Technologien ist es nicht getan, wie die IDG Studie "Smart Workplace 2020 – arbeiten im 21. Jahrhundert" herausfand: So werden zum Beispiel nur

knapp 40 Prozent der eingesetzten Konferenztools den Anforderungen, die die Mitarbeiter an sie stellen, gerecht. Ähnlich sieht es bei Workgroup-Anwendungen, Social Intranets und anderen Plattformen aus. Sie alle werden in den Unternehmen durchaus genutzt, ihr Potenzial kommt aber nur selten zur Geltung: Faktoren wie die IT-Infrastruktur, der Funktionsumfang, interne Prozesse und Workflows, das Training der Mitarbeiter und natürlich die Kultur sowie das Mindset der Anwender entscheiden im wesentlichen darüber, welche Kommunikationskanäle im Alltag genutzt und welche ignoriert werden.

Auf die Employee Experience kommt es an

Eines der größten Hindernisse für die Akzeptanz jeder neuen Technologie am Arbeitsplatz stellt die Gewöhnung der Mitarbeiter und die Förderung des Vertrauens in die eigenen Fähigkeiten dar. Die häufig beschworene "Employee Experience" wird bei der Einführung einer Lösung häufig unterschätzt,

lässt sich aber gar nicht wichtig genug bewerten. Vor allem bei zentralen Themen wie Unified Communications, also der Zusammenführung aller relevanten Kommunikationsdienste, wird die Usability zum echten Produktivitätsfaktor, da die Lösung dauerhaft im gesamten Unternehmen genutzt wird. Sowohl technologisch versierte als auch unerfahrene Mitarbeiter sollen täglich damit arbeiten. Wer zum Beispiel umständlich durch mehrere parallel eingesetzte Tools navigieren muss, um mit seinen Mitarbeitern in Kontakt zu bleiben, wird aufgrund dieser schlechten Nutzererfahrung das Tool seltener nutzen oder vielleicht komplett vermeiden. Das Ergebnis sind inkonsistente Informationsströme im Unternehmen, ein Nebeneinander von verschiedenen Lösungen und das Entstehen von Schatten-IT.

Wie schnell das passieren kann, lässt sich wunderbar an den vielen Beispielen beobachten, von denen sicherlich jeder schon mal Zeuge sein durfte: Arbeitsgruppen, die sich über Whatsapp organisieren, Mitarbeiter, die auf einer privaten Dropbox Dateien austauschen, oder einer der zahlreichen anderen Fälle, in denen externe Lösungen als "Workaround" genutzt werden – mit all den Sicherheits- und Datenschutzrisiken, die damit einhergehen. Diese Vorfälle sind völlig alltäglich, kommen in Unternehmen jeder Branche und Größe vor und verhindern am Ende eine wirklich effiziente und einheitliche Kommunikation und Kollaboration.

Spätestens hier zeigt sich: Wer in Usability investiert, investiert in Produktivität. Ein Großteil der von IDG befragten Unternehmen hat die Bedeutung der Employee Experience für den Erfolg von Unified Communication erkannt. Aus diesem Grund sind cloud-basierte Systeme in Form von Unified Communication as a Service (UCaaS) besonders gefragt.

UCaaS-basierte Lösungen bieten den Vorteil, dass die im Unternehmen eingesetzten Lösungen flexibel und individuell entlang des Bedarfs des Mitarbeiter integriert und angeordnet werden können. Cloud-Telefonie wird darüber genauso leicht ermöglicht wie die Einrichtung von Videokonferenzen. Eine aufgeräumte, moderne Oberfläche ermöglicht eine einfache Zusammenführung der Kontakte aus verschiedenen Quellen. Anrufe, Konferenzen oder Chats lassen sich so an zentraler Stelle organisieren und geräteübergreifend über den Desktop oder die Smartphone-App je nach Bedarf bereitstellen.

Die Einführung von Unified-Communications-Lösungen birgt bei aller technologischer Einfachheit allerdings immer noch genug Herausforderungen – schließlich bleibt bei jedem technischen Fortschritt der Mensch immer noch der entscheidende Faktor. Aus diesem Grund sollten Trainings und Schulungen immer fester Bestandteil des Einführungsprozesses sein. Wer aber frühzeitig auf ein strategisches Vorgehen setzt und dabei gleichzeitig in Tools mit hoher Usability und



einer intuitiven Nutzeroberfläche investiert, hat die besten Chancen, die Employee Experience dauerhaft zu erhöhen und die interne Kommunikation nachhaltig zu verändern. Darüber hinaus sind Unternehmen gefragt, auch in ihrer Organisationsstruktur entsprechende Schritte zu ergreifen, um New Work zu ermöglichen: Die Einführung neuer Arbeitszeitmodelle oder der Abbau von Hierarchien sind nur zwei von vielen weiteren Herausforderungen, die Unternehmen auf dem Weg zum Arbeitsplatz von morgen sehen.

Erkenntnisse und Inspiration für Entscheidungsträger

Dieses Whitepaper illustriert Schritt für Schritt die Anforderungen und Wünsche, die Unternehmen und ihre Mitarbeiter heute an ein modernes Arbeitsumfeld stellen und liefert wertvolle Erkenntnisse als Basis für eine schrittweise Transformation des eigenen Arbeitsumfeldes.

