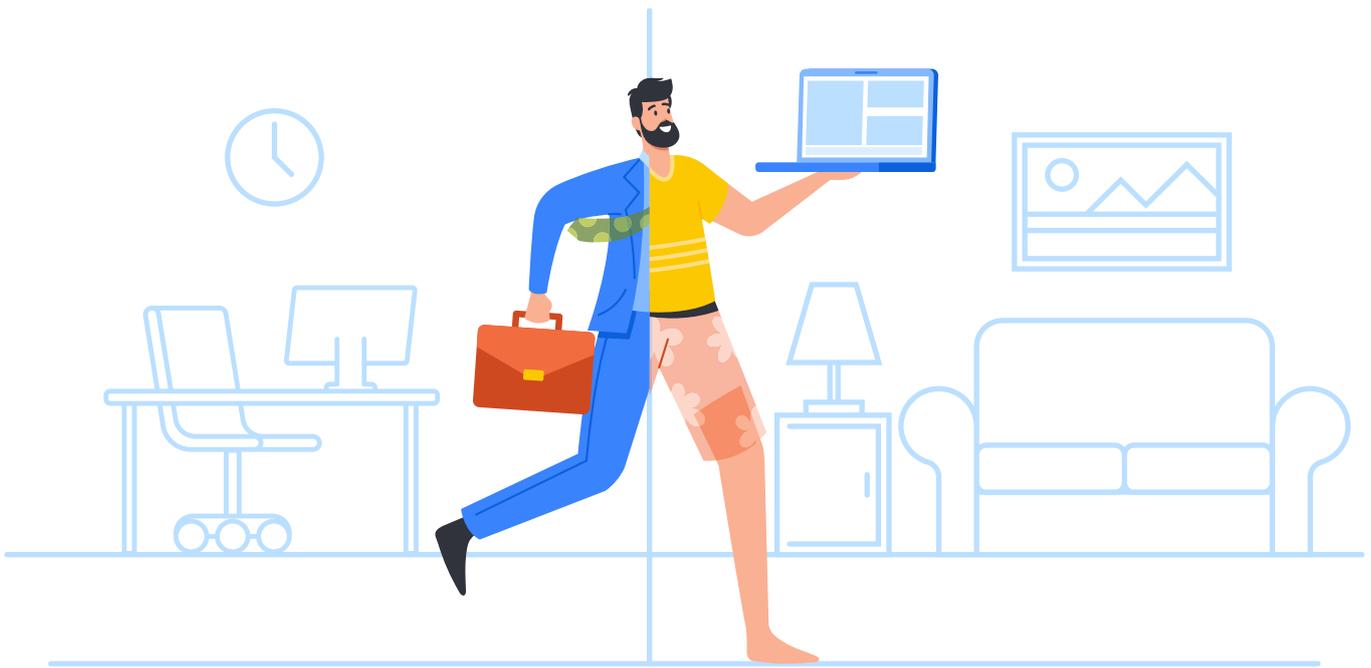
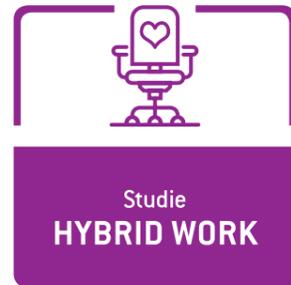


# STUDIE HYBRID WORK 2022





Ein aktuelles Studienprojekt von  
CIO, CSO und COMPUTERWOCHE



Platin-Partner



Gold-Partner

**SPIRIT/21**

Bronze-Partner



Alle Angaben in diesem Ergebnisband wurden mit größter Sorgfalt zusammengestellt. Trotzdem sind Fehler nicht ausgeschlossen. Verlag, Redaktion und Herausgeber weisen darauf hin, dass sie weder eine Garantie noch eine juristische Verantwortung oder jegliche Haftung für Folgen übernehmen, die auf fehlerhafte Informationen zurückzuführen sind.

Der vorliegende Ergebnisberichtsband, einschließlich all seiner Teile, ist urheberrechtlich geschützt. Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen, auch auszugsweise, bedürfen der schriftlichen Genehmigung durch den Herausgeber.

## Auch für Coronazeiten gilt: Mitarbeiter kommen wegen der Aufgaben und gehen wegen des Chefs



Hans König, Ressortleiter  
Jobs & Karriere

Zwei Jahre lang haben alle – Arbeitgeber und Mitarbeitende – das hybride Arbeiten geübt. Und auch wir von der COMPUTERWOCHE haben das Thema New Work medial intensiv begleitet, aber natürlich auch selbst praktiziert, und das Ganze nun mit einer Studie abgerundet.

Das erfreuliche Ergebnis war, und das hat wohl viele Arbeitgeber selbst überrascht, dass der Umzug aus dem Büro ins Home-Office recht gut geklappt hat. Selbst Mittelständler, für die mobiles Arbeiten in der Vergangenheit kaum infrage kam und bei denen es schon als Privileg galt, wenn es mal im Quartal einen Home-Office-Tag gab, haben sich eines Besseren belehren lassen und festgestellt, dass der Laden auch in der neuen Konstellation ganz gut läuft.

Je mehr allerdings die Mitarbeitenden mobil arbeiten und je länger Hybrid Work dauert, desto stärker treten nun auch Unterschiede zutage: zwischen den Betrieben, die von Anfang an konsequent ihre Hausaufgaben gemacht haben, und solchen, die sich eher sagten: Das bisschen Home-Office kriegen wir auch noch gemanagt. Nach dem Motto: Was kann denn daran so schwierig sein, ein Notebook bereitzustellen, und los geht es in die neue Arbeitswelt. Und alle freuen sich ob der gewonnenen zusätzlichen Zeit und Freiheit, weil der Weg zur Arbeit entfällt, weil ein Höchstmaß an Flexibilität möglich ist, weil viele Störfaktoren wegfallen, und, und, und ...

Soweit die Theorie. In der Praxis zeigt sich nach wie vor, dass sich die schöne neue Arbeitswelt doch etwas schwieriger und

komplexer gestaltet. Das hat viele Gründe: zum Beispiel weil eben nicht alle sofort mit der Technik klarkamen, weil ein Usersupport von zu Hause nicht immer ganz einfach ist, weil der ständige virtuelle Austausch im Team doch irgendwann ermüdend wird, Privates und Berufliches sich noch weniger trennen lassen, nicht zu sprechen von anderen Herausforderungen wie Homeschooling et cetera.

Was die Arbeitgeber überraschte und womit zumindest die meisten nicht gerechnet haben, ist, dass die Fluktuation überdurchschnittlich gestiegen ist und weiterhin hoch bleibt. Schon in der Vergangenheit, lange vor Corona, galt eine alte Management-Weisheit als gesetzt: Mitarbeiter kommen wegen interessanter Aufgaben, sie gehen wegen ihres Chefs.

Und genau dieses Phänomen war in Pandemiezeiten vielfach zu beobachten. Die „Schönwetterkapitäne“, die sich auf die neue Form der Führung nicht einstellen konnten – viele auch nicht wollten –, die wenig Verständnis für die Lage ihrer Teams zu Hause zeigten, mussten damit rechnen, dass die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter nicht nur artig ihre To-dos abarbeiteten, sondern auch die eine oder andere Bewerbung losschickten (und angesichts der aktuellen Arbeitsmarktsituation wohl auch erfolgreich abschlossen). Und ja, auch wenn die Erkenntnis nicht neu ist, hybrides Arbeiten hin oder her, die Pandemie hat es eindeutig bestätigt: Die Qualität der Führungsmannschaft entscheidet mehr denn je darüber, wie gut der Laden läuft und damit auch über Ge- und Verderb eines Unternehmens.

# Inhalt

6

19

31

35

## Die wichtigsten Ergebnisse

<b>Management Summary</b> .....	6
<b>Das zentrale Ergebnis</b> .....	8
<b>Die weiteren Key Findings</b> .....	10
1. Hybride Mitarbeiter: Unternehmen kommen in Fahrt .....	11
2. Budgets für Investitionen: Ein Schluck aus der Pulle.....	12
3. Hybride Effekte: Geld und Zufriedenheit.....	13
4. Bedürfnisse: Was sich hybride Mitarbeiter wünschen.....	14
5. Choose your own Device: Vieles spricht für das Wahlrecht.....	16
6. Zufriedenheit: Technologie, Prozesse, Distanz .....	17
7. Statements: Freunde von Hybrid Work.....	18

<b>Editorial</b> .....	3
------------------------	---

## Weitere Studienergebnisse

1. Hybride Strukturen: Wer treibt es an, wer setzt es um? .....	20
2. Hybride Arbeitsplätze: Wie werden sie verwaltet und gebucht? .....	21
3. Remote-Arbeitsplätze: Welche Maßnahmen sind umgesetzt und geplant? .....	22
4. Hybride Sicherheit: Welche Maßnahmen werden angewendet? .....	23
5. Collaboration: Die wichtigsten Tools für Remote Work.....	24
6. Tool-Plattformen: Alles aus einer Hand?.....	26
7. Tool-Landschaften: Auf der Spur der Employee Experience.....	27
8. Externer Zugriff: Alles oder nichts?.....	28
9. Technische Herausforderungen: Reibungspunkte und Lösungshilfen.....	29
10. Organisatorisches: Noch mehr Maßnahmen für Hybrid Work .....	30

<b>Studiendesign</b> .....	50
Impressum .....	51
Studiensteckbrief .....	52
Stichprobenstatistik .....	53
Studienkonzept, Round Table Moderation, Autor dieser Ausgabe .....	54
Studienreihe .....	55

## Blick in die Zukunft

Keine Freunde von Hybrid Work? .....	32
--------------------------------------	----

## CIO-Agenda 2022

Daten zur allgemeinen Einschätzung der Marktlage .....	36
--	----



## Studienpartner stellen sich vor

Campana & Schott.....	42
Freshworks.....	44
NFON.....	46
SPIRIT/21 .....	48

# Management Summary

Die Key Findings im Überblick



## Status quo

50 Prozent der befragten Unternehmen haben ein ganzheitliches oder zumindest sehr detailliertes Konzept, wie ein Hybrid-Work-Modell auf allen Ebenen und in allen Bereichen aussehen muss.

## Effekte

70 Prozent der Befragten stellen positive Effekte von Hybrid Work auf die Zufriedenheit der Mitarbeitenden fest.



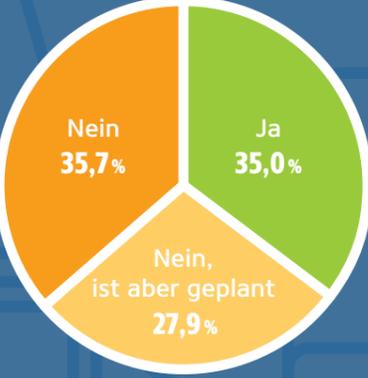
## Wunschliste

Das wünschen sich Mitarbeitende im Zusammenhang mit Hybrid Work:

- 1. Ortsunabhängiger Zugriff auf alle Daten **44,1%**
- 2. Freie Wahl der technischen Ausstattung (CYOD = Choose your own Device) **38,0%**
- 3. Flexible(re) Arbeitszeitmodelle **32,0%**

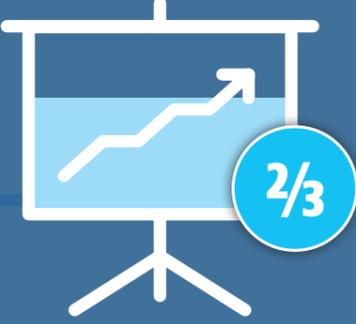
## Choose your own Device

Wahlfreiheit für IT-Geräte in Unternehmen



## Zukunft

Zwei Drittel aller Studienteilnehmer geben an, dass der Anteil von Hybrid Work in ihrer Organisation steigen beziehungsweise stark steigen wird.



## Investitionen

69 Prozent der Unternehmen steigern ihre Investitionen in Hybrid Work im laufenden Jahr.



## Statements

49 Prozent der Befragten stimmen zumindest grundsätzlich der These zu, dass ihr Unternehmen kein Freund von Hybrid Work ist.



## Zufriedenheit



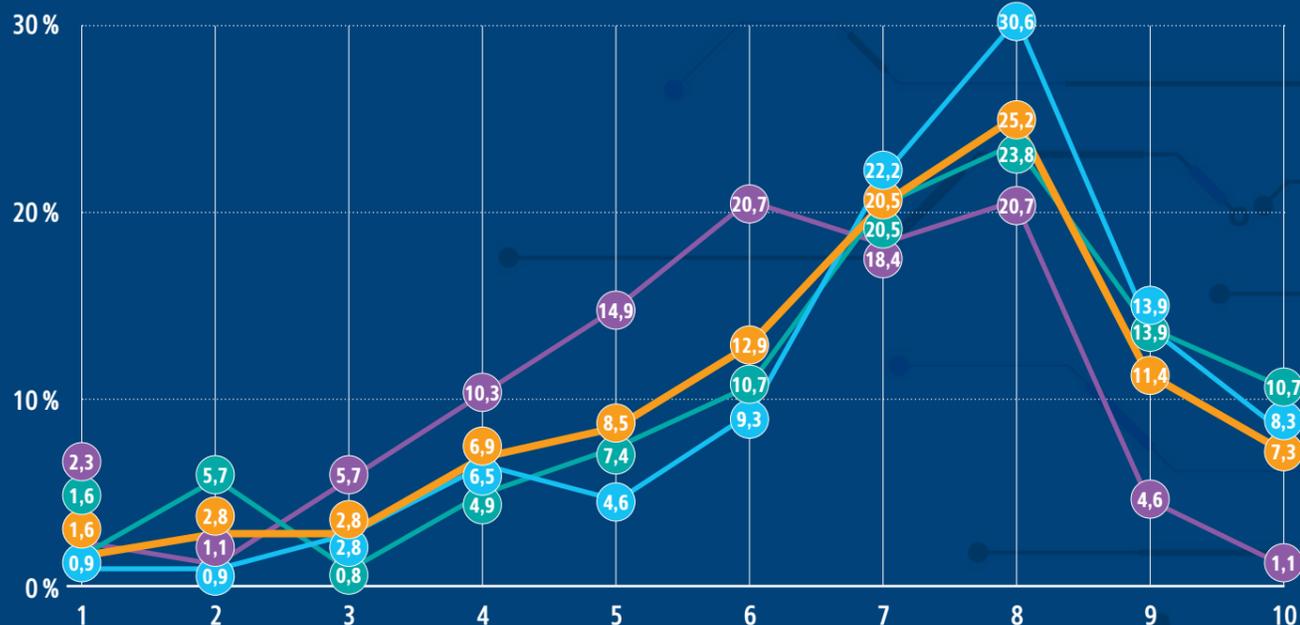
der Befragten sind unzufrieden mit ihrer technischen Infrastruktur.



der Befragten sind zufrieden mit ihrer technischen Infrastruktur.

## Stellen Sie sich bitte die Umsetzung eines modernen, zukunftsgerichteten Hybrid-Work-Modells als eine Wegstrecke von 1 bis 10 vor. An welcher Stelle dieses Weges ordnen Sie derzeit Ihr Unternehmen ein?

Angaben in Prozent.  
Bewertung auf einer Skala von 1 (Wir stehen hier noch völlig am Anfang) bis 10 (Hybrid Work findet bei uns bereits auf breiter Ebene statt).  
Basis: n = 317



- Gesamtergebnis
- Ergebnis-Split nach Funktion im Unternehmen
- C-Level (Geschäftsführung / Vorstand / CIO / IT-Vorstand / CDO / CTO / Technik-Vorstand)
- IT-Leiter & IT-Bereich
- Fachbereiche

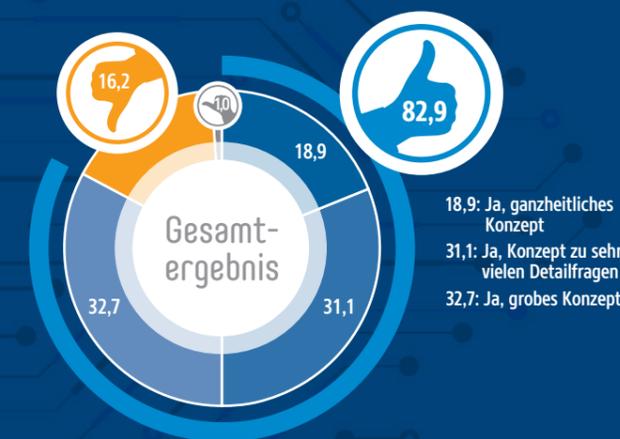
## Welche Arten von Arbeitsplätzen, die mit IT ausgestattet sind, finden sich in Ihrer Organisation?

Angaben in Prozent. Mehrfachantworten möglich. Basis: n = 318



## Gibt es in Ihrem Unternehmen ein fundiertes ganzheitliches Konzept, wie ein Hybrid-Work-Modell auf allen Unternehmensebenen und in allen Unternehmensbereichen aussehen muss?

Angaben in Prozent. Filter: Unternehmen, bei denen mindestens eine der folgenden Voraussetzungen vorliegt: Flex Desks innerhalb des Firmengeländes, Remote/Mobile-Arbeitsplätze außerhalb des Firmengeländes, Deskless-Lösungen inner- und/oder außerhalb des Firmengeländes.  
Basis: n = 297



# Das zentrale Ergebnis

### Aufbruch: So hybrid sind die Arbeitsplätze

Selten wurden unterschiedliche Bewertungen durch Studienteilnehmer aus Fachbereichen und IT deutlicher als hier: Die einen sehen noch den Start, die anderen können schon das Ziel erkennen. Immerhin haben die Hälfte der Organisationen ein umfassendes Konzept für Hybrid Work entwickelt.

Auf dem Weg zum „Einsatz von Hybrid Work auf breiter Ebene“ geben 77 Prozent der Befragten an, dass ihre Organisation bereits die Hälfte der Strecke absolviert hat und auf die Zielgerade zusteuert. Knapp 19 Prozent der Unternehmen haben eigenen Angaben zufolge sogar die beiden letzten Etappen 9 und 10 erreicht.

Starke Abweichungen treten bei der Unternehmensgröße auf: 15 Prozent der kleineren Organisationen unter zehn Millionen Euro IT-Ausgaben sehen sich in der Schlussphase, bei den größeren Unternehmen ist der Anteil mit fast 30 Prozent doppelt so hoch.

Noch größer fallen jedoch die Unterschiede in der Bewertung durch IT- und Fachbereiche und Befragte aus Fachbereichen aus. Immerhin knapp 25 Prozent der IT-Manager sehen ihre Firma in den Etappen 9 und 10, bei den Fachbereichen sind es nur fast sechs Prozent. Hier liegen auch die arithmetischen Mittel weit auseinander.

Bei der Art der Arbeitsplätze überwiegt immer noch der klassische Fix Desk – jedem seine eigene Scholle. Aber auch viele mobile Lösungen sind bereits im Einsatz. So berichten 45 Prozent, dass in ihren Unternehmen Deskless-Arbeitsplätze wie der Notebook-/

Tablet-Einsatz in Logistik, Produktion oder Health Care genutzt werden.

Bei der Frage nach einem fundierten Konzept für Hybrid Work trennt sich wieder die Spreu vom Weizen: Hier sind es vor allem Befragte aus der Chefetage, die den Durchschnittswert hochtreiben. Bis Konzepte in die Fachbereiche heruntersickern, scheint es zu dauern. Dass aber gerade einmal jedes siebte Unternehmen keinen übergreifenden Ansatz zu Hybrid Work zu haben scheint, zeigt, dass die überwiegende Mehrzahl der Organisationen den Weg in die hybride Arbeitswelt eingeschlagen hat.

# Die weiteren Key Findings

Zahlen und Analysen, die aus Sicht des Marktforschungsteams besonders wichtig sind

## Hybride Mitarbeiter: Unternehmen kommen in Fahrt

Im Durchschnitt arbeiten heute vier von zehn Mitarbeitenden in einem hybriden Modell, wenn das Unternehmen dies ermöglicht. Damit ist aber noch nicht das Ende der Fahnenstange erreicht – der klassische Ansatz nimmt weiter ab.

Laut dem gewichteten Mittelwert sind zurzeit gut 41 Prozent der Mitarbeitenden hybrid tätig. Dies gilt zumindest für Unternehmen, die im Rahmen ihrer Hybrid-Work-Strategie Flex Desks, Deskless sowie mobile Arbeitsplätze nutzen.

In knapp 30 Prozent der Unternehmen arbeiten mehr als die Hälfte aller Angestellten in einem hybriden Modell. Demgegenüber sind nur in jedem 20. Unternehmen weniger als zehn Prozent der Mitarbeitenden hybrid tätig.

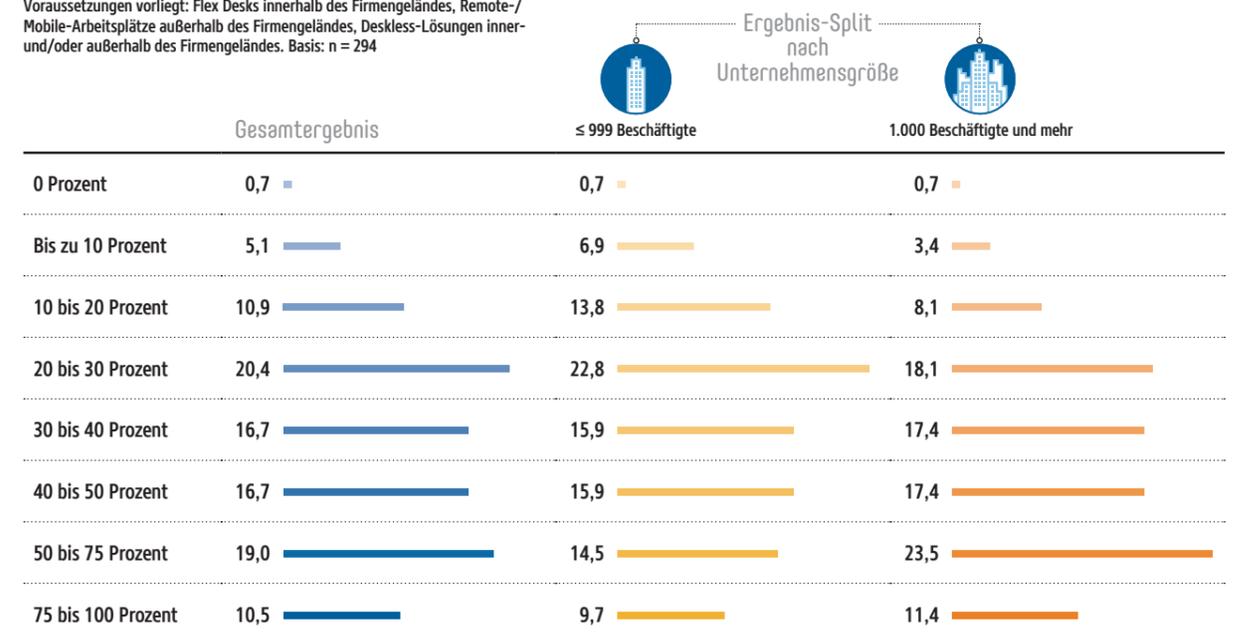
Abweichungen gibt es nach Unternehmensgröße: Kleine Firmen sind tendenziell

weniger hybrid unterwegs als große Unternehmen. Und auch hier zeigen sich Unterschiede zwischen den Antworten von Vertretern der Fachbereiche und der Geschäftsleitungen beziehungsweise der IT-Abteilungen.

Bei der Frage nach der künftigen Entwicklung setzt sich dies fort. Allerdings sind in jedem Segment der Befragten mindestens zwei Drittel der Meinung, dass der Anteil von Hybrid Work steigen beziehungsweise stark steigen wird. In großen Organisationen und in Geschäftsleitungen beläuft sich die Zustimmung sogar auf mehr als 72 Prozent.

### Wie groß ist in etwa der Anteil der Mitarbeitenden in Ihrer Organisation, die nach dem beschriebenen\* Hybrid-Work-Modell arbeiten?

Angaben in Prozent. Filter: Unternehmen, bei denen mindestens eine der folgenden Voraussetzungen vorliegt: Flex Desks innerhalb des Firmengeländes, Remote-/ Mobile-Arbeitsplätze außerhalb des Firmengeländes, Deskless-Lösungen inner- und/oder außerhalb des Firmengeländes. Basis: n = 294



\*Begriffsdefinition: „Hybrid Work“ bzw. „Hybrides Arbeiten“ ist nicht nur rein auf eine Kombination aus der Arbeit vor Ort im Firmengebäude bzw. -gelände und dem Arbeiten von unterwegs / zu Hause aus beschränkt. Die Mitarbeitenden haben beim hybriden Arbeiten vielmehr die – mehr oder weniger – freie Wahl, wann und von wo sie ihre Arbeit erledigen möchten – am eigenen Büroarbeitsplatz, in der firmeneigenen Kreativlounge, zu Hause, im Co-Working-Space, im Zug u.v.m. Das hat zum Ziel, die unterschiedlichsten Anforderungen an das Berufs- und Privatleben bestmöglich unter einen Hut zu bringen. Im Grunde handelt es sich also um ein individuelles Nebeneinander von Büro, Home-Office und Remote Work.

## Budgets für Investitionen: Ein Schluck aus der Pulle

Es geht voran: Sowohl die IT-Budgets als auch die Hybrid-Work-Investitionen steigen im laufenden Jahr. Wobei sich jedoch abzeichnet, dass Hybrid nicht überproportional profitieren kann.

Die Pandemie hat die IT-Ausgaben der Unternehmen in die Höhe getrieben, und im dritten Jahr setzt sich der Trend fort: Knapp 72 Prozent der Organisationen steigern ihre IT-Gesamtbudgets 2022 verglichen mit dem Vorjahr. In nur gut drei Prozent der Firmen sinken die IT-Ausgaben.

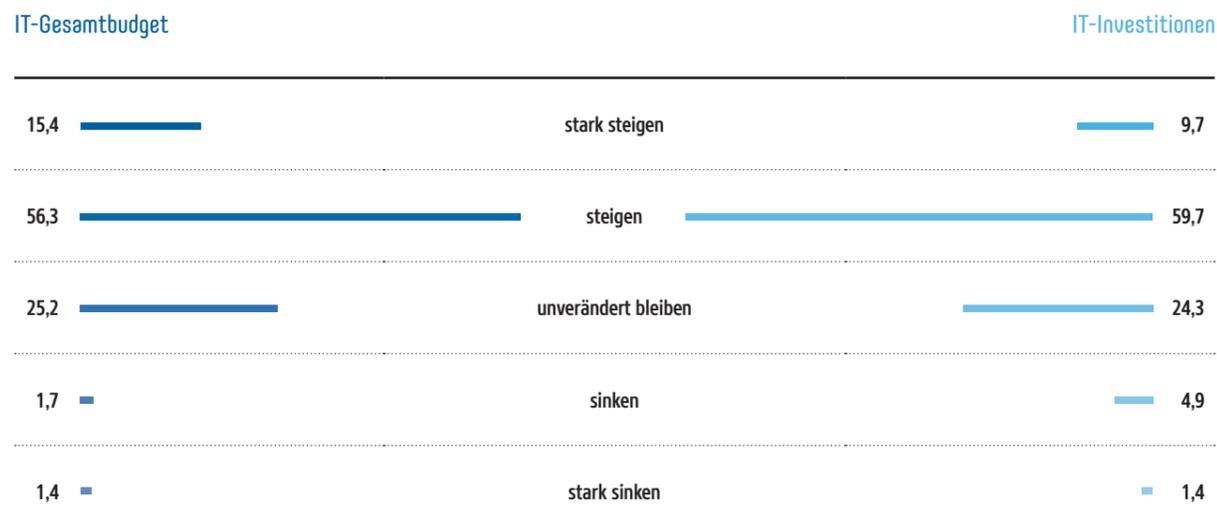
Vertreter großer Unternehmen mit mehr als 1.000 Beschäftigten und/oder mehr als zehn Millionen Euro IT-Budget verzeichnen überproportional häufig eine starke Steigerung der Ausgaben. Dies gilt auch für Befragte in der Geschäftsführung – demgegenüber fallen die Angaben der IT-Managerinnen und -Manager nahe am Durchschnittswert aus.

Knapp 69 Prozent der Unternehmen bauen ihre IT-Investitionen, die im Kontext mit hybridem Arbeiten stehen, im laufenden Jahr aus. Das ist zwar eine positive Tendenz, aber es zeigt auch, dass der Anteil am IT-Kuchen nicht größer wird. Einen großen Zuwachs versprechen sich vor allem Vertreter der Fachbereiche.

Auffällig ist, dass die Quote der sinkenden Investitionen bei Hybrid Work deutlich größer ist als beim IT-Gesamtbudget, wenn auch insgesamt auf einem niedrigen Niveau (sechs Prozent gegenüber drei Prozent). Wie sich dies mit dem Ziel aus Key Finding 1 verträgt, den Anteil der Beschäftigten im Hybrid-Work-Modell (stark) zu steigern, muss sich zeigen.

Wie wird sich das **IT-Gesamtbudget** Ihres Unternehmens im kommenden Jahr im Vergleich zu 2021 entwickeln? Und wie verhält es sich im kommenden Jahr mit den **IT-Investitionen**, die im Kontext mit hybridem Arbeiten stehen? Wie werden sich diese Investitionen im Vergleich zu 2021 entwickeln?

Angaben in Prozent. Filter: Unternehmen, bei denen mindestens eine der folgenden Voraussetzungen vorliegt: Flex Desks innerhalb des Firmengeländes, Remote-/Mobile Arbeitsplätze außerhalb des Firmengeländes, Deskless-Lösungen inner- und/oder außerhalb des Firmengeländes. Basis je nach Antwortoption: n = 286 (IT-Gesamtbudget) / 288 (IT-Investitionen)



## Hybride Effekte: Geld und Zufriedenheit

Abgesehen vom Wunsch, dass Beschäftigte auch in Pandemiezeiten produktiv sein können, versprechen sich Unternehmen noch andere positive Effekte von Hybrid Work. Allerdings gibt es auch Schattenseiten.

Den größten Effekt durch Hybrid Work verzeichnen die Befragten in ihren Unternehmen bei der Mitarbeiterzufriedenheit. Auf einer Skala von -2 bis +2 erreicht die Zufriedenheit unter den Beschäftigten einen Wert von 0,9. Fast jeder dritte Befragte gibt mit „sehr positiv“ (+2) den Top-Wert an.

Und natürlich versprechen sich viele auch positive Effekte auf Umsatz und Gewinn – mindestens in Lockdown-Phasen, in denen durch Hybrid Work noch Schlimmeres verhindert werden kann. Mit 0,7 knapp dahinter landet die Kundenzufriedenheit auf Platz 3.

Positive Effekte auch auf die Kommunikation: mit Kunden sowie mit den eigenen Arbeitskräften. Dies liegt vermutlich daran, dass in hybriden Modellen die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter seltener in der digitalen Diaspora unterwegs sind – weil der „Arbeitsplatz“ nur einen Handgriff entfernt liegt.

Auf dem sechsten Platz steht die Besetzung offener Stellen. Diese Platzierung deckt sich auch mit dem Wunsch der Beschäftigten nach flexiblen Arbeitsmodellen (siehe Key Finding 4).

Der Bedarf an Bürofläche ist sicherlich gesunken. Der Effekt auf tatsächliche Mietkosten dürfte jedoch noch überschaubar sein, weil unklar ist, ob man dauerhaft Fläche reduzieren kann und im Übrigen viele Büromietverträge gar nicht kurzfristig kündbar sind.

Gibt es Effekte auf die folgenden Faktoren, die sich auf die Einführung von Hybrid-Work-Modellen zurückführen lassen?

Mittelwertangaben. Abfrage auf einer Skala von +2 (+= „sehr positiv“) bis -2 (=- „sehr negativ“). Filter: Unternehmen, bei denen mindestens eine der folgenden Voraussetzungen vorliegt: Flex Desks innerhalb des Firmengeländes, Remote-/Mobile Arbeitsplätze außerhalb des Firmengeländes, Deskless-Lösungen inner- und/oder außerhalb des Firmengeländes. Basis je nach Antwortoption: n = 266–290



## Welche der folgenden Aspekte sind für Sie persönlich die wichtigsten, um den Bedürfnissen an einen modernen und hybriden Arbeitsplatz gerecht zu werden?

Angaben in Prozent. Mehrfachnennungen möglich. Filter: Unternehmen, bei denen mindestens eine der folgenden Voraussetzungen vorliegt: Flex Desks innerhalb des Firmengeländes, Remote-/Mobile-Arbeitsplätze außerhalb des Firmengeländes, Deskless-Lösungen inner- und/oder außerhalb des Firmengeländes.  
Basis: n = 297

Gesamtergebnis



Aspekt	Gesamtergebnis	C-Level (Geschäftsführung / Vorstand / CIO / IT-Vorstand / CDO / CTO / Technik-Vorstand)	IT-Leiter & IT-Bereich	Fachbereiche
Ortsunabhängiger Zugriff auf alle Daten	44,1	44,4	39,5	50,0
Freie Wahl der technischen Ausstattung (CYOD = Choose your own Device)	38,0	41,4	43,9	26,2
Flexible(re) Arbeitszeitmodelle	32,0	26,3	29,8	41,7
Alle Kommunikationskanäle sind miteinander verknüpft	31,3	30,3	31,6	32,1
Einsatzmöglichkeit für persönliche Geräte (BYOD = Bring your own Device)	28,3	37,4	24,6	22,6
Arbeiten in virtuellen Teams	22,6	15,2	25,4	27,4
Mehr persönlicher Spielraum für Innovationen (für neue Produkte, Prozesse, Strategien etc.)	16,2	15,2	19,3	13,1
Einsatz der neuesten technischen Innovationen	13,8	15,2	13,2	13,1
Gutes Angebot an Self-Services	8,8	6,1	10,5	9,5
Keiner der oben genannten Punkte	2,0	3,0	1,8	1,2

## Bedürfnisse: Was sich hybride Mitarbeitende wünschen

Persönliche Vorlieben wie flexible Arbeitszeiten und Choose your own Device gelten als wichtigste Treiber der Nachfrage nach hybriden Modellen. Dabei landet der reibungslose Zugriff auf Daten an erster Stelle.

Ein ortsunabhängiger Zugriff auf alle Daten wäre eine feine Sache, finden 44 Prozent der Befragten. Dies trifft besonders auf Vertreter von Fachbereichen zu. Demgegenüber ist dieser Punkt für IT-Managerinnen und -Manager weniger relevant.

Wünschenswert wäre auch, sich seine IT-Devices selbst aussuchen zu können (Choose your own Device). Dieses Feature wiederum

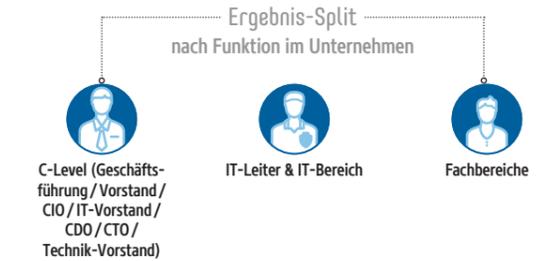
hat für Business-Manager die geringste Relevanz, während es in der IT überdurchschnittlich gut ankommt.

Flexible Arbeitszeitmodelle, der Klassiker der Hybrid Work, rangieren auf dem dritten Platz. Knapp ein Drittel aller Befragten können sich hierfür begeistern, wobei Mitarbeiter aus Fachbereichen die Nase vorn haben.

## Was, glauben Sie, würden Ihre Mitarbeitenden als wichtigste Aspekte nennen?

Angaben in Prozent. Mehrfachnennungen möglich. Filter: Befragte mit Führungsverantwortung in Unternehmen, bei denen mindestens eine der folgenden Voraussetzungen vorliegt: Flex Desks innerhalb des Firmengeländes, Remote-/Mobile-Arbeitsplätze außerhalb des Firmengeländes, Deskless-Lösungen inner- und/oder außerhalb des Firmengeländes. Dargestellt sind die Top-10-Antworten.  
Basis: n = 243

Gesamtergebnis



Aspekt	Gesamtergebnis	C-Level (Geschäftsführung / Vorstand / CIO / IT-Vorstand / CDO / CTO / Technik-Vorstand)	IT-Leiter & IT-Bereich	Fachbereiche
Freie Wahl der technischen Ausstattung (CYOD = Choose your own Device)	43,6	47,4	43,9	36,0
Ortsunabhängiger Zugriff auf alle Daten	35,8	29,5	37,8	44,0
Flexible(re) Arbeitszeitmodelle	34,2	28,4	39,8	34,0
Alle Kommunikationskanäle sind miteinander verknüpft	28,8	30,5	24,5	34,0
Einsatzmöglichkeit für persönliche Geräte (BYOD = Bring your own Device)	23,0	27,4	26,5	8,0
Einsatz der neuesten technischen Innovationen	21,8	27,4	16,3	22,0
Arbeiten in virtuellen Teams	18,5	11,6	17,3	34,0
Mehr persönlicher Spielraum für Innovationen (für neue Produkte, Prozesse, Strategien etc.)	16,5	17,9	16,3	14,0
Einheitlicher Einstiegspunkt für alle Mitarbeiter-Services	9,5	10,5	10,2	6,0
Gutes Angebot an Self-Services	8,6	5,3	10,2	12,0

Interessant ist die Verknüpfung der Kommunikationskanäle, 31 Prozent wünschen sich dies. Und zwar von der Geschäftsleitung über die IT bis zu den Fachbereichsmanagern, mit einem leichten Übergewicht bei größeren Unternehmen.

Befragt man nur Personen mit Führungsverantwortung nach den Vorlieben ihrer Mitarbeitenden, gibt es in der Liste zwei Abweichungen: Unterstellt wird, dass die Beschäftigten am liebsten ihre eigenen Geräte auswählen wollen und dass sie deutlich stärker auf Cutting Edge Devices stehen. Diese Befürchtungen werden überproportional häufig von befragten Geschäftsführern geäußert.

Führungskräfte



„Ortsunabhängiger Zugriff auf alle Daten“

Mitarbeitende



„Freie Wahl der technischen Ausstattung“

## Choose your own Device: Vieles spricht für das Wahlrecht

Mehr als ein Drittel der Unternehmen lassen ihren Mitarbeitern bei IT-Geräten die Wahl, bei vielen anderen läuft die Planung. Die Gründe dafür sind vielfältig – die Gründe dagegen liegen in der IT.