Es richtet den Blick auf den Status Quo in den Unternehmen und fragt nach den tatsächlichen Bedürfnissen abseits technologischer

Trends und Hypes: Welche Technologien helfen den Mitarbeitern wirklich im Alltag? Wovon erhoffen Sie sich das größte Potenzial? Und welche Ziele wollen die Unternehmen mit neuen Arbeitsplatz- und Mobilitätskonzepten wirklich erreichen? Es zeigt die Erwartungen an Unified Communication as a Service und welche Vorteile Mitarbeiter sich von Cloud-Telefonie versprechen. Jeder der folgenden sechs Kapitel liefert einen schnellen Überblick über eine bestimmte Facette modernen Arbeitens. Leser können schnell von Block zu Block springen und sich die Learnings passend zu ihrer jeweiligen Situation oder ihrem Reifegrad schnell aneignen. Dabei ist jedes Key Finding dieses Whitepapers als Anregung zu verstehen. Es geht nicht darum, das eigene Unternehmen von heute auf morgen schlagartig zu verändern. Jedoch hilft ein besserer Überblick über die Bedürfnisse der eigenen Mitarbeiter und die Vorteile bestimmter Technologien dabei, individuell zu entscheiden, welche Strategie zur eigenen Situation passt und wie es gelingen kann, kontinuierlich ein zukunftsfähiges Arbeitsplatzumfeld zu schaffen.



Conferencing und Videotelefonie sind Kernfunktionen einer UCC-Lösung

Der Mehrheit der Firmen sind vor allem UCC-Funktionalitäten wie Conferencing (Telefonie/Video), Videotelefonie und Messaging wichtig. Von geringer Bedeutung sind mobile UCC-Apps.

„Eine Unified-Communications-Lösung muss heute mehr umfassen als nur die einfache Audio-/Sprachübertragung“ – dieser Aussage stimmen drei Viertel der befragten Unternehmen voll (60 Prozent) oder eher zu.

Mit 68 Prozent bildet Conferencing die wichtigste UCC-Funktionalität. Dies gilt für drei Viertel der großen Unternehmen mit 1.000 und mehr Mitarbeitern.

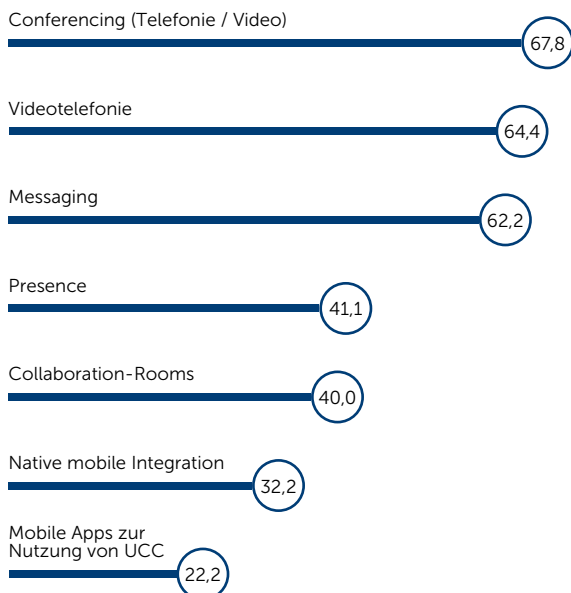
Knapp dahinter folgen Videotelefonie (64 Prozent) und Messaging mit 62 Prozent. Bei Letzterem ist der Wert bei den kleinen Firmen mit weniger als 500 Mitarbeitern am höchsten (74 Prozent), noch vor den großen Unternehmen (73 Prozent).

Mit etwas Abstand folgen Präsenzinformationen (41 Prozent; 53 Prozent bei den kleinen Firmen) und Collaboration-Rooms für den Austausch von Informationen oder die gemeinsame Arbeit an Dokumenten (40 Prozent).

Etwas weniger wichtig sind den Unternehmen die native mobile Integration (32 Prozent) sowie mobile Apps zur Nutzung von UCC (22 Prozent). Eine Ausnahme sind bei Letzterem die Fachabteilungen. Hier fordern 37 Prozent der Befragten eine mobile UCC-App.

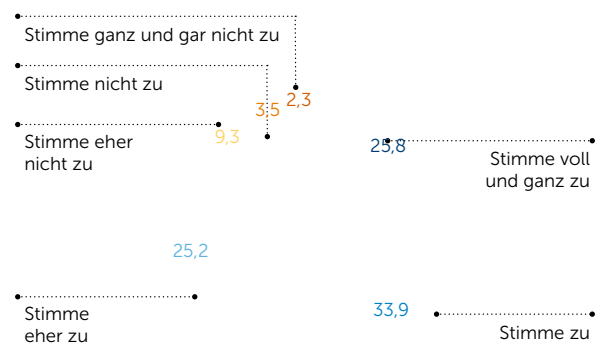
Welche UCC-Funktionalitäten sind Ihnen wichtig?

Angaben in Prozent. Basis: n = 90.



Inwiefern stimmen Sie folgender Aussage zu: „Eine Unified-Communications-Lösung muss heute mehr umfassen als nur die einfache Audio-/Sprachübertragung.“?

Angaben in Prozent. Basis: n = 345.