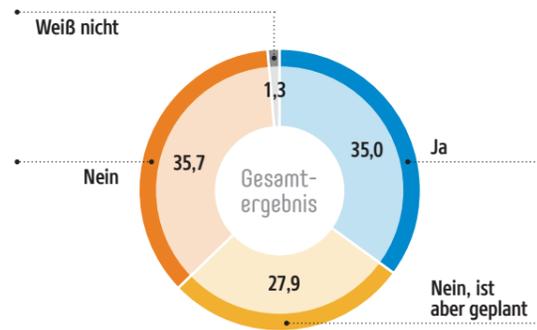
IT als „Dr. No“ – der Klassiker des Schubladendenkens befindet sich auf dem Rückzug. Immerhin 35 Prozent der Unternehmen bieten ihren Beschäftigten Choose your own Device (CYOD) an, 28 Prozent sind in der Planung. Daumenregel: Je größer die Organisation, desto mehr. Und das Topmanagement stimmt dem wesentlich öfter zu (42,4 Prozent) als die Fachbereiche (22,6 Prozent).

Für CYOD sprechen eine steigende Produktivität, eine höhere Attraktivität als Arbeitgeber, langfristige Kosteneinsparungen und zufriedener Mitarbeiter.

Auf die Gründe angesprochen, warum Unternehmen kein CYOD anbieten, sagen 44 Prozent der Befragten, dass es Vorbehalte aus

### Bietet Ihr Unternehmen CYOD an (Choose your own Device = freie Wahl der technischen Ausstattung durch die Mitarbeitenden)?

Angaben in Prozent. Filter: Unternehmen, bei denen mindestens eine der folgenden Voraussetzungen vorliegt: Flex Desks innerhalb des Firmengeländes, Remote-/Mobile-Arbeitsplätze außerhalb des Firmengeländes, Deskless-Lösungen inner- und/oder außerhalb des Firmengeländes. Basis: n = 297

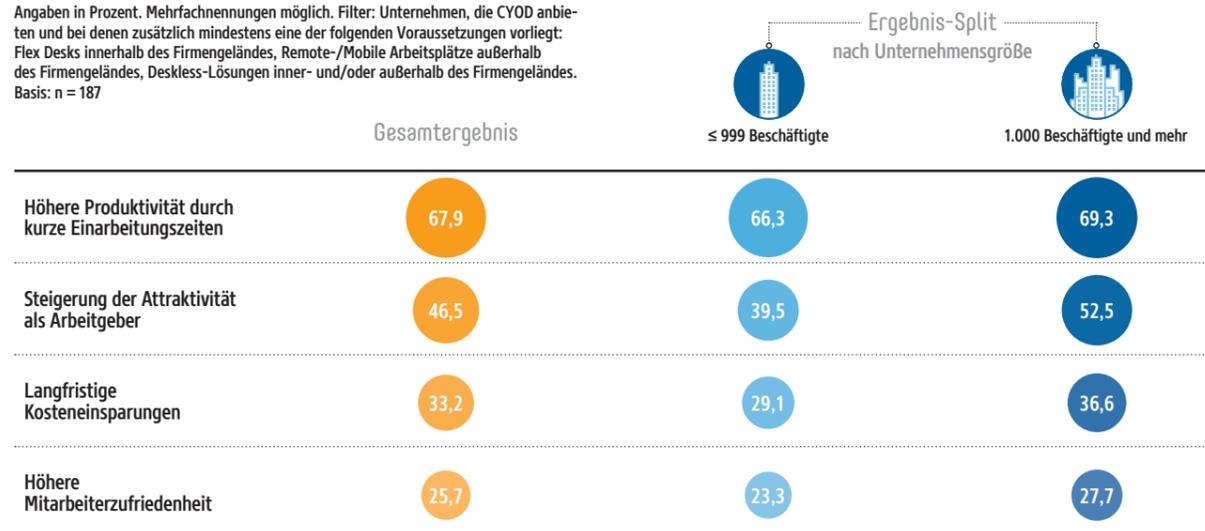


der IT gebe. Hier dürften Aspekte wie sinkende Effizienz, ein höherer Support-Aufwand sowie eine steigende Komplexität der Systemlandschaft eine Rolle spielen.

41 Prozent geben als Grund an, keine Vorteile von CYOD erkennen zu können. Jedes neunte Unternehmen räumt ein, dass schlicht das Know-how für die Planung und Umsetzung von CYOD fehlt. In den freien Antworten werden aber auch Punkte genannt wie Datenschutz, fehlendes Budget, ein fester Lieferant oder die Zugehörigkeit zur kritischen Infrastruktur.

### Warum bietet Ihr Unternehmen CYOD an oder plant es anzubieten?

Angaben in Prozent. Mehrfachnennungen möglich. Filter: Unternehmen, die CYOD anbieten und bei denen zusätzlich mindestens eine der folgenden Voraussetzungen vorliegt: Flex Desks innerhalb des Firmengeländes, Remote-/Mobile Arbeitsplätze außerhalb des Firmengeländes, Deskless-Lösungen inner- und/oder außerhalb des Firmengeländes. Basis: n = 187



## Zufriedenheit: Technologie, Prozesse, Distanz

Die Frage nach der Zufriedenheit der Mitarbeitenden hat mehrere Facetten. Während die technische Infrastruktur, die Arbeitsorganisation und die Arbeitsprozesse gut abschneiden, zeigen sich bei gezielter Nachfrage auch Defizite.

Knapp 60 Prozent der Mitarbeiter sind grundsätzlich zufrieden mit der technischen Ausstattung und Infrastruktur in ihrem Unternehmen. Weniger als zehn Prozent sind (eher) unzufrieden. Grundsätzlich zufriedener sind Befragte aus der Geschäftsleitung, während Mitarbeitende aus Business Units geringfügig schlechtere Noten vergeben.

Gleiches Bild bei der Arbeitsorganisation und den Arbeitsprozessen. Hier zeigt sich zudem,

dass Befragte größerer Organisationen etwas zufriedener sind als Beschäftigte in kleineren Unternehmen.

Der Mangel an menschlichem Kontakt in der hybriden Arbeitswelt ist der größte Einzel-faktor für Unzufriedenheit. Allerdings liegen der (unzureichende) Zugang zu Daten – siehe Key Finding 4: Was sich hybride Mitarbeitende wünschen – und die schlechte Internet-anbindung am externen Arbeitsplatz nur knapp dahinter.

Die übergreifende Benutzererfahrung (Employee Experience) kann sich auch auf die IT beziehen – ebenfalls in Key Finding 4 haben sich 31 Prozent für eine Verknüpfung der Kommunikationskanäle ausgesprochen.

Bei den zwischenmenschlichen Reibungspunkten wurden das fehlende Vertrauen und die fehlende Führung der Vorgesetzten genannt. Beides ist zu großen Teilen der persönlichen Distanz zuzuschreiben.

### Wie zufrieden sind Sie mit der technischen Infrastruktur in Ihrem Unternehmen insgesamt?

Angaben in Prozent. Bewertung auf einer Skala von 1 (Sehr zufrieden) bis 6 (Sehr unzufrieden). Filter: Unternehmen, bei denen mindestens eine der folgenden Voraussetzungen vorliegt: Flex Desks innerhalb des Firmengeländes, Remote-/Mobile Arbeitsplätze außerhalb des Firmengeländes, Deskless-Lösungen inner- und/oder außerhalb des Firmengeländes. Basis: n = 296



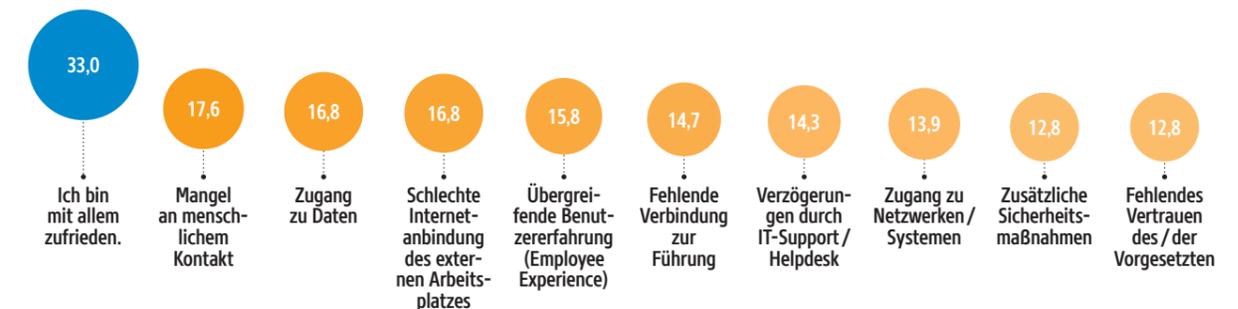
### Wie zufrieden sind Sie mit Arbeitsorganisation und Arbeitsprozessen in Ihrem Unternehmen insgesamt?

Angaben in Prozent. Bewertung auf einer Skala von 1 (Sehr zufrieden) bis 6 (Sehr unzufrieden). Filter: Unternehmen, bei denen mindestens eine der folgenden Voraussetzungen vorliegt: Flex Desks innerhalb des Firmengeländes, Remote-/Mobile Arbeitsplätze außerhalb des Firmengeländes, Deskless-Lösungen inner- und/oder außerhalb des Firmengeländes. Basis: n = 296



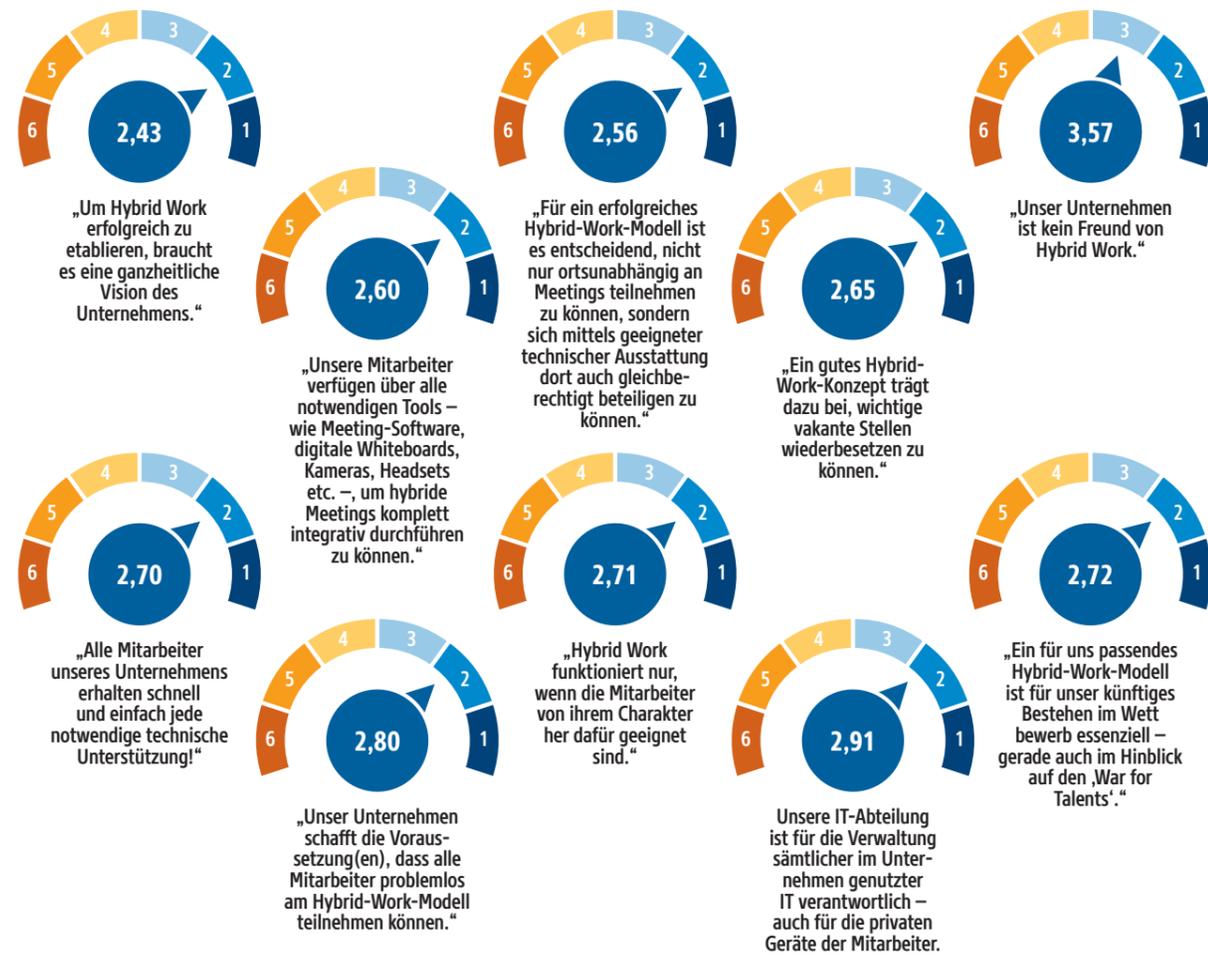
### Mit welchen Aspekten der Remote-/Mobilen Arbeitsplätze in Ihrem Unternehmen sind Sie unzufrieden?

Angaben in Prozent. Mehrfachnennungen möglich. Top-10-Antworten. Filter: Unternehmen, die Remote-/Mobile Arbeitsplätze und/oder Deskless-Lösungen außerhalb des Firmengeländes anbieten. Basis: n = 273



## Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

Angaben in Prozent. Dargestellt sind die arithmetischen Mittel der jeweiligen Antwortoptionen. Bewertung auf einer Skala von 1 (Stimme voll und ganz zu) bis 6 (Stimme gar nicht zu). Basis je nach ausgewähltem Antwort-Item: n = 313 bis n = 317



## Statements: Freunde von Hybrid Work

Die traditionellen Unternehmenskulturen sind stark – zwar hat sich Hybrid Work etabliert, aber an vielen Stellen offenbar nur gegen Widerstände. Auch sonst zeigt sich noch Room for Improvement.

„Unser Unternehmen ist kein Freund von Hybrid Work“ – rund die Hälfte der Befragten stimmen tendenziell bis voll und ganz zu, die andere Hälfte steht der Aussage mehr oder weniger reserviert gegenüber. Signifikante Schwerpunkte nach Firmengröße oder der Zugehörigkeit der Befragten zu Management, IT beziehungsweise Fachbereichen zeigen sich nicht. Dies relativiert die positiven Tendenzen aus den anderen Key Findings und lässt den

Weg erahnen, der noch vor den Organisationen und ihrer kulturellen Prägung liegt.

Die anderen Aussagen schneiden deutlich besser ab, allen voran die geforderte ganzheitliche Vision. Wenn ein Unternehmen jedoch „kein Freund von Hybrid Work“ ist, wird es vermutlich schwer, eine glaubhafte ganzheitliche Vision als Basis für den Erfolg von Hybrid Work zu legen.

Durch alle Aussagen mit technischem Fokus zieht sich die Erkenntnis, dass die Einschätzungen der IT-Manager von denen der Business-Manager abweichen – letztere sind teils deutlich zurückhaltender bei ihrer Zustimmung zur „problemlosen“ Nutzung oder zur Verfügbarkeit „aller notwendigen“ Tools.

# Weitere Studienergebnisse

Zahlen und Analysen, die aus Sicht des Marktforschungsteams ebenfalls wichtig sind

# Hybride Strukturen: Wer treibt es an, wer setzt es um?

In den verschiedenen Stufen der Umsetzung von Hybrid Work punkten unterschiedliche Entscheidungsinstanzen. Dabei zeigt sich, dass die IT einen Vertrauensvorschuss im Topmanagement genießt.

Bei den Budgets und Investitionen für Hybrid Work hat der IT-Leiter einen kleinen Vorsprung gegenüber der Geschäftsführung. Die zwei Positionen zusammen treffen aber fast sieben von zehn finanziellen Entscheidungen. Der Rest entfällt auf Fachbereiche. In größeren Unternehmen ist der Anteil der Entscheider aus dem Topmanagement tendenziell geringer, hiervon profitieren Fachbereiche und IT-Organisation.

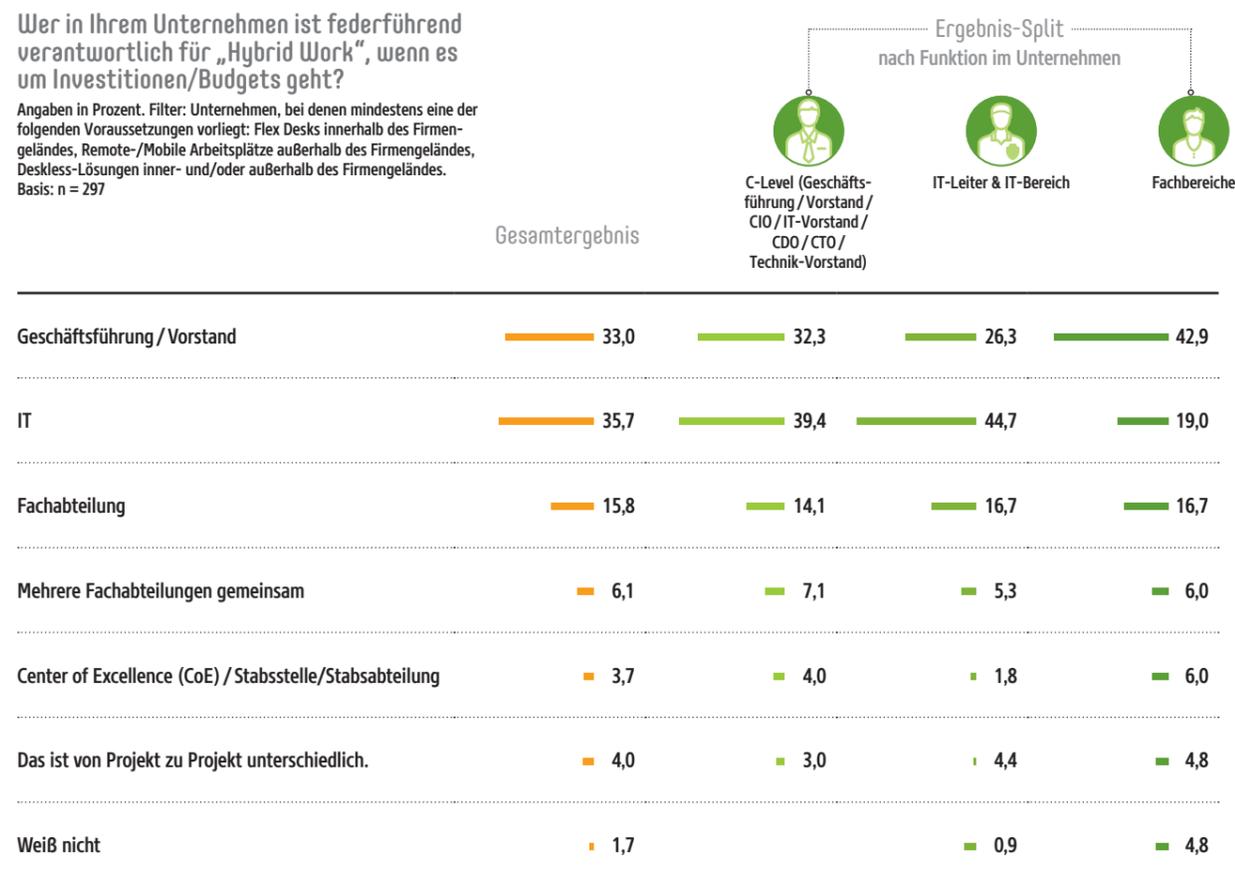
Bei den Konzepten der Zusammenarbeit liegen die Fachbereiche vorn – einzeln sowie im

Team. Demgegenüber kann die IT wieder bei den Anforderungsprofilen und der Tool-Auswahl punkten, ihren traditionellen Stärken (Aufgaben).