Ziele: Alles wird gut

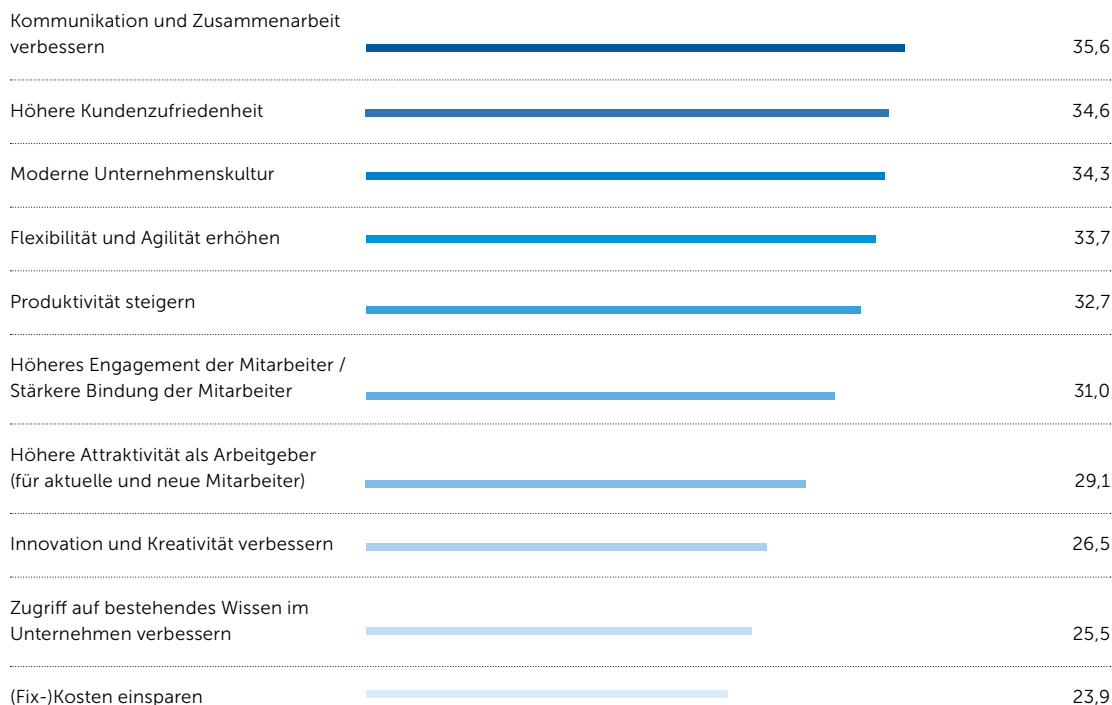
Der Blick auf die Ziele durch den Einsatz neuer Arbeitsplatz- und Mobilitätskonzepte offenbart: Eigentlich könnte man damit mehr als das halbe Unternehmen verbessern. Wenn da nicht die organisatorischen Herausforderungen wären, allen voran rund um die Mitarbeiter: Unausgereifte Prozesse, mangelndes Know-How oder die fehlende Unterstützung durch das obere Management stellen allesamt Hürden auf dem Weg zum Arbeitsplatz der Zukunft dar.

Kommunikation, Zusammenarbeit, Kundenzufriedenheit, Unternehmenskultur sowie Flexibilität, Agilität und Produktivität sollen durch New Work profitieren. Hinzu kommen noch mehrere weitere Baustellen, deren Verbesserung allein für sich genommen schon ein großer Erfolg wäre: Die gesteigerte Attraktivität des Arbeitsplatzes hilft zum Beispiel auch bei der Bekämpfung des Fachkräftemangels, insbesondere in Branchen mit hohem IT-Anteil.

Die Einschätzungen über die Bedeutung von New Work für das eigene Unternehmen unterscheiden sich nicht mit der Höhe des IT-Budgets. Bei Umsatz und Mitarbeiterzahl zeigt sich jedoch, dass vor allem kleine re Unternehmen mehr positive Effekte aus der neuen Arbeitswelt erwarten. Firmen mit höheren Umsätzen versprechen sich vor allem Impulse für eine moderne

Welche Ziele verfolgt Ihr Unternehmen mit den neuen Arbeitsplatz- und Mobilitätskonzepten?

Dargestellt ist die Sicht der Unternehmen. Angaben in Prozent. Top-10-Nennungen. Mehrfachnennungen möglich. Basis: n = 306





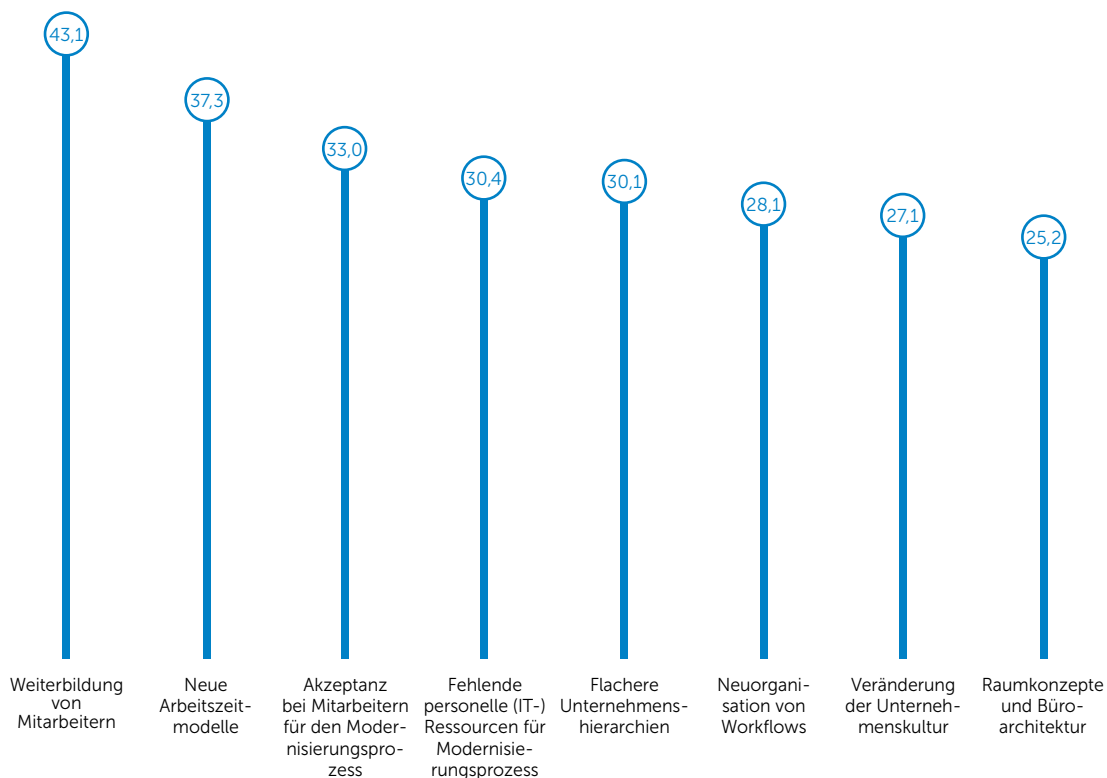
Unternehmenskultur sowie die Flexibilität und Agilität der Organisation.

Des Pudels Kern im Wandel sind die Mitarbeiter. Sie müssen für die neuen Abläufe sensibilisiert, interessiert und trainiert werden. Im gleichen Zug gilt es, die Arbeitszeitmodelle (und Workflows) zu aktualisieren.

Tendenziell größere Unternehmen beklagen fehlende IT-Ressourcen für den Wandel. Kleinere Organisationen werden überdurchschnittlich häufig durch Hierarchien gebremst. Und moderne Bürokonzepte sind nur für etwa ein Viertel der Befragten eine Herausforderung.

Welche organisatorischen Herausforderungen ergeben sich aus den neuen Arbeitsplatz- und Mobilitätskonzepten für Ihr Unternehmen?

Dargestellt ist die Sicht der Unternehmen. Angaben in Prozent. Mehrfachnennungen möglich. Basis: n = 306



Technologien: Darf's ein bisschen besser sein?

Hier zeigt sich Optimierungspotenzial: Mit den eingesetzten IT-Lösungen für smarte Zusammenarbeit und Mobilität haben viele Unternehmen Probleme – sie leisten längst nicht alles, was sie sollten.

Telefon, Video, Web, E-Mail, Kalender und Groupware stehen auch heute noch ganz oben auf der Liste der eingesetzten Technologien. Doch wirklich zufrieden sind viele Firmen nicht damit.

Gerade einmal in gut 38 Prozent der Unternehmen werden Conferencing-Tools den Anforderungen gerecht – „im Großen und Ganzen“. Ein klarer Trend nach Größe oder Umsatz der Organisation lässt sich nicht herauslesen.

Bei den Workgroup-Anwendungen sieht es noch düsterer aus, weniger als ein Drittel der Befragten sind damit zufrieden. Über die Gründe kann nur spekuliert werden – IT-Infrastruktur, Funktionsumfang, Prozesse, Nutzerfreundlichkeit, Training, die Kultur sowie das Mindset der Anwender fließen in das Urteil ein.

Jeder Fünfte hält sein Social Intranet für geeignet, um die Anforderungen zu erfüllen. Gerade für die Mobilisierung der Mitarbeiter und die Remote-Zusammenarbeit wäre ein besserer Wert dringend nötig.

Bei den eingesetzten Kommunikations- und Infrastrukturtechnologien zeigt sich, dass jede Spielart in den Unternehmen vertreten ist.

Welche eingesetzten Tools werden Ihren Anforderungen als Unternehmen im Großen und Ganzen gerecht?

Dargestellt ist die Sicht der Mitarbeiter. Angaben in Prozent. Mehrfachnennungen möglich. Basis: n = 295





Verteilte Teams erfordern technische Lösungen für die Kommunikation

Firmen benötigen vor allem technische Lösungen für die Unternehmenskommunikation, um ihre Mitarbeiter der verschiedenen deutschen und internationalen Standorte zu vernetzen.

Genau die Hälfte der befragten Firmen benötigt Lösungen für die interne Kommunikation, weil ihre Mitarbeiter an unterschiedlichen Standorten in Deutschland sitzen. Das gilt vor allem für die großen Unternehmen mit 1.000 und mehr Mitarbeitern (60 Prozent).

Bei 41 Prozent der Firmen sind es internationale Standorte, die technische Kommunikationslösungen erfordern. Auch hier sind die Werte für die großen Unternehmen (54 Prozent) wieder überdurchschnittlich hoch.

Weitere Treiber für entsprechende Systeme sind viele Mitarbeiter im Außendienst (37 Prozent) oder der Betrieb eines eigenen Callcenters (32 Prozent).

Natürlich sollen auch die Mitarbeiter auf Geschäftsreisen (28 Prozent) oder im Home Office (26 Prozent) permanent erreichbar sein.