In allen vier Segmenten bezeichnen die Befragten aus dem C-Level ihren IT-Leiter häufiger als Verantwortlichen als der Durchschnittswert und damit auch als das IT-Management sich selbst. Im Gegenzug fällt der Zuspruch aus dem Topmanagement für die Fachbereiche geringer aus.

## Wer in Ihrem Unternehmen ist federführend verantwortlich für „Hybrid Work“, wenn es um Investitionen/Budgets geht?

Angaben in Prozent. Filter: Unternehmen, bei denen mindestens eine der folgenden Voraussetzungen vorliegt: Flex Desks innerhalb des Firmengeländes, Remote-/Mobile Arbeitsplätze außerhalb des Firmengeländes, Deskless-Lösungen inner- und/oder außerhalb des Firmengeländes. Basis: n = 297



# Hybride Arbeitsplätze: Wie werden sie verwaltet und gebucht?

Anfang März 2022 hatte Google Play mehr als 2,5 Millionen Apps auf Lager – darunter auch zunehmend mehr Apps, die Mitarbeitende dabei unterstützen, ihren hybriden, realen Arbeitsplatz in der Firma zu finden.

40 Prozent der Unternehmen haben Apps eingeführt, mit denen Mitarbeitende ihren Arbeitsplatz in den Niederlassungen kurzfristig buchen können. Zudem erstreckt sich die Planung auf über ein Drittel der Firmen. Und jeder Zehnte hält Apps trotz fehlender Planung für notwendig – häufig Befragte aus Fachbereichen in großen Unternehmen.

Ähnliche Quoten gibt es für Zutritts-Tools, die beispielsweise Coronaregeln überwachen, sowie für Programme zur Unterstützung von Büro-Services oder Sekretariatsdiensten. Daumen-

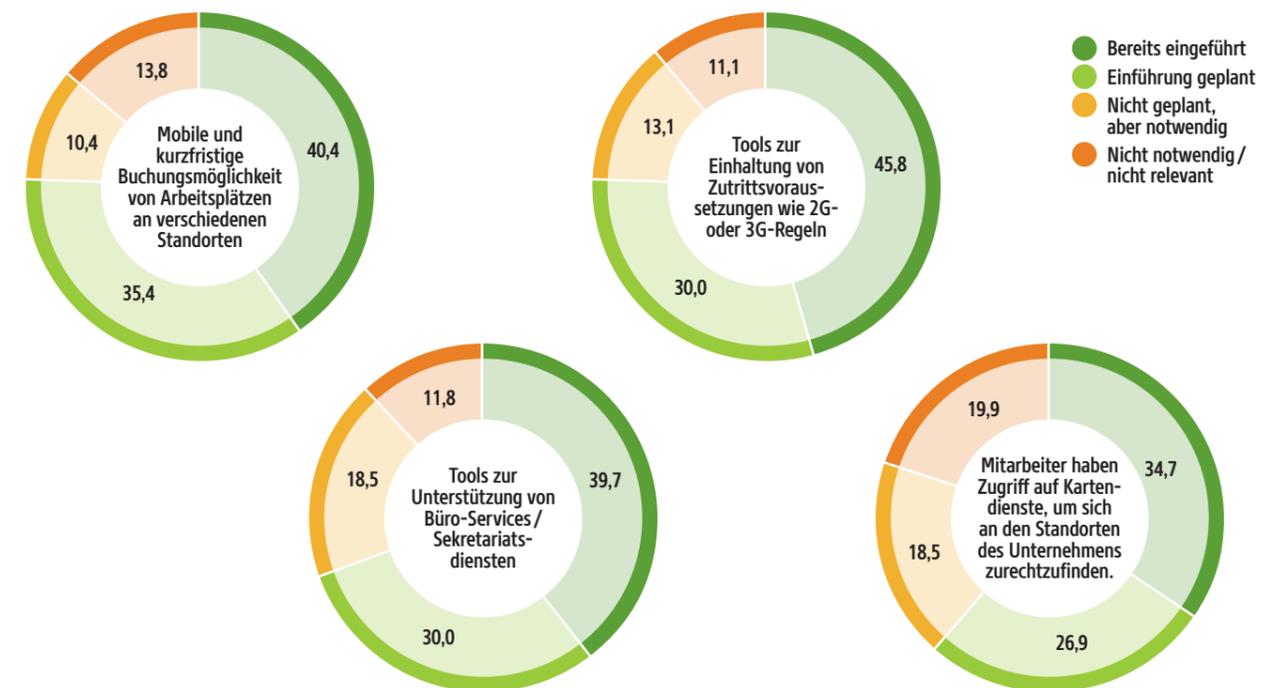
regel: Je größer die Organisation, desto notwendiger die App.

Gerade einmal elf bis 15 Prozent der Unternehmen halten die Softwareunterstützung in den drei ersten Punkten für nicht relevant. Hier kommt die größte Zustimmung aus den Fachbereichen.

Kartendienste, um sich an den Standorten und in den Gebäuden des Unternehmens zurechtzufinden, sind etwas weniger verbreitet. Allerdings lehnen auch nur 20 Prozent der befragten Unternehmen einen derartigen Service als irrelevant ab.

## Wie bewerkstelligt ihr Unternehmen die Verwaltung, Zuweisung und Buchung von Arbeitsplätzen?

Angaben in Prozent. Filter: Unternehmen, bei denen mindestens eine der folgenden Voraussetzungen vorliegt: Flex Desks innerhalb des Firmengeländes, Remote-/Mobile Arbeitsplätze außerhalb des Firmengeländes, Deskless-Lösungen inner- und/oder außerhalb des Firmengeländes. Basis: n = 297



## Remote-Arbeitsplätze: Welche Maßnahmen sind umgesetzt und geplant?

Ein bunter Strauß an Maßnahmen begleitet den Aufbau der Infrastruktur für Remote-Arbeitsplätze. Allerdings zeigt sich auch, dass einige Hebel nur selten genutzt werden – und dass an vielen Stellen noch Handlungsbedarf besteht.

Rund 61 Prozent der Unternehmen haben bereits Mobil-Rechner angeschafft. Nicht einmal zwei Drittel – das ist nach zwei Jahren des mobilen Arbeitens erstaunlich wenig. Nur vier Prozent halten derartige Anschaffungen generell für nicht relevant, vielleicht überlassen sie ihren Mitarbeitenden auch den Kauf.

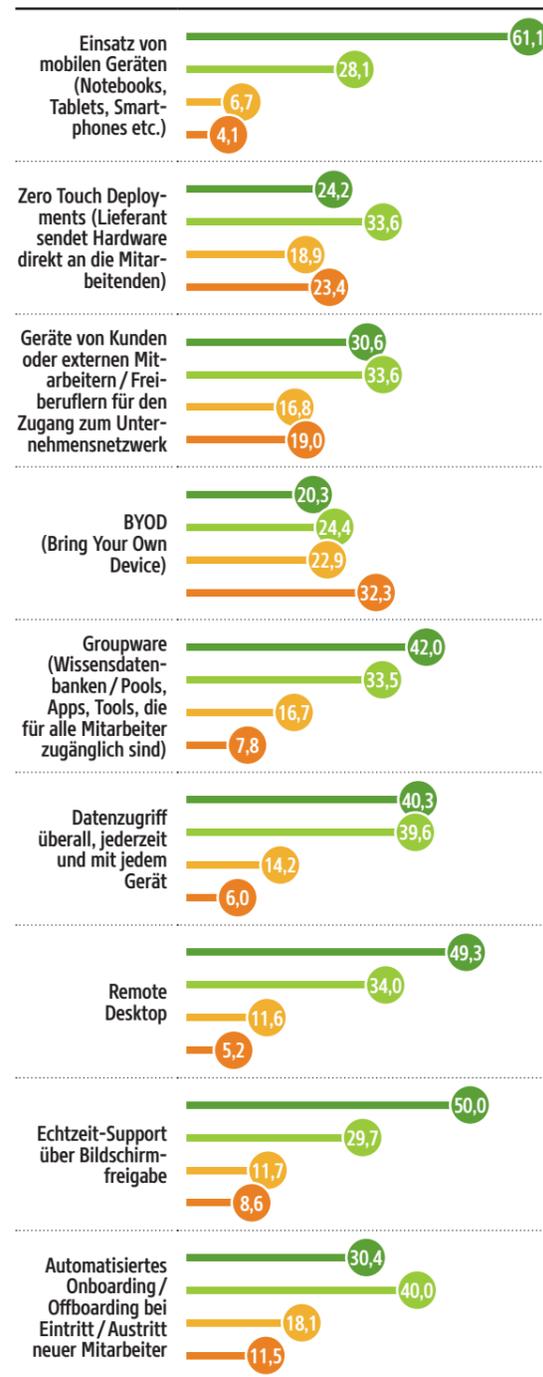
Selbst „Groupware“ – Wissensdatenbanken und andere „Pools, Apps und Tools“ für alle Mitarbeiter – findet sich nur in vier von zehn Firmen – vor allem in kleineren Unternehmen, weswegen die Planungsquote in Konzernen höher ist.

Der Datenzugriff überall, jederzeit und mit jedem Gerät ist das Feature, das sich die meisten Mitarbeiter wünschen – um ihre Arbeit ortsunabhängig erledigen zu können (siehe Key Finding 4). Auch hier sind es gerade einmal 40 Prozent, die dies aktuell schon ermöglichen, wengleich die Planung ähnlich hoch ist.

- Bereits eingeführt
- Einführung geplant
- Nicht geplant, aber notwendig
- Nicht notwendig / nicht relevant

### Welche der folgenden Maßnahmen sind derzeit für Remote-Arbeitsplätze umgesetzt oder geplant?

Angaben in Prozent. Filter: Unternehmen, die Remote-/Mobile Arbeitsplätze und/oder Deskless-Lösungen außerhalb des Firmengeländes anbieten. Basis je nach ausgewähltem Antwort-Item: n = 265–270



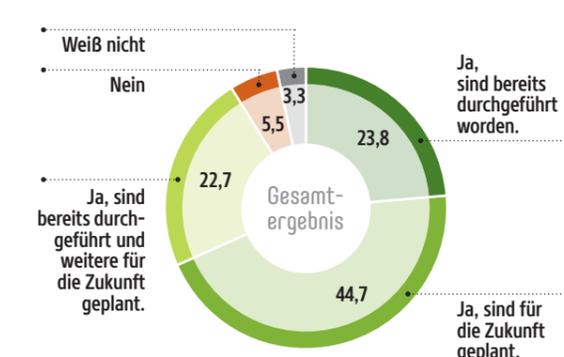
## Um welche speziellen Maßnahmen zur Verbesserung der Sicherheit von Remote-Arbeitsplätzen geht es in Ihrem Unternehmen?

Angaben in Prozent. Mehrfachnennungen möglich. Filter: Unternehmen, die Remote-/Mobile Arbeitsplätze und/oder Deskless-Lösungen außerhalb des Firmengeländes anbieten und zudem Maßnahmen ergriffen haben oder solche künftig planen, um die Sicherheit von Remote-Arbeitsplätzen zu erhöhen. Basis: n = 249



### Hat Ihr Unternehmen bereits Maßnahmen ergriffen, um die Sicherheit von Remote-Arbeitsplätzen zu erhöhen? Sind solche Maßnahmen geplant?

Angaben in Prozent. Filter: Unternehmen, die Remote-/Mobile Arbeitsplätze und/oder Deskless-Lösungen außerhalb des Firmengeländes anbieten. Basis: n = 273



## Hybride Sicherheit: Welche Maßnahmen werden angewendet?

Informationssicherheit ist seit jeher ein zentrales Argument gegen Hybrid Work, und sie steht seit Jahren auf der IT-Agenda ganz oben. Allerdings hat bisher nicht einmal die Hälfte aller Firmen Security-Maßnahmen eingeführt, um Remote-Arbeitsplätze besser zu schützen.

Mit 46,5 Prozent in Summe ist der Anteil der Firmen recht überschaubar, die in die Absicherung ihrer mobilen Arbeitsplätze investiert haben. Die eine Hälfte davon sieht sich damit am Ziel der Absicherung, die andere Hälfte will weiter investieren. IT-Leiter votieren relativ nahe am Durchschnittswert.

Gut zwei Drittel der Unternehmen planen in Summe weitere Investitionen in die Sicherheit. Unterschiede nach Unternehmensgröße fallen nicht signifikant aus.

Fragt man nach den Maßnahmen im Detail, trifft man die üblichen Verdächtigen: VPN, Endgerätesicherheit, Mobile Device Management.

Bei komplexen Tools wie SIEM (Security Information and Event Management) oder Konzepten wie Zero Trust wird die Luft recht dünn. In beiden Fällen sind es größere Unternehmen, die häufiger in diese Ansätze investiert haben. Wobei sich dieser Trend durch fast alle Security-Maßnahmen zieht – bis auf VPN. Diese sind in allen Organisationen gleichermaßen gesetzt.

# 5

## Collaboration: Die wichtigsten Tools für Remote Work

Viele Tools buhlen um die Gunst der Nutzer – eine echte Killerapplikation scheint es nicht zu geben, zumindest nach diesen Zahlen. Aber an vielen Stellen läuft die Planung eindeutig in Richtung Vollversorgung.

Conferencing-Tools liegen beim Verbreitungsgrad leicht in Führung, was kaum verwundert. Allerdings trifft man sie in nicht einmal zwei Dritteln der befragten Unternehmen. Immerhin beträgt der Anteil der Firmen, die an der Einführung von Conferencing-Tools arbeiten, rund 30 Prozent.

Dahinter positionieren sich Workgroup-Tools, Chat/Messenger sowie Programme für die gemeinsame Arbeit an Texten, Tabellen oder

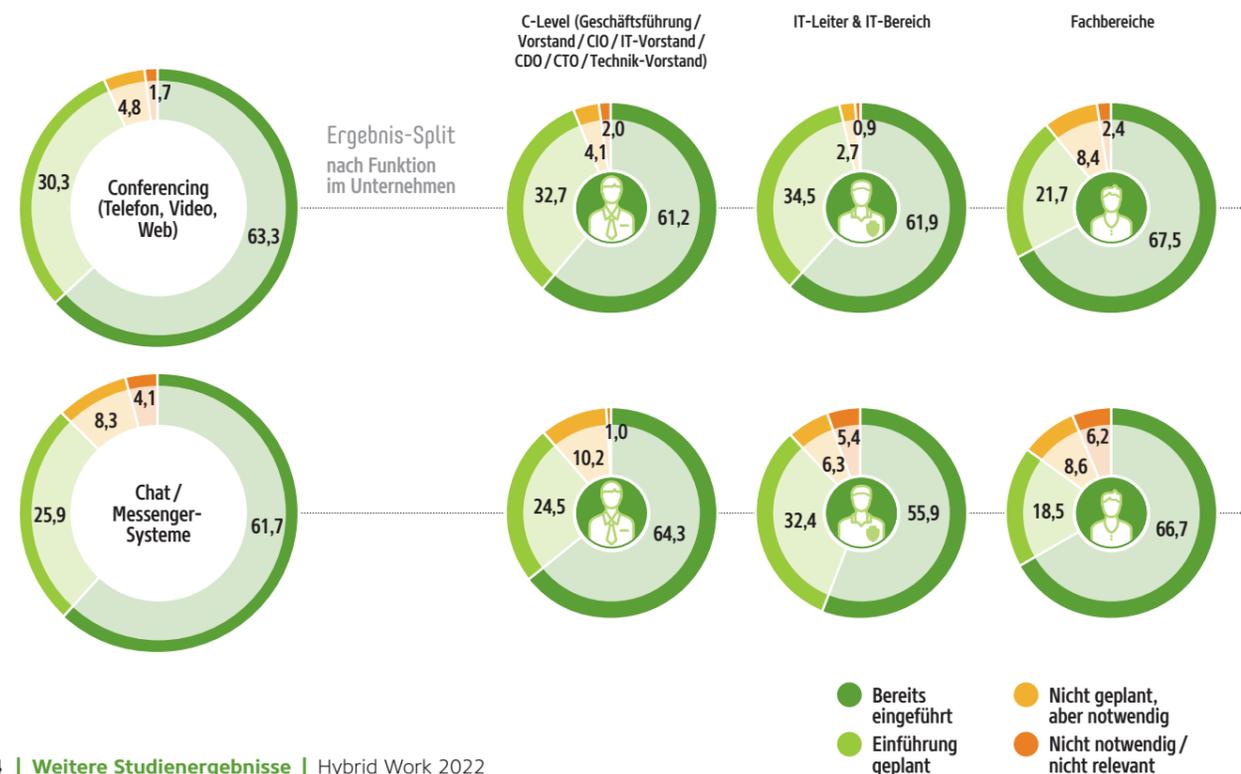
Präsentationen – im Grunde genommen die Standards auf heimischen Enterprise-Arbeitsplätzen.

Dedizierte Tools etwa für Projektmanagement, Employee Experience oder Social Intranets haben einen etwas niedrigeren Verbreitungsgrad. Dabei sind es solche Anwendungen, die den Unterschied bei Effizienz und Geschwindigkeit sowie rund um das eigene „Leben“ der Mitarbeiter in der Organisation ausmachen können.

Service-Management- oder Helpdesk-Tools an der Schnittstelle von IT und Endbenutzern sind bereits in fast der Hälfte der Unternehmen eingeführt worden. Mit 32 Prozent Planung sowie einer hohen Zustimmung für ihre Notwendigkeit zeichnet sich eine strategische Positionierung ab.

### Welche Collaboration/Kommunikations-Tools setzt Ihr Unternehmen bereits ein, oder was ist an Einführung geplant?

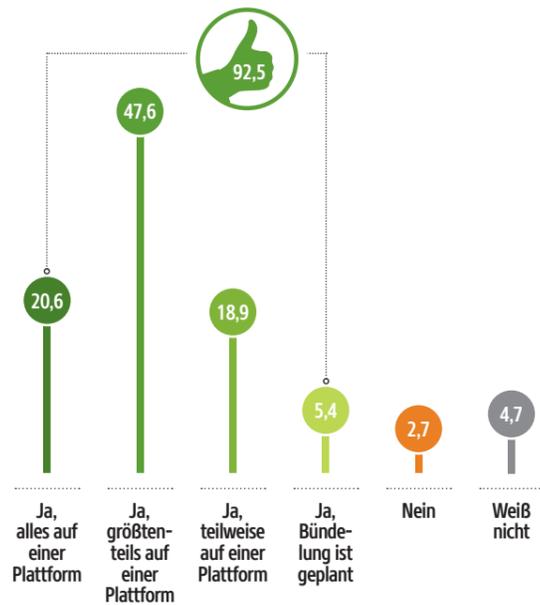
Angaben in Prozent. Filter: Unternehmen, bei denen mindestens eine der folgenden Voraussetzungen vorliegt: Flex Desks innerhalb des Firmengeländes, Remote-/Mobile Arbeitsplätze außerhalb des Firmengeländes, Deskless-Lösungen inner- und/oder außerhalb des Firmengeländes.  
Basis je nach Antwort-Item: n = 288 – 292



## Tool-Plattformen: Alles aus einer Hand?

Sind diese Collaboration/Kommunikations-Tools auf einer Plattform gebündelt oder ist das geplant?

Angaben in Prozent. Filter: Unternehmen, bei denen mindestens eine der folgenden Voraussetzungen vorliegt: Flex Desks innerhalb des Firmengeländes, Remote-/Mobile Arbeitsplätze außerhalb des Firmengeländes, Deskless-Lösungen inner- und/oder außerhalb des Firmengeländes. Basis: n = 296



An Plattformen zur Bündelung von Tools kommen Unternehmen heute kaum noch vorbei. Ziele sind einfacherer Datenaustausch, eine bessere Nutzer-Experience sowie die Hoffnung auf einen effizienteren Support. Ein anderer Grund ist natürlich auch, dass viele Lieferanten nur noch die gesamte Plattform anbieten.

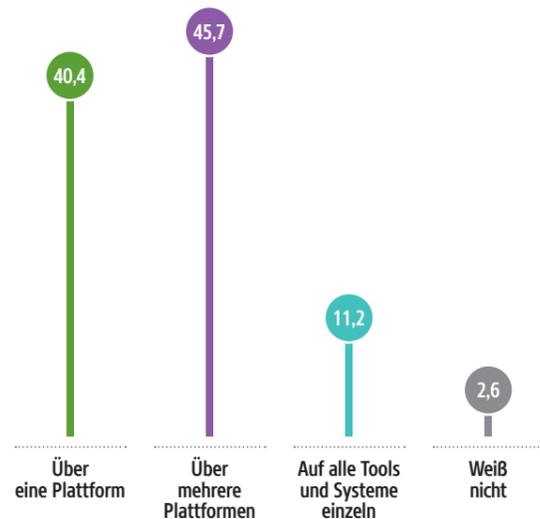
Gut zwei Drittel der Unternehmen haben die Tools für Collaboration/Kommunikation größtenteils auf einer Plattform gebündelt. Unterschiede nach Organisationsgröße finden sich nicht. Rechnet man die „Sub-Plattformen“ und die Planung hinzu, finden sich Plattformen bald in rund 93 Prozent der Unternehmen.

Einzelzugriffe sind in allen Unternehmensgrößen die Ausnahme. Unterschiede äußern sich darin, dass größere Organisationen häufiger mehrere Plattformen nutzen, während kleinere Firmen zu einer Basis aus einem Guss tendieren.

Cloud-Lösungen beziehungsweise über den Browser wie Citrix, das Virtual Private Network (VPN) sowie lokale Clients wie TeamViewer liegen bei den technischen Zugriffsverfahren vorn. Interessant ist, dass die Angaben der größeren Unternehmen in allen Verfahren über denen der kleineren Firmen liegen. Manchmal beträgt der Vorsprung nur einen Prozentpunkt, beim Browser-Zugriff sind es hingegen neun Punkte. Hier zeigt sich der Nachholbedarf kleinerer Organisationen.

Wie greifen die Mitarbeitenden von extern auf Daten, Tools und Systeme Ihres Unternehmens (Ihrer Behörde) zu?

Angaben in Prozent. Filter: Unternehmen, die Remote-/Mobile Arbeitsplätze und/oder Deskless-Lösungen außerhalb des Firmengeländes anbieten und in denen Mitarbeiter von extern (teilweise) Zugriff auf interne Systeme, Tools, Daten und Netze haben. Basis: n = 267



## Tool-Landschaften: Auf der Spur der Employee Experience

E-Mail und Telefon zur Vernetzung allein reichen nicht, das scheint klar zu sein. Doch bei neuen Tools für die Mitarbeitenden und ihre Employee Experience halten sich viele Unternehmen noch zurück. Dabei ist ihnen eine positive Erfahrung der Belegschaft durchaus wichtig.

Immerhin knapp 39 Prozent der Firmen haben in Tools zur Employee Experience investiert. Dies trifft auf große wie kleine Organisationen gleichermaßen zu. Auf der anderen Seite sind sechs von zehn Firmen den Schritt (noch) nicht gegangen.

In allen anderen Tool-Kategorien sind die großen Firmen teils deutlich investitionsfreudiger, auch weil diese in der Regel ein höheres Komplexitätsniveau aufweisen, welches man durch Tools abzufedern versucht.

Etwas überraschend liegt das persönliche Wohlbefinden der Mitarbeitenden an erster Stelle der Relevanz. Dies gilt speziell für Befragte aus der Geschäftsführung beziehungsweise aus Unternehmen mit mehr als 1.000 Beschäftigten.

Bei den anderen Aspekten (neben der Produktivität als oberstem Ziel) geht es darum, die Menschen zu vernetzen, zu pflegen und ihr Potenzial auch bei Hybrid Work abzurufen.

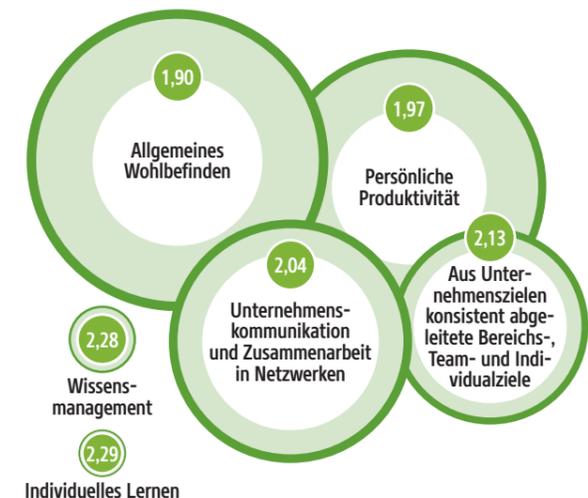
Wie hat sich Ihre Tool-Landschaft im Zuge der hybriden Arbeitswelt verändert?

Angaben in Prozent. Mehrfachnennungen möglich. Filter: Unternehmen, bei denen mindestens eine der folgenden Voraussetzungen vorliegt: Flex Desks innerhalb des Firmengeländes, Remote-/Mobile Arbeitsplätze außerhalb des Firmengeländes, Deskless-Lösungen inner- und/oder außerhalb des Firmengeländes. Basis: n = 297



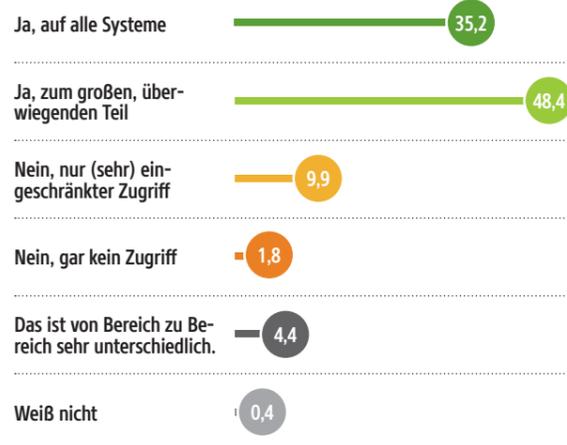
Und wie wichtig sind im Rahmen von Hybrid-Work-Modellen die hier aufgeführten Aspekte in puncto einer ganzheitlichen Employee Experience?

Angaben in Prozent. Dargestellt sind die arithmetischen Mittel der jeweiligen Antwort-Items. Filter: Befragte mit Führungsverantwortung in Unternehmen, bei denen mindestens eine der folgenden Voraussetzungen vorliegt: Flex Desks innerhalb des Firmengeländes, Remote-/Mobile Arbeitsplätze außerhalb des Firmengeländes, Deskless-Lösungen inner- und/oder außerhalb des Firmengeländes. Basis je nach Antwort-Item: n = 238–242



## 8 Wenn Ihre Mitarbeiter von extern arbeiten, haben sie dann Zugriff auf alle Daten, Tools, Systeme und Netze Ihres Unternehmens (Ihrer Behörde), die sie zum täglichen Arbeiten benötigen?

Angaben in Prozent. Filter: Unternehmen, die Remote-/Mobile Arbeitsplätze und/oder Deskless-Lösungen außerhalb des Firmengeländes anbieten. Basis: n = 273



## Externer Zugriff: Alles oder nichts?

Viele Mitarbeiter wünschen sich überall und jederzeit Zugriff auf „ihre“ Tools und Daten. Das funktioniert sogar – in vielen Organisationen. In anderen Fällen fehlen der IT die Kompetenzen und Ressourcen für einen sicheren externen Zugriff.

In 84 Prozent der Unternehmen können Mitarbeitende zum großen, überwiegenden Teil auf ihre Systeme zugreifen. Eine genaue Zuordnung nach Unternehmensgröße ist nicht möglich. Allerdings zeigt sich, dass Befragte aus Fachbereichen der Aussage fast genauso oft zustimmen wie IT- oder Topmanager.

Nicht von außen erreichbar sind in erster Linie sensible Daten etwa auf internen Systemen zur Forschung und Entwicklung, aber auch besonders schützenswerte Mitarbeiterdaten. Je weiter man sich in Richtung Vertrieb bewegt, desto zugänglicher sind die Systeme. Der Vertrieb ist schon seit jeher ein „mobiler“ Unternehmensbereich und hat hier sozusagen einen Startvorteil.

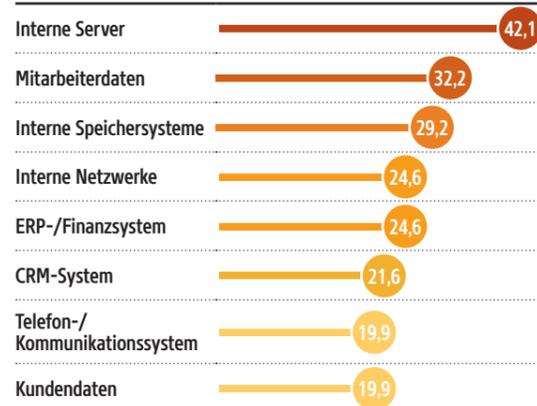
## 9 Warum ist der externe Zugriff auf einige Bereiche nicht möglich?

Angaben in Prozent. Mehrfachnennungen möglich. Filter: Unternehmen, die Remote-/Mobile Arbeitsplätze und/oder Deskless-Lösungen außerhalb des Firmengeländes anbieten und in denen Mitarbeiter von extern nur teilweise Zugriff auf interne Systeme, Tools, Daten und Netze haben. Basis: n = 171



## Was ist nicht von extern erreichbar?

Angaben in Prozent. Mehrfachnennungen möglich. Filter: Unternehmen, die Remote-/Mobile Arbeitsplätze und/oder Deskless-Lösungen außerhalb des Firmengeländes anbieten und in denen Mitarbeiter von extern nur teilweise Zugriff auf interne Systeme, Tools, Daten und Netze haben. Basis: n = 171



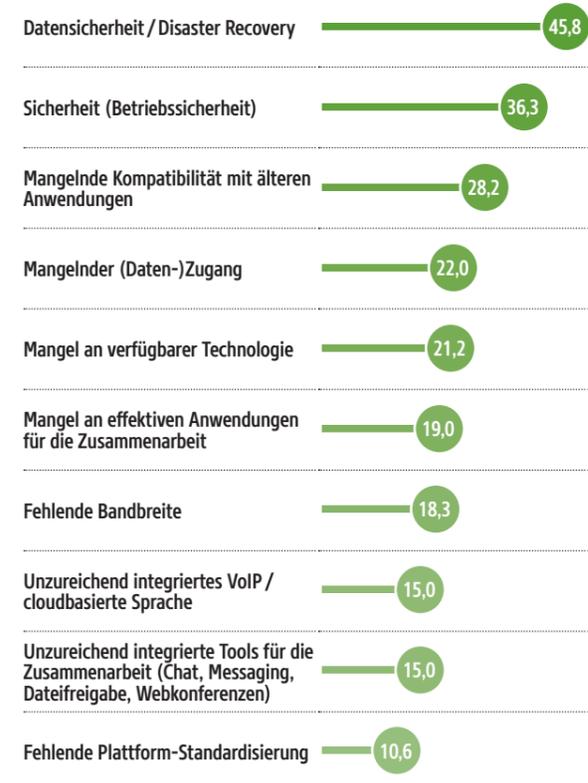
Warum funktioniert der Zugriff nicht? Die Angst vor Datenmissbrauch und eine generelle Security Policy regeln die Zugriffe ab. Hinzukommen fehlende personelle Ressourcen, fehlende Tools sowie eine schwierige technische Umsetzung. Fehlende Tools und Ressourcen werden deutlich häufiger von größeren Unternehmen genannt, die kleineren Firmen verweisen auf die technischen Herausforderungen.

## Technische Herausforderungen: Reibungspunkte und Lösungshilfen

Datensicherheit ist die größte Herausforderung für Remote-Arbeitsplätze, danach folgt schon die Betriebssicherheit. Und auch die übrigen Aufgaben dürfen nicht auf die leichte Schulter genommen werden. Kein Wunder, dass Hilfe gefragt ist.

### Welche technologiebezogenen Herausforderungen stellen Remote-Arbeitsplätze für Ihr Unternehmen dar?

Angaben in Prozent. Mehrfachnennungen möglich. Dargestellt sind die Top-10-Antworten. Filter: Unternehmen, die Remote-/Mobile Arbeitsplätze und/oder Deskless-Lösungen außerhalb des Firmengeländes anbieten. Basis: n = 273

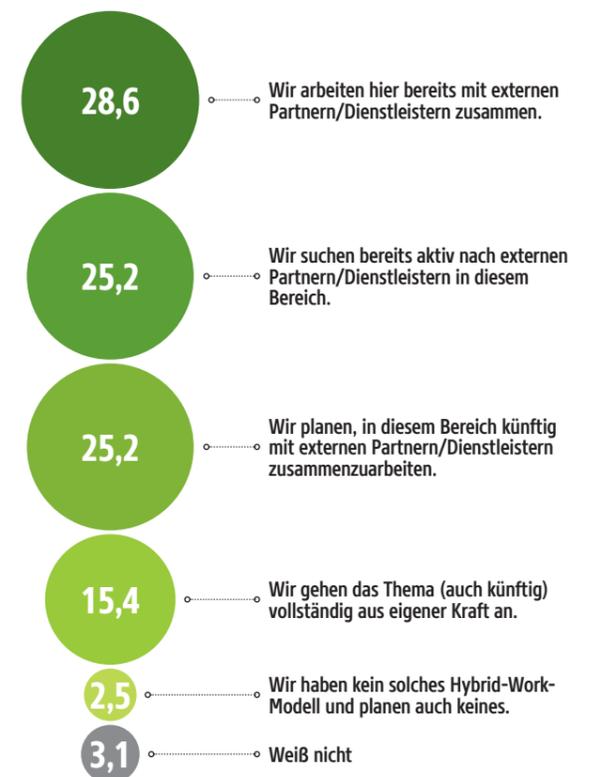


Ob Sicherheit eine immanente oder eine spezifisch technische Herausforderung von Hybrid Work ist, geht aus den Antworten nicht hervor. Dennoch müssen Unternehmen belastbare Lösungen implementieren, wenn sie verteilte Arbeit umsetzen.

Interessant fallen die Antworten der Fachbereiche aus: Diese geben sich in fast allen Punkten (teils deutlich) weniger „herausgefordert“ als IT- oder Topmanager. Ausnahme: Datensicherheit.

### Nimmt Ihr Unternehmen für die Umsetzung eines sicheren modernen, in die Zukunft gerichteten Hybrid-Work-Modells Hilfe von externen Partnern und Dienstleistern in Anspruch, oder ist dies geplant?

Angaben in Prozent. Basis: n = 318



IT-Manager sind überproportional von Fragen der Datensicherheit, der fehlenden Bandbreite und der mangelnden Plattform-Standardisierung genervt. Hinzu kommt oft eine unzureichend integrierte VoIP-/cloudbasierte Sprache.

Ein gutes Viertel der Organisationen nutzt, ein Viertel sucht, ein Viertel plant mit externen Partnern beziehungsweise Dienstleistern für die Umsetzung von Hybrid Work. Auf Unterstützung verzichten tendenziell Unternehmen mit einem kleineren IT-Budget.

## Organisatorisches: Noch mehr Maßnahmen für Hybrid Work

Auf den ersten Blick sieht es nach einem bunten Strauß von organisatorischen Maßnahmen aus, die Unternehmen stemmen müssen. Geht man in die Details, finden sich jedoch gravierende Versäumnisse.

Rechtlich auf der sicheren Seite zu sein, ist der erste Schritt in die hybride Welt. Kaum etwas ist überflüssiger als juristische Auseinandersetzungen in einer Pandemie. Allerdings war dies der wichtigste Punkt für Befragte aus Fachbereichen, nicht für das Topmanagement. Dieses votierte lediglich mit knapp 36 Prozent zugunsten der Juris-terei.

Nur drei organische Maßnahmen wurden von mehr als einem Drittel der Firmen ergriffen. Danach wird es dünn. Beispiele: Ein Viertel hat Collaboration-Tools eingesetzt, 17 Prozent haben Workflows angepasst, 16 Prozent haben Führungskräfte auf Remote geschult. Angesichts der vielen Diskussionen gerade über den letzten Punkt ist das ein Armutszeugnis. Und rund 13 Prozent der Führungskräfte „leben ‚es‘ vor“ – der Bottleneck sitzt meist oben.

Arbeits- und Zeitmanagement-Seminare, verstärkte interne Kommunikation, mehr zielorientiertes Arbeiten und Führen, Trainings zu Collaboration-Tools oder neue Raumkonzepte im Firmengebäude: Beim Enablement der Mitarbeitenden ist noch viel Platz für Verbesserungen.

### Welche organisatorischen Maßnahmen hat Ihr Unternehmen ergriffen, um hybride Arbeitsformen zu ermöglichen und zu etablieren?

Angaben in Prozent. Mehrfachnennungen möglich. Dargestellt sind die Top-10-Nennungen. Filter: Unternehmen, bei denen mindestens eine der folgenden Voraussetzungen vorliegt: Flex Desks innerhalb des Firmengeländes, Remote-/ Mobile Arbeitsplätze außerhalb des Firmengeländes, Deskless-Lösungen inner- und/oder außerhalb des Firmengeländes. Basis: n = 297



## Blick in die Zukunft

Die inhaltliche Einordnung  
der Studienergebnisse –  
eine Marktperspektive

## Keine Freunde von Hybrid Work?

Unternehmen öffnen sich für Hybrid Work, aber vielerorts gibt es noch Zweifel. Wer jedoch auf der Bremse steht, braucht das Arbeitsmodell entweder nicht, oder er schadet sich selbst. Denn Aussitzen und Abwarten ist ein strategisches Risiko.