Rund ein Fünftel der Firmen (22 Prozent) hat den Anspruch, den Mitarbeitern mithilfe der technischen Lösungen einen sehr modernen Arbeitsplatz zu bieten. Interessant: Das sagen vor allem die Mitarbeiter aus den Fachabteilungen (34 Prozent).

19 Prozent der Firmen denken nachhaltig und wollen zunehmend Präsenztermine vor Ort durch Videokonferenzen oder ähnliche Lösungen ersetzen. Das gilt insbesondere für die großen Unternehmen (26 Prozent).

Für welche der folgenden Aufgabenstellungen benötigt Ihr Unternehmen technologische Lösungen im Bereich der Unternehmenskommunikation?

Mehrfachnennungen möglich. Angaben in Prozent. Basis: n = 353.

	Gesamtergebnis	Ergebnis-Split nach Unternehmensgröße (Anzahl Mitarbeiter)		
		< 500	500–999	1.000 +
Unsere Mitarbeiter sitzen in unterschiedlichen Standorten in Deutschland.	49,9	38,3	47,1	60,1
Unser Unternehmen hat internationale Standorte.	41,4	28,7	35,3	54,2
Unser Unternehmen betreibt ein eigenes Callcenter.	32,0	27,8	29,4	36,6
Viele Mitarbeiter sind im Außendienst.	37,1	37,4	38,8	35,9
Viele Mitarbeiter sind im Homeoffice.	26,1	22,6	25,9	28,8
Mitarbeiter sind häufig auf Geschäftsreisen.	28,0	26,1	23,5	32,0
Wir wollen zunehmend Präsenztermine vor Ort durch Videokonferenzen u. Ä. ersetzen.	19,0	13,9	12,9	26,1
Wir haben den Anspruch, unseren Mitarbeitern einen sehr modernen Arbeitsplatz zu bieten.	21,8	24,3	11,8	25,5

Konzepte vorhanden: Digitalisierung mittlerweile mit Strategie

Vier Fünftel der Unternehmen gehen bei der Digitalisierung strategisch vor. Auch für Themen wie Future Workplace oder Unified Communications gibt es bei vielen Firmen ganzheitliche Konzepte.

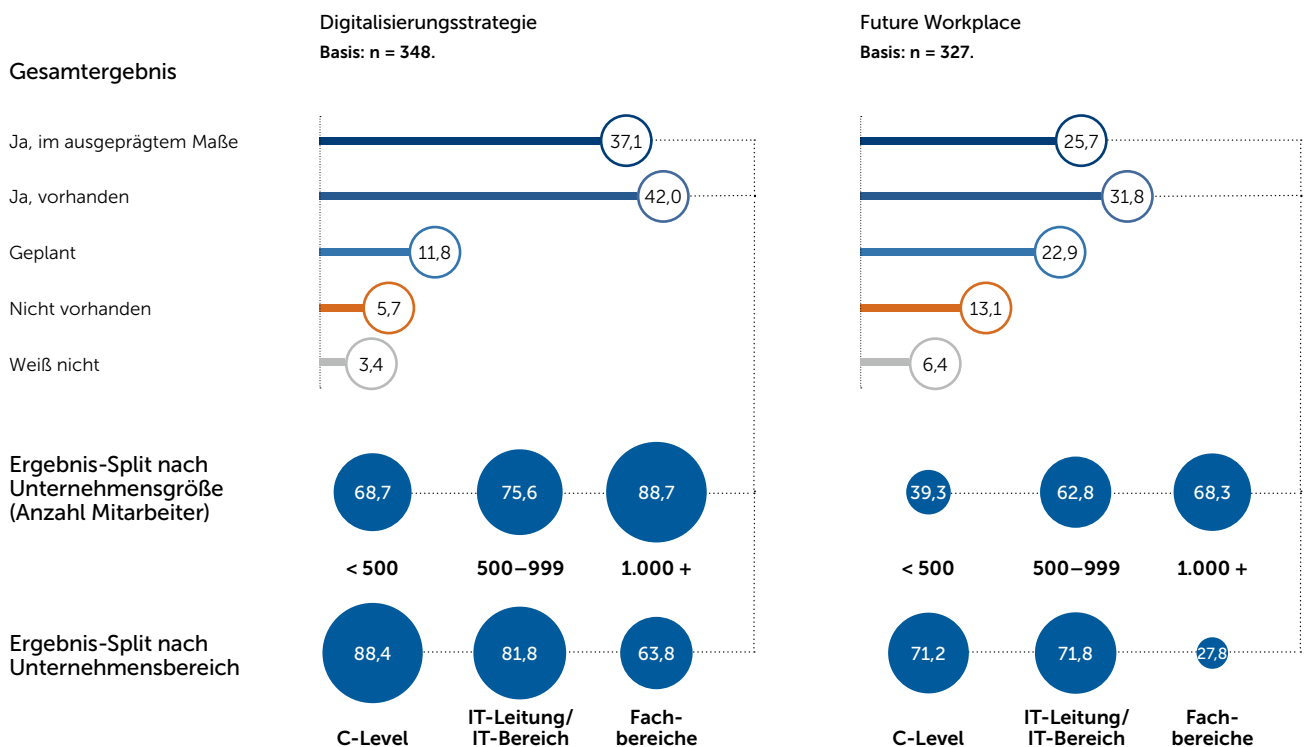
79 Prozent der befragten Firmen koordinieren ihre Digitalisierungsprojekte mittlerweile im Rahmen einer ganzheitlichen Strategie.