Von Alexander Jake Freimark

Ein weiser alter Mann sagte einmal: „Kannst du einen Trend nicht aufhalten, setze dich an seine Spitze.“ Langfristig ist dies sicher richtig, kurzfristig ist es schwierig. Denn es erfordert, dass man mutig über seinen Schatten springt. Die Adoption neuer Erkenntnisse und Innovationen nach Rogers ist keine spontane Reaktion, sondern ein Prozess, der sich über einen zähen Zeitraum erstreckt. In verschiedenen Stufen dieser „Diffusion“ versuchen Menschen, die Unsicherheit in das eigene Urteil zu reduzieren, bis sie tatsächlich springen.

Dies trifft auch auf Hybrid Work zu – man sieht es kommen, man zögert, man tastet sich heran, man ist Fan. Von diesem Status sind viele Unternehmen noch weit entfernt, obwohl Corona als Katalysator gewirkt und ungeahnte Veränderungskräfte freigesetzt hat. Hierfür gab es viel Eigenlob, denn man musste unbedingt flexibel und lieferfähig bleiben.

Jedoch räumt rund die Hälfte der Befragten heute noch ein, dass ihr Unternehmen „kein Freund von Hybrid Work ist“. Überspitzt: Alle Schritte in diese Richtung wurden gegen starke kulturelle Widerstände eingeleitet und umgesetzt. Obwohl „man“ eigentlich lieber das Rad der Zeit zurückdrehen würde. Auf die Studienfrage, welche organisatorischen Maßnahmen ihr Unternehmen ergriffen hat, um hybride Arbeitsformen zu ermöglichen und zu etablieren, stimmten 12,8 Prozent der Befragten der Antwortoption zu: „Die Führungsebene lebt es vor.“

Es fragt sich, warum Unternehmen nach den anfänglichen Erfolgen nicht den zweiten Schritt gehen? Glauben sie, dass sie das Rad der Zeit zurückdrehen können? Gibt es Zweifel, dass Hybrid Work Bestand haben wird?

Wer die IT kennt, sollte wissen, dass dies nicht möglich und nicht sinnvoll ist. IT lebt von Innovation, IT treibt die Innovation. Bill Gates' Vision von „Information at your Fingertips“ (1994) bedeutete nicht zwingend „im Büro“. Vielmehr ging es dem damaligen Microsoft-Chef mit dem Begriff darum, die Bedeutung des Personal Computers hervorzuheben: „Er ist kein Rechenggerät, kein Gerät für Textverarbeitung oder Tabellenkalkulation. Er ist ein Fenster zur Welt der Information.“ Viele Unternehmen haben Notebooks beschafft, die Sicherheit im Remote-Betrieb verbessert und neue Tools für Employee Experience oder Collaboration implementiert. Um hybride Fenster in die Welt der Informationen zu öffnen.

Auch aus Sicht der Mitarbeitenden wäre es wünschenswert, von überall und jederzeit auf relevante Daten und Tools zugreifen zu können. Ihnen geht es nicht um Cutting-Edge-Technologie vom Feinsten, sondern darum, ihre Arbeit dort erledigen zu können, wo sie sich gerade aufhalten. Bis dahin ist es noch ein weiter Weg, viele Investitionen liegen vor den Firmen. Dies betrifft Schulungen, Plattformen für die Zusammenarbeit und auch sinnvolle Konzepte, die im Rahmen von Hybrid Work ausgearbeitet werden müssen. Schließlich ist jede Organisation ebenso individuell wie die Menschen in ihr.

Alle Investitionen in Hybrid Work stärken die Zukunftsfähigkeit des Unternehmens, denn es erreicht ein höheres Level. Wer hier nicht mitzieht, wird unflexibel und geht ins Risiko. Kein Freund von Hybrid zu sein, muss man sich leisten können. 28 Jahre nach dem Plädoyer für „Information at your Fingertips“ geht es immer noch darum, viele Fenster zur Welt der Informationen aufzustoßen. Und aus Hybrid Work konsequent mehr zu machen als eine Notlösung.

## Was tun? Experten empfehlen

„Lessons learned“ und Best Practices von denen, die es wissen müssen



**Christian Koch,**  
Manager Development, Integration & Support | Campana & Schott

Mit New Work sichern Unternehmen ihre Attraktivität im Wettbewerb um Mitarbeitende und tragen so zum langfristigen Unternehmenserfolg bei. Dafür braucht es ein ganzheitliches Konzept der Themen **„Mensch, Raum und Technologie“**. Sie bieten eine ideale Grundlage für New Work, indem sie Resilienz und hybrides Arbeiten einfach ermöglichen.



**Jens Reichardt,**  
Business Development Executive Modern Workplace SPIRIT/21

**Unsere Tipps zum Thema Hybrid Work:**

1. Mitarbeitende befähigen und begeistern durch positive Benutzererfahrungen
2. Neue Arbeitsmodelle durch Konzepte wie „Employee Choice“, „Zero Touch Deployment“ und „Zero Trust“ ermöglichen
3. Agile Kommunikation und dynamische Zusammenarbeit durch geeignete Werkzeuge unterstützen
4. „Deskless“ Mitarbeitende in die Digitalisierungsstrategie einbeziehen
5. Veränderungsprozesse begleiten, Unternehmenskultur weiterentwickeln



**Sybille Moll,**  
Head of Group Propositions Services, Damovo GmbH & Co.KG

Es ist die **gemeinschaftliche** Aufgabe der gesamten **Führungsebene** (C-Suite) eines Unternehmens, den strukturellen Wandel hin zu **Hybrid Work** – als akzeptierte und gelebte Arbeitsform – zu etablieren. Es geht also um **Digitalisierungsstrategien, Veränderungsinitiativen, Kultur, Mitarbeiter- und Kundenzufriedenheit, geschäftliches Wachstum, Produktivität** und natürlich auch um **Technologie**. Und das Wichtigste: **das richtige Mindset!**



**Thomas Muschalla,**  
Vice President Sales, NFON AG

Setzen Sie sich ein Ziel, was Sie mittels Hybrid Work erreichen wollen. Denn hier steckt viel **Verbesserungspotenzial für Mitarbeiter und Kunden** drin. Nur das Ziel „alle sollen überall arbeiten können“ wäre zu kurz gesprungen.



**Martin Kraus,**  
Manager Employee Experience Solution Consulting, ServiceNow

Auch wenn Unternehmen Büros wieder komplett öffnen, ändert sich ihre grundlegende Rolle. Es ist nicht mehr selbstverständlich, dass jeder Mitarbeiter jeden Tag ins Büro geht. Stattdessen werden Büros immer mehr zu einem Ort der Zusammenarbeit und des Brainstormings. **Unternehmen sollten eine frustrationsfreie „Experience“ schaffen**, um Mitarbeitern persönlichen Komfort zu ermöglichen und damit die Zusammenarbeit zwischen Kollegen zu steigern.

Arbeit ist kein Ort mehr, sondern eine Tätigkeit. Prozesse und Tools sollten so ausgewählt designt werden, dass das „Wo“ eine untergeordnete Rolle spielt, dafür aber teamübergreifende Zusammenarbeit gefördert wird. Haben Sie **Vertrauen in Ihre Mitarbeiter**: Sie wollen großartige Arbeit leisten.



**Jens Leucke,**  
General Manager DACH Freshworks

# CIO-Agenda 2022

## Daten zur allgemeinen Einschätzung der Marktlage

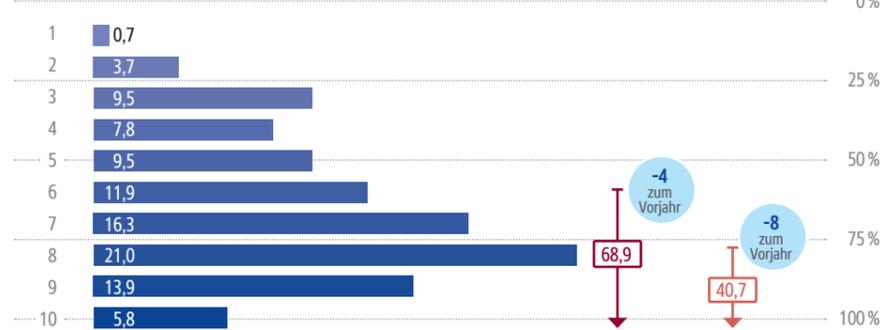
Exklusive Einblicke:  
Wie IT-Entscheider das Business in Gegenwart und Zukunft gestalten

Alle Angaben in Prozent

## Auf dem Weg der digitalen Transformation

**Knapp 69 Prozent** der befragten CIOs sehen sich und ihre Unternehmen **auf der zweiten Hälfte des Weges**, **41 Prozent** auf dem **letzten Viertel**. Beide Werte liegen unter denen des Vorjahres (-4 bzw. -8 Prozentpunkte).

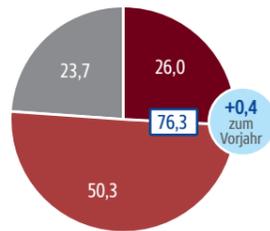
Darstellung auf einer Wegstrecke von 1 bis 10



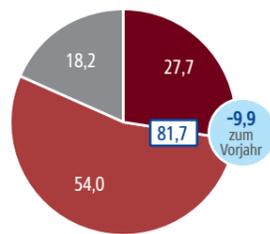
## Entwicklung neuer digitaler Geschäftsmodelle

**76 Prozent** der Unternehmen verfügen über grundlegende Prozesse und Strukturen dafür – der Wert entspricht dem des Vorjahres. In den Unternehmen mit mehr als 10 Millionen Euro jährlichem IT-Budget liegt er mit **82 Prozent** hingegen fast zehn Prozentpunkte unter dem von 2021.

### Gesamtergebnis



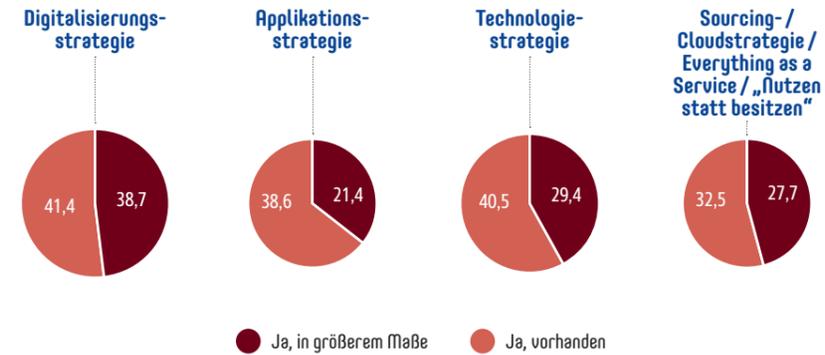
### Ergebnis-Split nach IT-Budget (> 10 Mio. Euro)



- Ja, in ausgeprägtem Maße
- Ja, in ausreichendem Maße
- Nein, in nicht ausreichendem Maße / Nein, die derzeitigen Prozesse und Strukturen sind sehr hinderlich.

## Dedizierte Strategien

80 Prozent der deutschen Unternehmen haben eine Digitalisierungsstrategie, 70 Prozent eine Technologiestrategie. Mit einer dedizierten Sourcing-/Cloudstrategie oder einer Applikationsstrategie warten nur je 60 Prozent auf.



## Automatisierung verändert alles

**Fast jeder vierte Befragte (24 Prozent)** erwartet, dass die Automatisierung das Geschäftsmodell des eigenen Unternehmens in den kommenden drei Jahren „umwälzend verändern“ wird. Ein auch nur annähernd großes Veränderungspotenzial wird keinem anderen IT-Trend zugetraut.

### „Umwälzende Veränderung“



## Mehr Geld für Security

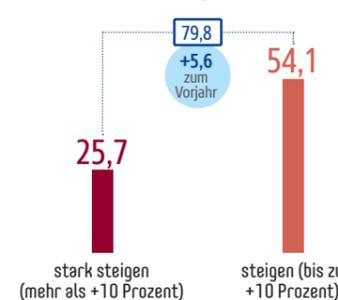
Die **substanziellsten IT-Investments** der kommenden drei Jahre wollen die CIOs im Bereich IT-Sicherheit tätigen. Infrastruktur und Prozesse folgen mit deutlichem Abstand auf den weiteren Plätzen.



## Starke Investitionen in die digitale Zukunft

Das Gesamt-IT-Budget wird bei 80 Prozent der Befragten (signifikant) steigen – allen voran auch zur besseren Umsetzung ihrer Digitalisierungsstrategien. Im Vorjahr lag dieser Wert noch bei 74 Prozent, vor zwei Jahren bei 66 Prozent.

### Das IT-Budget wird ...



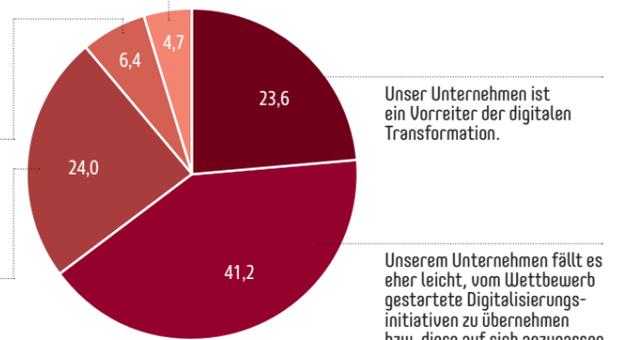
## Pioniere und Fast Follower

Fast zwei Drittel der CIOs sehen sich als **Vorreiter (24 Prozent)** oder **Fast Follower (41 Prozent)** für Digitalisierungsinitiativen.

Unser Unternehmen arbeitet in einer Branche, in der Digitalisierungsinitiativen (derzeit) nicht notwendig sind.

Unser Unternehmen hat den Digitalisierungsinitiativen des Wettbewerbs nichts entgegenzusetzen.

Unserem Unternehmen fällt es eher schwer, vom Wettbewerb gestartete Digitalisierungsinitiativen zu übernehmen bzw. sich diesen anzupassen.



## Innovative Treiber

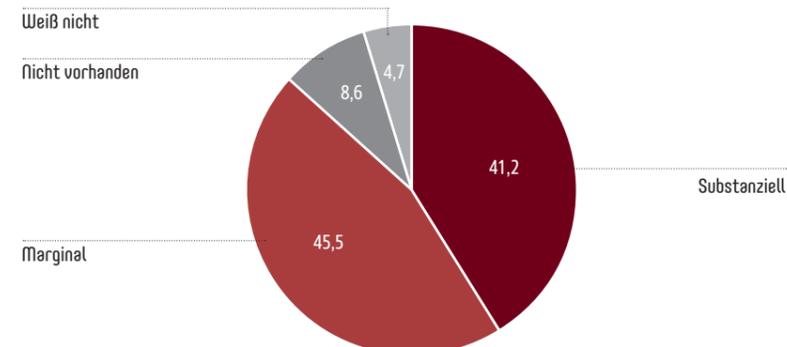
Die meisten CIOs / IT-Führungskräfte sehen sich langfristig als Erschaffer und Betreiber neuer digitaler Plattformen und Betriebsmodelle sowie als Wegbereiter von mehr Agilität und Geschwindigkeit in ihren Unternehmen.

### Fokus von CIO / IT-Leitung in 5 Jahren:



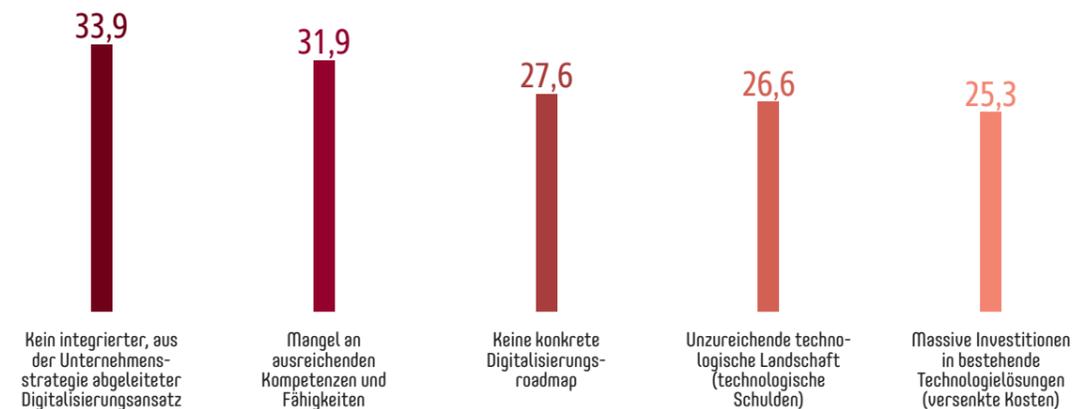
## Cloud-Investitionen – weniger ist mehr

Während **41 Prozent** der Befragten in den nächsten drei Jahren substanziell in Cloud-Technologie und -Services investieren möchten, plant eine Mehrheit von **46 Prozent** dort lediglich marginale Investments.



## Hemmschuh fehlende Strategieintegration

**In jedem dritten Unternehmen** fehlt ein aus der Unternehmensstrategie abgeleiteter integrierter Digitalisierungsansatz – auch eine zeitliche Roadmap für den digitalen Wandel sucht man vielerorts vergeblich. Von ausreichendem Know-how ganz zu schweigen.



### Grundgesamtheit:

Oberste (IT-)Verantwortliche von Unternehmen in der DACH-Region: strategische (IT-)Entscheider und Entscheiderinnen im C-Level-Bereich und in den Fachbereichen (LoBs), IT-Entscheider und IT-Spezialisten aus dem IT-Bereich.

### Gesamtstichprobe:

304 abgeschlossene und qualifizierte Interviews

### Untersuchungszeitraum:

6. bis 14. Dezember 2021

### Methode:

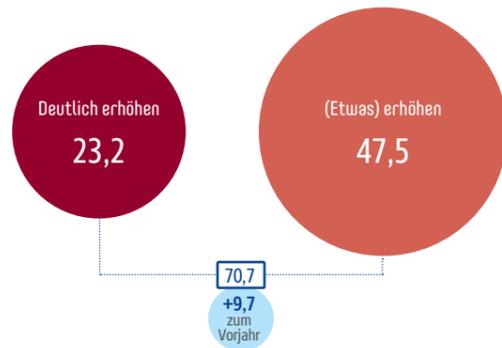
Online-Umfrage (CAWI)

# CIO-Agenda 2022

Alle Angaben in Prozent

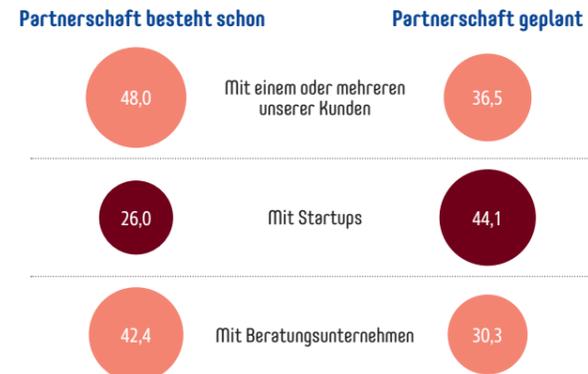
## Deutlich mehr IT-Mitarbeiter für den Erfolg

Die Zahl der IT-Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter soll in **über 70 Prozent der Unternehmen** (deutlich) erhöht werden. Das sind fast zehn Prozentpunkte mehr als im Vorjahr.



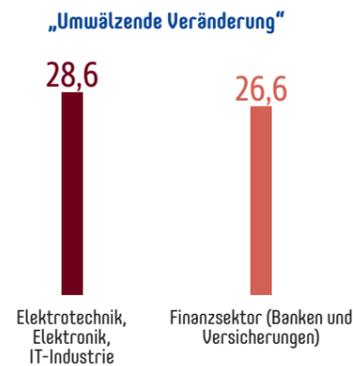
## Kooperation mit Startups soll ausgebaut werden

Unternehmen arbeiten bei Digitalisierungsprojekten vor allem mit eigenen Kunden oder Beratern zusammen. Die noch eher wenig ausgeprägte Kooperation mit **Startups** wollen viele der Befragten ausbauen.



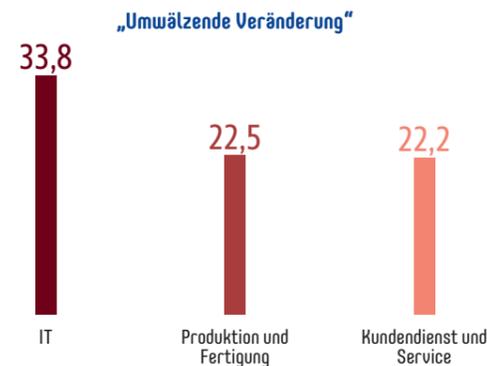
## IT-Industrie und Banken / Versicherungen mit den größten Veränderungen

Die CIOs schätzen vor allem die Branchen **Elektronik / IT** und **Banken / Versicherungen** als stark vom digitalen Wandel betroffen ein. Das war auch im vergangenen Jahr schon so.



## Produktion, IT und Service wandeln sich stark

Fragt man nach den einzelnen Unternehmensbereichen, die vom digitalen Wandel am stärksten beeinflusst und verändert werden, so sehen die befragten CIOs ihren eigenen Bereich, die **IT**, deutlich betroffen. Auch hier gibt es im Vorjahresvergleich kaum Veränderungen.



## Der „War for Talents“ in den DACH-Unternehmen wird nicht einfach

Für die digitale Transformation müssen Unternehmen nicht nur in ihre IT-Infrastruktur, Tools und Geräte investieren. Es geht vor allem auch um Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die über die Fähigkeiten und das Fachwissen verfügen, die Transformationsziele zu erreichen.

Von Prof. Dr. Dries Faems

Die „CIO-Agenda 2022“ von CIO, CSO, COMPUTERWOCHE, WHU – Otto Beisheim School of Management und Horváth Digital zeigt, dass die meisten DACH-Unternehmen ihre Investitionen in das Personal dementsprechend erhöhen wollen. Die Studienergebnisse werfen jedoch die Frage auf, ob es den Unternehmen überhaupt gelingen kann, die benötigten IT-Talente einzustellen. So wird insbesondere der Schaffung eines organisatorischen Umfelds, das auf die Anforderungen und Erwartungen einer neuen Generation von IT-Mitarbeitenden vorbereitet ist, relativ wenig Aufmerksamkeit geschenkt.

### Ehrgeizige Investitionspläne

Die digitale Revolution ist in vollem Gange: 80 Prozent der befragten CIOs und IT-Entscheider geben an, dass ihr IT-Investitionsbudget im Jahr 2022 im Vergleich zu 2021 weiter steigen wird – vor allem in die Digitalisierung ganz allgemein und in IT-Sicherheit soll kurzfristig verstärkt Geld fließen. Als wichtigste Investitionsfelder für die kommenden drei Jahre werden zudem IT-Infrastruktur, künstliche Intelligenz, Cybersicherheit und Cloud Computing genannt.

### Fehlendes Know-how

Die Aufstockung des IT-Budgets ist ein wichtiger, aber nicht ausreichender Schritt, um die digitale Reise voranzutreiben. Die

Unternehmen benötigen Personal, um die Möglichkeiten auch nutzen zu können, die sich aus der Erhöhung der Budgets ergeben.

Auf die Frage, welche Faktoren die Verwirklichung ihrer strategischen Ambitionen behindern, nennen 32 Prozent der CIOs ausdrücklich fehlende Kompetenzen und Fähigkeiten. In kleinen und mittleren Unternehmen (weniger als 1.000 Beschäftigte) ist der Mangel an Fachkräften der größte Hemmschuh, in großen Unternehmen (ab 1.000 Beschäftigte) der zweitgrößte. Hier wird die fehlende Integration zwischen strategischen Zielen und digitalen Aktivitäten noch etwas häufiger genannt.

Um den Mangel an IT-Experten zu beheben, plant die Mehrheit der Unternehmen, ihr IT-Personal aufzustocken. 71 Prozent der Befragten planen demnach, die Zahl der IT-Mitarbeiter und -Mitarbeiterinnen in den nächsten drei Jahren zu erhöhen. Nur sechs Prozent der Unternehmen wollen ihre IT-Belegschaft verkleinern, während 23 Prozent davon ausgehen, dass die Größe ihrer IT-Teams stabil bleiben wird.

### Wettbewerb um IT-Talente

Die Studie „CIO-Agenda 2022“ zeigt, dass die meisten IT-Entscheider den Ehrgeiz haben, in aktuell relevante Themenfelder

**Prof. Dr. Dries Faems** ist Inhaber des Lehrstuhls für Entrepreneurship, Innovation und Technologische Transformation an der WHU – Otto Beisheim School of Management.

## Executive Summary

Der Weg der Veränderung ist lang und steinig – Kurven und Sackgassen nicht ausgeschlossen. Sahn 2021 noch knapp die Hälfte der im Rahmen der „CIO-Agenda“ befragten (IT-)Entscheiderinnen und Entscheider sich und ihre Unternehmen auf dem letzten Viertel des Weges der digitalen Transformation, so sind es 2022 nur mehr 41 Prozent. Stellenweise ist der Weg also beschwerlicher geworden – nicht nur durch pandemiebedingte Bremsklötze im Sinne teils aufgeschobener Investitionen. Es fehlt vielerorts an klaren

Konzepten und Strategien, wie der Wandel geplant und durchgezogen werden soll – und am Know-how. Das bremst die CIOs aus, die sich selbst als Wegbereiter neuer digitaler Plattformen und Betriebsmodelle verstehen sowie als Pioniere für mehr Agilität und Geschwindigkeit.

Wie lang der Weg noch sein wird und ob er jemals endet – diese Fragen werden auch 2022 nicht abschließend beantwortet werden können. Klar ist, dass er zunehmend mit goldenen Trittsteinen gepflastert

scheint – vielleicht gerade auch wegen der erwähnten Hindernisse: Für dieses Jahr erhöhen vier von fünf Unternehmen ihre IT-Gesamtbudgets – teils sehr deutlich – vor allem auch deshalb, um mit den Vorreitern der Digitalisierung Schritt halten zu können. Im vergangenen Jahr waren es sechs Prozentpunkte, vor zwei Jahren sogar 14 Prozentpunkte weniger. Und es ist nicht absehbar, warum diese Entwicklung im kommenden Jahr abrupt enden sollte. Am Geld wird der digitale Wandel also wohl nicht scheitern.

wie künstliche Intelligenz und Cybersicherheit zu investieren. Außerdem scheinen sie zu erkennen, dass die Beschäftigung mit diesen Themen eine Aufstockung ihres IT-Personals erfordert. Die erfolgreiche Rekrutierung dafür nötiger IT-Talente ist jedoch keine einfache Aufgabe, da diese zunehmend auch in den Fachbereichen nachgefragt sind.

Daher reicht ein wettbewerbsfähiges Gehalt nicht aus, um das erforderliche Personal anzulocken. Wenn Unternehmen den Kampf um IT-Talente gewinnen wollen, müssen sie sich vom Wettbewerb abheben, um ein besonders attraktiver Arbeitgeber zu sein – gerade auch im Kampf um die begehrten Millennials und Mitglieder der Generation Z. Das bedeutet, dass in ein zukunftsorientiertes Arbeitsumfeld investiert werden muss, welches die Wünsche und Erwartungen einer neuen Generation von Arbeitnehmern berücksichtigt, die sich mit flexiblen und hybriden Arbeitsformen vertraut gemacht haben.

### Wenig Bereitschaft im KMU-Umfeld

Die Ergebnisse der „CIO-Agenda 2022“ deuten jedoch darauf hin, dass ein erheblicher Teil der befragten Unternehmen nicht bereit ist, in diese Art von alternativen Regelungen zu investieren. Das gilt insbesondere für kleine und mittlere Unternehmen, von denen eine knappe Mehrheit (51 Prozent) keineswegs plant, im Jahr 2022 ihre Investitionen in das Thema Future Workspace und Workforce zu erhöhen.

Dem gegenüber stehen die Großunternehmen: Dort wollen 64 Prozent der Befragten in Future Workspace und Workforce investieren. Allerdings ist auch hier der Abstand zu anderen Themen wie Digitalisierung (80 Prozent der Großunternehmen planen zu investieren), IT-Sicherheit (84 Prozent) und Technologiestrategie (70 Prozent) bemerkenswert.

Eine ähnliche Investitionszurückhaltung ist beim Thema „hybrides Arbeiten“ zu beobachten. Nur 27 Prozent der CIOs und IT-

Entscheider planen, hierfür in den nächsten Jahren verstärkt Geld in die Hand zu nehmen. Noch geringer ist die Bereitschaft, in die digitale Unterstützung von HR zu investieren: Nur 16 Prozent der befragten Unternehmen planen Investitionen in neue HR-Software – obwohl die meisten von ihnen vor großen Herausforderungen bei der Personalbeschaffung stehen.

### Fazit: So lassen sich die Pläne kaum umsetzen

Insgesamt deuten die Ergebnisse der Studie „CIO-Agenda 2022“ auf eine potenzielle Kluft zwischen der Notwendigkeit, das IT-Personal aufzustocken, und den Möglichkeiten der Unternehmen, dies zu tun. Während die meisten Befragten planen, ihre IT-Belegschaft zu verstärken, haben sie nicht immer die Motivation, in die Schaffung eines Arbeitsumfeldes zu investieren, das für diese Mitarbeitenden attraktiv ist. Auf diese Weise laufen die DACH-Unternehmen Gefahr, im weltweiten Kampf um IT-Talente auf der Verliererseite zu landen. Dieses Spannungsverhältnis scheint bei kleinen und mittleren Unternehmen besonders ausgeprägt zu sein, wo der Bedarf an IT-Talenten einerseits zwar relativ hoch ist, die Bereitschaft, in ein zukunftsicheres Arbeitsumfeld zu investieren, andererseits jedoch verhältnismäßig gering.

### Hintergrund zur Studie

Die Studie „CIO-Agenda 2022“ wurde vom 6. bis 14. Dezember 2021 von CIO, CSO, und COMPUTERWOCHE in Zusammenarbeit mit der WHU und Horváth Digital durchgeführt. Es nahmen 304 CIOs, Geschäftsführer, Vorstandsmitglieder, C-Führungskräfte, Abteilungsleiter und -leiterinnen aus verschiedenen Unternehmensbereichen aller Branchen in Deutschland, Österreich und der Schweiz an der Online-Befragung teil.

# Studienpartner stellen sich vor

Campana & Schott, Freshworks, NFON,  
Spirit/21

Hybrid Work 2022

# Leidenschaft für Zusammenarbeit

Wir bei Campana & Schott gestalten seit rund 30 Jahren komplexe Veränderungsvorhaben erfolgreich und nachhaltig. Der digitale Arbeitsplatz ist ein elementarer Baustein für die ganzheitliche, digitale Transformation von Unternehmen. Mit Leidenschaft sorgen wir dafür, dass der wichtige Schritt in die Arbeitswelt 4.0 und New Work gelingt.

## Ganzheitliche Top-Expertise.

Gemeinsam mit unseren Kunden entwickeln wir digitale Visionen und Strategien. Wir beherrschen die gesamte Bandbreite des Projektmanagements sowie alle relevanten Technologien im Microsoft-Modern-Work-Umfeld. Wir sorgen dafür, dass Veränderungen auch kulturell greifen und Wirkung zeigen. Dies ist insbesondere bei New-Work-Transformationen, wie der Einführung eines digitalen Arbeitsplatzes entscheidend – denn für den digitalen Arbeitsplatz gibt es keine Standardlösung. Jeder Mitarbeitende und jeder Fachbereich hat unterschiedliche Bedürfnisse. Unternehmen müssen diese erkennen und verstärkt auf die individuellen Anforderungen, sozialen Strukturen sowie Ziele eingehen.

## Unsere Haltung unterscheidet uns.

Wir stehen mehr als jede andere Beratung für leidenschaftliche Zusammenarbeit und gelebte Identifikation, denn bei Campana & Schott – mehrfach ausgezeichnet als einer der besten Arbeitgeber Deutschlands – steht der Mensch im Mittelpunkt.

## Modern Workplace – Worauf es ankommt.

Der moderne Arbeitsplatz kann überall sein. Viele Unternehmen haben jedoch ein Interesse daran, persönliche Kontakte wieder stärker zu fördern und stattfinden zu las-

sen. Doch auch das Seamless Office und hybrides Arbeiten erfordern moderne Technologien in Büros und Meetingräumen, so dass alle Mitarbeitenden gleichwertig am Geschehen teilnehmen können.

Neben den Mitarbeitenden im Büro machen Frontline Worker weltweit 80 Prozent der Belegschaft aus. Die Bereitstellung und der Zugang zum digitalen Arbeitsplatz für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in der Produktion oder im Service ist für uns eine wichtige Erweiterung des Modern Workplace.

## Wir gehen den Weg gemeinsam.

Für uns bei Campana & Schott ist dies gelebte Realität: Wir arbeiten digital an verschiedenen Standorten zusammen und nutzen die Büroflächen für den persönlichen und kreativen Austausch. Wir unterstützen Unternehmen ganzheitlich – Strategie und Beratung, technische Implementierung von Hardware und Software, Übergabe in den Linienbetrieb – wir bieten sämtliche Lösungen aus einer Hand. Dafür steht Campana & Schott.

So haben wir innerhalb eines Jahres 350.000 Mitarbeitende unserer Kunden in die hybride Arbeitswelt begleitet und mit Microsoft Teams ausgestattet. Mit unserer Vorgehensweise stellen wir immer den Menschen und die relevanten Arbeitsbedürfnisse in den Vordergrund. Denn nur wenn die Mitarbeitenden den Modern Workplace auch annehmen, ist die Investition nachhaltig erfolgreich.

## Wir stehen für nachhaltig erfolgreiche Veränderungen.

Zu unserem Kundenstamm gehören 32 von 40 DAX-Unternehmen sowie große mittelständische Unternehmen. Wir blicken auf weltweit über 10.000 Best-Practice-Projekte bei mehr als 1.000 Kunden. Eine Wiederbeauftragungsquote von rund 90% belegt eindrucksvoll, dass wir auch höchste Anforderungen übertreffen.

Campana & Schott hat uns mit strategischer Beratung dabei unterstützt, bei unseren 1.000 Mitarbeitern die Arbeitsweise zum Positiven zu verändern.“

**Tobias Jakob** | Senior Vice President Infrastructure | HSE 24

Wir fanden es sehr bemerkenswert, dass wir nicht ein Team beim Spiegel und eins bei Campana & Schott hatten, sondern wirklich ein gemeinsames Team waren. Das hat uns sehr schnell ans Ziel gebracht.“

**Sven Rathjen** | Leiter IT | Spiegel-Verlag Rudolf Augstein GmbH

Menschen sind das Herz einer jeden Organisation. Die Bereitstellung eines digitalen Arbeitsplatzes für Mitarbeitende sowohl im Büro als auch in Produktion und Service ist Dreh- und Angelpunkt des Modern Workplace.

[www.campana-schott.com](http://www.campana-schott.com)



„Wir wollen nicht nur ein weiterer Softwareanbieter für Unternehmen sein. Betrachten Sie uns als Ihren Freund.“

Girish Mathrubootham,  
Gründer & CEO  
Freshworks Inc.



**Freshworks –  
Begeisterung leicht gemacht**

# Bei Freshworks beginnt alles mit unserer Mission ...

... es für Unternehmen einfach zu machen, ihre Kunden und Mitarbeiter zu begeistern. Wir tun dies, indem wir moderne und intuitive Produkte entwickeln, die auf die Zufriedenheit von Kunden und Mitarbeitern ausgerichtet sind.

## Herr Leucke, was macht Freshworks so erfolgreich?

*Herr Leucke:* Unser neuer Ansatz für Unternehmenssoftware, der es bereits über 50.000 großen und kleinen Unternehmen auf der ganzen Welt ermöglicht, die Erwartungen von Kunden und Mitarbeitern zu übertreffen. Wir halten das unerfüllte Versprechen einer benutzerfreundlichen SaaS-Software und helfen unseren Kunden, klare Geschäftsergebnisse zu erzielen.

## Und was genau macht Freshworks anders als SaaS-Anbieter der ersten Generation?

Unser Fresh-Ansatz ist es, was wir bei Freshworks anders machen. Was wir jetzt haben, sind Produkte, die:

-  intuitiv und benutzerfreundlich sind und für die Menschen entwickelt wurden, die die Produkte tatsächlich nutzen.
-  eine schnelle Wertschöpfung, unkomplizierte Einarbeitung und Agilität haben. Möglich ist dies mit einer 21-tägigen Testphase, einem Marktplatz mit 1.200 Apps und Integrationen sowie KI/ML-Funktionen.
-  niedrigste TCO haben – unsere Preisgestaltung ist transparent und für Unternehmen jeder Größe erschwinglich.



**Jens Leucke,**  
General Manager  
DACH

Alle diese Funktionen sind gleichzeitig sehr leistungsstark. Heute sind wir ein echtes Multi-Produkt-Unternehmen, das Kunden jeder Größe mit attraktiver Software unterstützt.“

## Herr Leucke, was bedeutet diese Innovation der Cloud-basierten Omnichannel-Kundenservice-Plattform für Ihr Unternehmen?

Aufgrund dieser Innovation und dieses Erfolges werden wir weltweit von Fachkollegen, führenden Analystenfirmen und renommierten Medien anerkannt.

Wir sind „Customer’s Choice“ bei Gartner’s Peer Insights und wurden in 4 Gartner Magic Quadrants gelistet – einschließlich Visionary für CRM Customer Engagement Center (CEC) und Challenger für IT Service Management (ITSM).

Diese Anerkennung zeigt uns, dass wir vieles richtig gemacht haben, als wir – als Reaktion auf die pandemische Entwicklung des Verbraucherverhaltens – unsere Kunden bei der Etablierung eines digital-first-Kundenservices unterstützt haben.

Außerdem zeigt sie uns, dass wir unsere Präsenz bei mittelständischen und großen Unternehmen ausgebaut haben: Durch unseren intuitiven User-First-Ansatz bei der Produktentwicklung, unsere leistungsstarke native KI-Engine – und dadurch, dass wir den Omnichannel-Support mit umfassendem Kundenkontext anreichern konnten.