Vorreiter sind wie üblich die großen Unternehmen mit 1.000 und mehr Mitarbeitern (89 Prozent) und einem jährlichen IT-Etat ab zehn Millionen Euro (ein Anteil von 85 Prozent). Bei den kleinen Firmen mit weniger als 500 Mitarbeitern haben 69 Prozent eine Digitalisierungsstrategie, bei den mittleren Firmen zwischen 500 und 999 Mitarbeitern sind es 76 Prozent.

In 18 Prozent der Unternehmen, also in fast jedem fünften Unternehmen, fehlt eine Digitalisierungsstrategie. Immerhin in zwei Dritteln dieser Fälle wird dies als Manko oder Versäumnis angesehen, und man beschäftigt sich zumindest mit Plänen zur Einführung einer Digitalisierungsstrategie; in einem Drittel der Fälle aber, also in insgesamt sechs Prozent aller Unternehmen, erkennt man auch weiterhin keine Notwendigkeit, dem Digitalisierungsthema strategisch zu begegnen.

Welche der folgenden Strategien und Konzepte gibt es in Ihrem Unternehmen?

Angaben in Prozent.

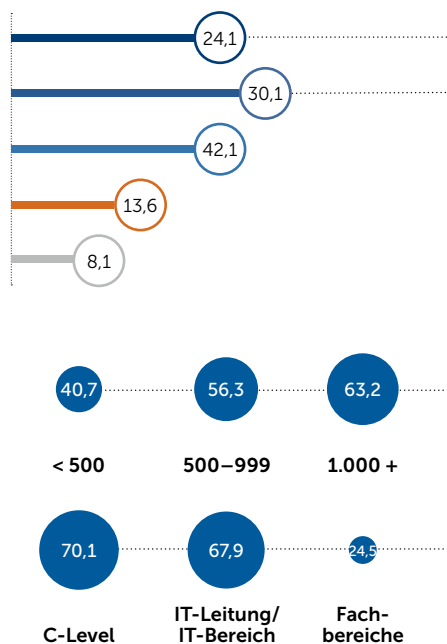


In jeweils etwas mehr als der Hälfte der Firmen existieren Konzepte für Future Workplace (58 Prozent), (Unified) Communication und Collaboration (54 Prozent) oder Everything as a Service / „Nutzen statt Besitzen“, sprich die Cloud (53 Prozent). Dabei fällt auch auf, dass interessanterweise der Anteil der Unternehmen, die auf diesen Gebieten bereits über sehr konkrete Konzepte verfügen beziehungsweise sich in ausgeprägtem Maße damit beschäftigen, bei einem (teilweise knappen) Viertel liegt.

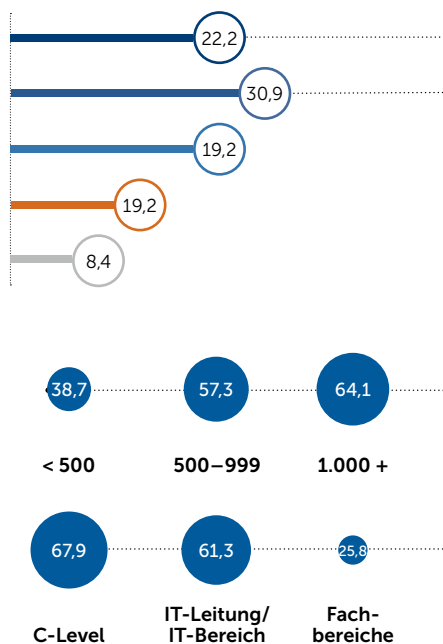
Auch hier gehen jeweils die großen Unternehmen voran mit 68 Prozent bei Future Workplace, 63 Prozent bei Unified Communication und 61 Prozent bei Everything as a Service.

Innerhalb der Unternehmen gibt es ebenso unterschiedliche Sichtweisen. Während die Manager aus dem C-Level und die IT-Abteilung den strategischen Reifegrad sehr positiv bewerten, sind die Fachabteilungen eher skeptisch. Als Beispiel seien hier die Zahlen für die Digitalisierungsstrategie genannt: 88 Prozent C-Level, 82 Prozent IT-Leitung und IT, 64 Prozent Fachabteilung.

(Unified) Communication-Collaboration-Strategie
Basis: n = 332.



Everything as a Service / „Nutzen statt Besitzen“
Basis: n = 333.



Cloud-affin: Firmen bevorzugen (Unified) Communications as a Service

Zwei Drittel der Firmen setzen bei (Unified) Communications auf eine Cloud-Lösung. Von einer Cloud-basierten Telekommunikationsanlage erhoffen sie sich mehr Flexibilität und höhere Sicherheit.

68 Prozent der befragten Unternehmen, die auf UCC setzen, nutzen seit über einem Jahr (35 Prozent) oder seit weniger als einem Jahr (Unified) Communications as a Service / (U)CaaS.

Überdurchschnittlich hoch sind hier die Werte bei den mittleren Firmen mit 500 bis 999 Mitarbeitern (77 Prozent), den großen Firmen (72 Prozent) sowie bei den C-Level-Managern (78 Prozent). Die kleinen Firmen sind bei Cloud-Lösungen für die Kommunikation etwas zögerlicher (55 Prozent).

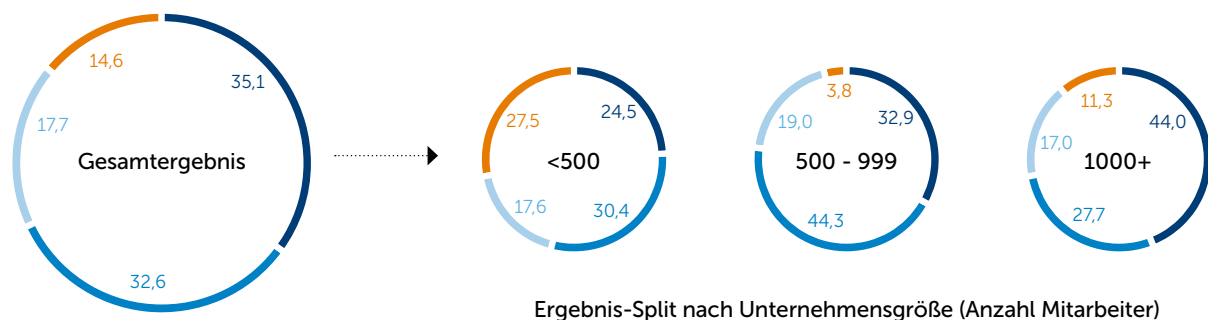
Knapp ein Fünftel der Firmen plant bereits den Einsatz von (U)CaaS, in 15 Prozent der Firmen ist das noch kein Thema.

Vom Einsatz einer Cloud-Telekommunikationsanlage erhofft sich ein Drittel der Unternehmen Vorteile wie Flexibilität etwa bei Saisongeschäft oder Mobilität, ein Viertel der Firmen will von höherer Sicherheit / Verschlüsselung, einer nahtlosen Integration in Business-Anwendungen wie ERP- oder CRM-Systeme oder einer höheren Produktivität profitieren.

Als weitere maßgebliche Vorteile beim Kauf einer Cloud-basierten TK-Anlage sehen die Firmen eine hohe Ausfallsicherheit durch den Betrieb in redundanten Data Centern, virtuelle Konferenzräume mit Desktop- und File-Sharing, die einfache Vernetzung verschiedener Standorte und externer Arbeitsplätze oder niedrigere Kosten.

Nutzt Ihr Unternehmen (Unified) Communications as a Service / (U)CaaS?

Angaben in Prozent. Basis: n = 322.



● Ja, seit über einem Jahr ● Ja, seit weniger als einem Jahr ● Nein, aber wir planen es. ● Nein, kein Thema bei uns



Was sind in Ihren Augen die maßgeblichen Vorteile für Ihr Unternehmen, eine Cloud-basierte Telekommunikationsanlage zu nutzen oder einzuführen?

Mehrfachnennungen möglich. Angaben in Prozent. Basis: n = 162.

Flexibilität (z.B. bei Saisongeschäft) / Mobilität	31,5
Höhere Sicherheit / Verschlüsselung	25,9
Steigerung der Produktivität	25,3
Nahtlose Integration in Business-Anwendungen (z.B. ERP- / CRM-Systeme)	25,3
Hohe Ausfallsicherheit durch den Betrieb in redundanten Data Centern	24,1
Virtuelle Konferenzräume mit Desktop- und File-Sharing	24,1
Zukunftssicherheit durch kontinuierliche Updates seitens der Anbieter	22,8
Niedrige Kosten (CAPEX / OPEX)	22,2
Einfache Vernetzung verschiedener Standorte und externer Arbeitsplätze	22,2
Integration in Mobilgeräten (Smartphones, Tablets, Notebooks)	22,2
Einführung neuer TK-Services und Sprachdienste	22,2
Verschmelzung der Sprach- und Datenwelt (Konvergenz)	21,0
Verbesserung der (Kosten-)Effizienz	21,0
Kostentransparenz	19,8
Transparenz der Kommunikationsbewegungen	19,8
Größere Auswahl bei Endgeräten	19,8
Einfache Administration (z.B. einer eigenen Nebenstelle) in einer Benutzeroberfläche	18,5
Instant Messaging- / Präsenz-Funktion	17,9
CTI-Integration, E-Fax und Voice-Mail	16,7
Keine Wartung mehr	15,4
Keine TK-Techniker mehr notwendig	15,4
Beliebige Skalierbarkeit der Systeme	14,8



NFON ist die neue Freiheit der Unternehmenskommunikation



NFON passt seine intuitiven Cloudya-Kommunikationslösungen an die Bedürfnisse moderner Unternehmen an und ermöglicht ihnen, jeden Tag ein bisschen besser zu werden.

Dafür sorgt NFON mit Lösungen, die eine einfache Oberfläche, Drag-and-Drop-Funktionen, eine georedundante und ausfallsichere Infrastruktur sowie Zukunftssicherheit für die Unternehmenskommunikation bieten.

Cloudya

Die Cloudya-Cloud-Telefonanlage ist das Kernprodukt der NFON AG. Cloudya ist:

- **Einfach** Intuitive Nutzung der leistungsstarken App-Suite: einmaliges Anmelden, eine Rufnummer, Bereitstellung per Plug-and-Play
- **Unabhängig** Einsetzbar auf jedem Gerät, Kommunikation an jedem Ort der Welt, komplette Mobilitätslösung
- **Zuverlässig** Hoch verfügbare Architektur, georedundante Infrastruktur, höchste Datensicherheitsstandards
- **Kosteneffizient** Keine versteckten Kosten, umlagefinanziertes Monatsabonnement
- **Transparent** Ein Angebot, ein Service, ein Tarif

Premium-Lösungen

Darüber hinaus bietet die NFON AG Lösungen an, die Branchen mit unterschiedlichsten Anforderungen und Szenarien unterstützen. Dazu gehören:

Ncontactcenter ergänzt Cloudya um eine vollwertige Cloud-Contact-Center-Lösung, die eine effiziente Kundenbetreuung über verschiedenste Kanäle, Agenten und Standorte ermöglicht.

Nmonitoring Queues ist eine leistungsfähige und wirtschaftliche Lösung für Serviceteams. Durch einfaches Hinzufügen einer Lizenz in Cloudya können Agenten ihre eigenen Aktivitäten überwachen



NFON
Die Cloud-Telefonanlage



NFON AG

Als Cloud-Unternehmen Made-in-Germany ist die NFON AG der europäische Cloud-PBX-Anbieter und entwickelt modernste Cloud-Kommunikation für Unternehmen.

NFON AG

Machtlfinger Str. 7
D-81379 München
Telefon: 089 453000
E-Mail: info@nfon.com
Web: www.nfon.com

und verfolgen, wie etwa Anrufwarteschlangen und wichtige KPIs, Anweisungen von Vorgesetzten erhalten und Arbeitspausen in einer übersichtlichen, organisierten Weise protokollieren.

Nvoice for MS Teams bietet Ihnen eine professionelle Telefonie-Lösung, die sich in die vertraute Microsoft-Teams-Umgebung integrieren lässt. Es bietet PSTN-Konnektivität, sodass Sie mit Microsoft Teams telefonieren und als Einzellösung nutzen können.

Neorecording gestattet es Unternehmen, Gespräche verschlüsselt und revisions sicher aufzuzeichnen.

Nhospitality integriert Cloud-Telefonie in Property-Management-Systeme (PMS) und bietet damit eine auf die Hotelbranche zugeschnittene, effiziente Kommunikationslösung.

Strategie

Mission: NFON hat sich zum Ziel gesetzt, der führende Anbieter von sprachbasierter Geschäftskommunikation in Europa zu sein. Zu diesem Zweck und zur Umsetzung der NFON-Wachstumsstrategie setzt NFON auf folgende Punkte:

- Signifikante Aufstockung der technischen Ressourcen bis Ende 2021
- Erhöhte Marketinginvestitionen
- Wachstum in Enterprise-Segment

- Verstärkte Aktivitäten in Mittel- und Osteuropa (MOE)
- Technologiepartnerschaften

History

2007 in München gegründet, hat sich die NFON AG rasant entwickelt. Heute ist NFON der europäische Anbieter von Cloud-basierten Telefonsystemen und in 15 Ländern aktiv: Mit über 40 000 Kund/innen und mehr als 2 700 Partner/innen.

Komplexe Dinge einfach gestalten kann eine gewaltige Herausforderung sein. Das wissen wir. Aber Kommunikation sollte einfach sein. Intuitiv und mühelos. Deshalb stellen wir schon heute die moderne Kommunikation in der Arbeitswelt von morgen bereit. Über 500.000 sogenannten bei Kund/innen installierten Nebenstellen in ganz Europa zeigen, dass wir das sehr gut hinbekommen.

Und, auch wenn wir uns nicht mehr Start-up nennen, stecken wir immer noch voller Tatendrang. Alles ist möglich, das ist unsere Überzeugung. Bei NFON wachsen Ideen und Veränderungen. Nicht nur für unsere Kunden, sondern auch für unsere Mitarbeiter.

Unsere Werte? Agilität. Innovation. Teamgeist. Und wir sagen: Engagierter Einsatz und Spaß schließen sich nicht aus! Gemeinsam greifen wir nach großen Zielen und schätzen die Talente jedes Einzelnen.



A study project by



and



Publisher:

IDG Business Media GmbH
Lyonel-Feininger-Str. 26
80807 München
Telefon: 089 36086 – 0
Fax: 089 36086 – 118
E-Mail: info@idg.de

Authorized representative:
Jonas Triebel
Managing Director

Register court: Local court
München HRB 99187
Sales tax identification number:
DE 811 257 800

Further information at:
www.idg.de

**Study concept /
Questionnaire development:**
Simon Hülsbömer,
Matthias Teichmann,
IDG Research Services

**Final editing /
CvD study report volume:**
Armin Rozsa,
Simon Hülsbömer,
IDG Research Services

Analyses / Comments:
Bernd Reder, München

Layout: Chr. Plote, Starnberg

Cover artwork:
© shutterstock.com / Twin Design

Partner:

NFON AG
Machtlfinger Str. 7
81379 München
Telefon: 089 453000
E-Mail: info@nfon.com
Web: www.nfon.com



**INSIGHTS
INTENT &
ENGAGEMENT**

All information in this research summary has been compiled with the greatest care. Nevertheless, errors not be excluded. The publisher, editorial staff and editors point out that they can accept neither a legal responsibility or any liability for consequences resulting from incorrect information.

The research summary, including all its parts, is protected by copyright.

Reproduction, translation, microfilming and storage and processing in electronic systems, in whole or in part, in electronic systems, including excerpts, require the written permission of IDG Research Services.