**Freshworks macht es für Unternehmen einfach und schnell, ihre Kunden und Mitarbeiter zu begeistern. Dabei verfolgen wir einen neuen Ansatz bei der Entwicklung und Bereitstellung von Software-as-a-Service, die erschwinglich, schnell zu implementieren und auf den Endbenutzer zugeschnitten ist. Im Gegensatz zu herkömmlicher Software entwickelt Freshworks Technologien, die für alle Beteiligten funktionieren und es der IT, dem Kundenservice, dem Vertrieb, dem Marketing und der Personalabteilung leicht machen, ihre Arbeit zu erledigen und ihre Kunden zu begeistern.**

**Unser neuer Ansatz begann mit einem Produkt und entwickelte sich zu einer Reise mit mehreren Produkten: Freshdesk, Freshsales, Freshmarketer, Freshservice und Freshteam. Alle Freshworks-Produkte basieren auf der soliden Grundlage von Freshworks Neo, einer SaaS-Plattform, die die Herausforderungen älterer SaaS-Implementierungen bewältigt.**

**Heute sind wir ein echtes Multi-Produkt-Unternehmen. Mit über 50.000 Kunden in mehr als 120 Ländern, die uns tagtäglich ihr Vertrauen schenken, sind wir um mehr als 40 % im Vergleich zum Vorjahr gewachsen und haben einen LTM-Umsatz von über 300 Mio. \$ erreicht. Das bedeutet, dass wir auf einem Niveau angekommen sind, das es uns ermöglicht, Kunden unabhängig von ihrer Größe zu bedienen, egal wo auf der Welt sie sich befinden.**

## Freshworks GmbH

Neue Grünstraße 17  
10179 Berlin  
Telefon: +49 305 884 9246  
E-Mail: support@freshworks.com



**www.freshworks.com**



**NFON passt seine intuitiven Kommunikationslösungen an die Bedürfnisse der heutigen Unternehmen an und ermöglicht es Ihnen, jeden Tag ein wenig besser zu werden.**

Das gewährleistet NFON durch seine Lösungen und bietet dabei ein einfaches Interface, Drag & Drop-Funktionen, Geo-redundante und ausfallsichere Infrastruktur und darüber hinaus Zukunftssicherheit für die Unternehmenskommunikation.

Die NFON AG ist europäischer Anbieter für sprachzentrierte Businesskommunikation aus der Cloud. Mit über 3.000 Partnern in 15 europäischen Ländern und sieben Niederlassungen zählt NFON mehr als 50.000 Unternehmen zu seinen Kunden. Cloudya, das Kernprodukt von NFON, ist die Plattform für eine einfache, unabhängige und verlässliche Businesskommunikation für Unternehmen aller Branchen und Größen. Weitere Produkte und Lösungen ergänzen das Portfolio im Bereich Cloud-Kommunikation. Mit unseren intuitiven Kommunikationslösungen begleiten wir Unternehmen in die Zukunft der Business-Kommunikation.

**Die NFON AG**

NFON ist europäischer Anbieter für sprachzentrierte Business-Kommunikation aus der Cloud.

# NFON – die neue Freiheit der Unternehmenskommunikation

## Die NFON Welt – Produkte und Lösungen

### PRODUKTE

**Business Communications (CLOUDYA):** Cloudya gibt Unternehmen die Kommunikationsfreiheit, die sie heute brauchen. Die smarte Cloud Kommunikations-Plattform bietet eine Reihe von Lösungen:

- unkomplizierte Sprachanrufe
- einfache Videokonferenzen und
- nahtlose Integrationen von CRM- und Kooperations-Tools.

**Integration: Integration in bestehende Systeme, Geschäftsprozesse und Arbeitsabläufe auf Seiten unserer Kunden.**

- NCTI (Standard, Premium & Pro) ergänzt den Funktionsumfang von Cloudya durch eine umfassendere Integration von Geschäftsprozessen und gibt Ihnen maximale Freiheit bei der Wahl Ihrer bevorzugten Kommunikationsgeräte und -umgebungen.
- NFON Integration for Microsoft Teams (Premium and Standard) 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 Einzello-sung nutzen können.

**Kundenkontakt:**  
NFON unterstützt Unternehmen, ihre Kundenkommunikation zu verbessern

- **Ncontactcenter / Contact Center Hub** ergänzt Cloudya um eine vollwertige Cloud-Contact-Center-Lösung, die eine effiziente Kundenbetreuung über verschiedenste Kanäle, Agenten und Standorte ermöglicht.
- **Nhospitality** integriert Cloud-Telefonie in Property-Management-Systeme (PMS) und bietet damit eine auf die Hotelbranche zugeschnittene, effiziente Kommunikationslösung.
- **Neorecording** gestattet es Unternehmen, Gespräche verschlüsselt und reversionssicher aufzuzeichnen.
- **Nmonitoring Queues** ermöglicht durch einfaches Hinzufügen einer Lizenz in Cloudya, Agenten ihre eigenen Aktivitäten zu überwachen und zu verfolgen, z.B. Anrufwarteschlangen und wichtige KPIs, Anweisungen von Vorgesetzten zu erhalten und Arbeitspausen in einer übersichtlichen, organisierten Weise zu protokollieren.
- **Noperatorpanel** bietet ein professionelles Bedienfeld für die Sprachannahme. Sie können eingehende Anrufe annehmen, über das integrierte Softphone telefonieren und bestimmte Anrufe an ihre Empfänger:innen weiterleiten.

**Enablement: NFON bereitet Unternehmen auf die Cloud vor und stellt ihnen die richtige Infrastruktur zur Verfügung**

- **Nconnect Voice** ermöglicht den nahtlosen Übergang zu flexibler, skalierbarer IP-Kommunikation. Verbinden Sie Ihr vorhandenes Legacy- oder IP-PBX-System mit dem NFON International Carrier Network und registrieren Sie vollständige Nummernblöcke sowie die Sprachkanalkapazität.
- **Nconnect Data** (nur in Deutschland) bietet Ihnen einen leistungsfähigen Internetzugang, der auf zukunftssicherer Technologie basiert und Ihnen eine Reihe von Vorteilen für die professionelle Internetnutzung ermöglicht.

### LÖSUNGEN

NFON passt die Produkte dem jeweiligen Anwendungsfall und der jeweiligen Nutzergruppe an. Die passende Lösung für Retail, E-Commerce, Finanzen & Versicherung, Hotels & Business Center, Software & Telekommunikation, Gesundheit und öffentliche Verwaltung.

**Mission: NFON will führender Anbieter von sprachzentrierter Geschäftskommunikation in Europa werden.**

**Geschichte:** 2007 in München gegründet ist NFON auf über 500 Mitarbeiter angewachsen. Vertreten in 15 europäischen Ländern haben wir es uns zur Aufgabe gemacht, komplexe Dinge einfach zu gestalten. Intuitiv und mühelos. Schon heute stellen wir die moderne Kommunikation in der Arbeitswelt von morgen bereit. Über 500.000 beim Kunden installierte Nebenstellen in ganz Europa zeigen, dass wir das sehr gut hinbekommen. Nach Expansion und Börsengang stecken wir immer noch voller Tatendrang. Bei NFON wachsen Ideen und Veränderungen. Nicht nur für unsere Kunden, sondern auch für unsere Mitarbeiter: innen.

**Unsere Werte: Unternehmerisches Handeln. Respekt. Team Result. Wir sagen: Engagierter Einsatz und Spaß sind eins! Gemeinsam greifen wir nach großen Zielen.**

„Cloud-Kommunikation ist elementar für den Digital Workplace und für jedes Unternehmen unverzichtbar!“



**Thomas Muschalla,**  
Vice President Sales  
bei NFON



**NFON AG**  
Machtlfinger Str. 7, 81379 München  
Telefon: 089453000, E-Mail: [vertrieb@nfon.com](mailto:vertrieb@nfon.com)  
Web: <https://www.nfon.com/de>



„Bei der Einführung hybrider Arbeitsmodelle setzt SPIRIT/21 auf einen ganzheitlichen Ansatz. Wir konzentrieren uns nicht nur auf die Technik, sondern auch auf weitere wichtige Aspekte, die für einen grundlegenden Wandel notwendig sind: zum Beispiel auf Kommunikation, Zusammenarbeit und Organisation. So schaffen wir die Voraussetzungen für einen Veränderungsprozess, der unternehmensweit erfolgreich mitgetragen wird.“

Jens Reichardt, Business Development Executive  
Modern Workplace, SPIRIT/21

# „FLEXIBEL, SICHER UND EIGENVERANTWORTLICH ARBEITEN“

Hybride Systeme versuchen, die Vorteile verschiedener Konzepte zu verbinden. Bei Hybrid Work werden unterschiedliche Arbeitsmodelle kombiniert, die das Arbeiten an jedem Ort und zu jeder Zeit ermöglichen.

In hybriden Arbeitsszenarien können alle Beschäftigten (mehr oder weniger) frei wählen, wann und von wo sie ihre Arbeit erledigen möchten – im Büro, von zuhause oder unterwegs. Neben vielen Chancen bringt diese moderne Form des Arbeitens jedoch auch eine neue Komplexität ins Spiel. Was der hybride Ansatz für die IT-Organisation bedeutet, erläutert Jens Reichardt, Business Development Executive Modern Workplace bei SPIRIT/21, im Interview:

**Herr Reichardt, was ist aus Sicht der IT bei der Einführung hybrider Arbeitsmodelle zu beachten?**

Vor einer erfolgreichen Einführung müssen zunächst einmal die Voraussetzungen geschaffen werden, um zeit- und ortsunabhängiges Arbeiten überhaupt zu ermöglichen. Dabei stellen sich zentrale Fragen, u.a.: Wie sieht die künftige IT-Strategie aus? Welche Techniken und Tools passen am besten zum Unternehmen und welche Maßnahmen müssen ergriffen werden, um auch in hybriden Szenarien die IT-Sicherheit zu gewährleisten?

**Welche Punkte sind bei der Weiterentwicklung des IT-Konzeptes entscheidend?**

In der Praxis kommt es vor allem darauf an, dass mobile Arbeitsmittel, wie Laptops oder Mobiltelefone, schnell, einfach und sicher zur Verfügung gestellt werden können. Dies gilt insbesondere dann, wenn neue Kolleginnen und Kollegen „remote“ mit an Bord genommen werden. Gerade in der Pandemie hat das sogenannte „Zero Touch Deployment“ nochmal deutlich an Bedeutung gewonnen.

**In diesem Kontext taucht häufig auch das Stichwort „Employee Choice“ auf. Welche Vorteile bieten diese Programme?**

Wenn Mitarbeitende selbst entscheiden können, welche technische Ausstattung sie in ihrem Arbeitsalltag verwenden möchten, hat das mehrere Vorteile: In der Regel kennen sie sich bereits mit diesen Geräten aus, denn oft nutzen sie ähnliche Modelle auch privat. Das heißt, lange Einarbeitungszeiten entfallen, sie sind schneller produktiv und es fallen weniger Supportaufwände an. Zusätzlich fördern sie die Attraktivität als Arbeitgeber und die Mitarbeiterbindung.

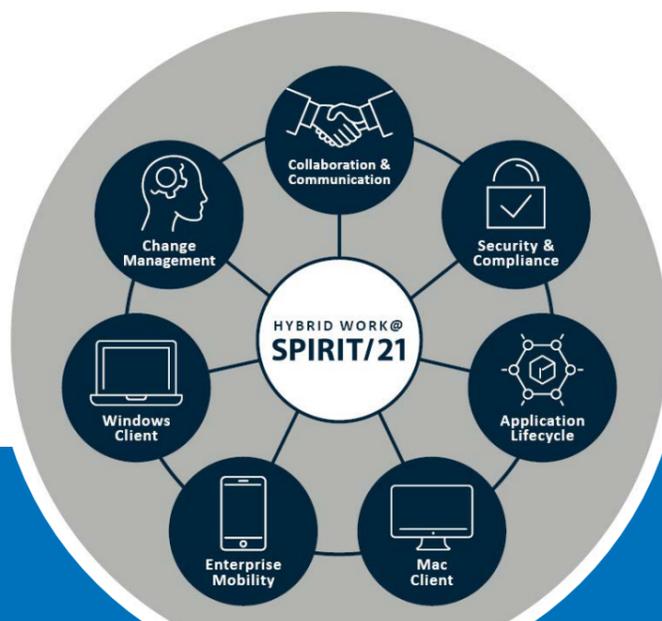
**In hybriden Arbeitsmodellen greifen Mitarbeitende von überall und oft auch mit verschiedenen Geräten auf Daten und Anwendungen zu. Was bedeutet das für die IT-Sicherheit?**

Inzwischen liegen viele Applikationen in der Cloud. Vor diesem Hintergrund gewinnen Security-Kon-

zepte wie „Zero Trust“ immer stärker an Bedeutung. Dahinter steckt das Prinzip, dass grundsätzlich nichts sicher ist und niemandem vertraut wird. Weder dem Benutzer und seinen Passwörtern noch der eingesetzten Hard- und Software. Alle Zugriffe auf Unternehmensdaten werden laufend verifiziert. Auf diese Weise werden Anwender, Geräte, Applikationen und Daten an jedem Ort geschützt, sicheres Arbeiten wird möglich.

**Gibt es noch weitere Aspekte, die Ihrer Erfahrung nach bei der Einführung hybrider Arbeitsmodelle zu berücksichtigen sind?**

Sich nur auf technische Aspekte zu konzentrieren, reicht definitiv nicht aus. Ebenso wichtig ist es zu überlegen, wie das Thema Kommunikation und Zusammenarbeit in hybriden Modellen organisiert und gesteuert werden kann. Dabei sollten nicht nur die Büroarbeitsplätze im Fokus stehen, sondern auch die „deskless“ Arbeitenden – in der Produktion, auf der Baustelle oder in der Logistik. Als mittelständischer Full-Service-IT-Dienstleister hat sich SPIRIT/21 auf die Entwicklung und Umsetzung ganzheitlicher Hybrid-Work-Szenarien spezialisiert. Abgestimmt auf den jeweiligen Bedarf treiben wir das Thema Digitalisierung strategisch voran und begleiten Unternehmen ganzheitlich – von der Beratung über die Implementierung und den Betrieb bis hin zur Entwicklung kundenindividueller Applikationen.



# Studiendesign

Alle wissenswerten Informationen  
zu Aufbau, Methodik  
und Stichprobe der Studie

Hybrid Work 2022

## Studienpartner

### Platin-Partner:

**Campana & Schott GmbH**  
Gräfstraße 99  
D-60487 Frankfurt am Main  
Telefon: + 49 69 977883-0  
E-Mail: info@campana-schott.com  
Web: www.campana-schott.com

**Freshworks GmbH**  
Neue Grünstraße 17  
10179 Berlin  
Telefon: +49 30 58849246  
E-Mail: support@freshworks.com  
Web: www.freshworks.com

**NFON AG**  
Machtlfinger Str. 7  
81379 München  
Telefon: +49 8000 636624  
E-Mail: vertrieb@nfon.com  
Web: www.nfon.com/de

### Gold-Partner:

**SPIRIT/21 GmbH**  
Otto-Lilienthal-Straße 36  
71034 Böblingen  
Telefon: +49 7031 2093333  
E-Mail: info@spirit21.com  
Web: www.spirit21.com

### Bronze-Partner:

**Damovo Deutschland GmbH & Co.KG**  
Fritz-Vomfelde-Straße 26  
40547 Düsseldorf Germany  
Telefon: +49 211 875540  
E-Mail: dialog@damovo.com  
Web: www.damovo.com/de

**Service-now.com GmbH**  
Prielmayerstr. 3  
80335 München  
Telefon: +49 69 768056100  
Web: www.servicenow.de

## Gesamtstudienleitung

**Matthias Teichmann**  
*Director Research*  
Custom Research Team  
Telefon: +49 89 36086-131  
mteichmann@idg.de

## Projektmanagement

**Simon Hülsbömer**  
*Senior Project Manager*  
Custom Research Team  
Telefon: +49 89 36086-177  
shuelsboemer@idg.de

**Armin Rozsa**  
*Project Manager*  
Custom Research Team  
Telefon: +49 89 36086-184  
arozsa@idg.de

## Sales

**Regina Hermann**  
*Account Manager Research*  
Custom Research Team  
Telefon: +49 89 36086-161  
rhermann@idg.de

## Impressum

**Studienkonzept/  
Fragebogenentwicklung:**  
Simon Hülsbömer,  
Matthias Teichmann

**Endredaktion/  
CvD Studienberichtsband:**  
Armin Rozsa

**Analysen / Kommentierungen:**  
Alexander Freimark, Bad Aibling

**Kommentierungen  
CIO-Agenda 2022:**  
Simon Hülsbömer

**Hosting / Koordination  
Feldarbeit:**  
Armin Rozsa

**Artdirector & Grafik:**  
Daniela Petrini, Reutte

Umschlaggestaltung unter  
Verwendung eines Farbfotos  
von © stock.adobe.com / ivector

**Lektorat:**  
Elke Reinhold, München

**Ansprechpartner:**  
Matthias Teichmann  
mteichmann@idg.de

**Herausgeber:**

**Foundry  
(formerly IDG Communications)**

**Anschrift:**  
IDG Tech Media GmbH  
Georg-Brauchle-Ring 23  
80992 München  
Telefon: +49 89 36086-0  
Fax: +49 89 36086-118  
E-Mail: info@idg.de

Vertretungsberechtigter:  
Jonas Triebel, Geschäftsführer

Registergericht:  
Amtsgericht München, HRB 99110

Umsatzsteueridentifikationsnummer:  
DE 811 257 834

Weitere Informationen unter:  
www.foundryco.com

# Studiensteckbrief

<b>Herausgeber</b>	CIO, CSO und COMPUTERWOCHE
<b>Studienpartner</b>	<p><b>Platin-Partner:</b> Campana &amp; Schott GmbH Freshworks GmbH NFON AG</p> <p><b>Gold-Partner:</b> SPIRIT/21 GmbH</p> <p><b>Bronze-Partner:</b> Service-now.com GmbH Damovo Deutschland GmbH &amp; Co.KG</p>
<b>Grundgesamtheiten</b>	Oberste (IT-)Verantwortliche von Unternehmen in der DACH-Region: strategische (IT-)Entscheider im C-Level-Bereich und den Fachbereichen (LoBs), IT-Entscheider & IT-Spezialisten aus dem IT-Bereich
<b>Teilnehmergenerierung</b>	Persönliche E-Mail-Einladung über die exklusive Entscheiderdatenbank von CIO, CSO und COMPUTERWOCHE sowie – zur Erfüllung von Quotenvorgaben – über externe Online-Access-Panels
<b>Gesamtstichprobe</b>	318 abgeschlossene und qualifizierte Interviews
<b>Untersuchungszeitraum</b>	31. Januar bis 7. Februar 2022
<b>Methode</b>	Online-Umfrage (CAWI)
<b>Fragebogenentwicklung und Durchführung</b>	Custom Research Team von CIO, CSO und COMPUTERWOCHE in Abstimmung mit den Studienpartnern

# Stichprobenstatistik

<b>Branchenverteilung*</b>	Land- und Forstwirtschaft, Fischerei, Bergbau..... 7,9 % Energie- und Wasserversorgung..... 7,2 % Chemisch-pharmazeutische Industrie, Life Science ..... 10,7 % Medizin- und Labortechnik..... 9,7 % Metallerzeugende und -verarbeitende Industrie..... 8,8 % Maschinen- und Anlagenbau ..... 7,9 % Automobilindustrie und Zulieferer ..... 6,3 % Herstellung von elektrotechnischen Gütern, IT-Industrie ..... 16,4 % Konsumgüter-, Nahrungs- und Genussmittelindustrie ..... 4,1 % Medien, Papier- und Druckgewerbe..... 1,9 % Baugewerbe, Handwerk ..... 3,8 % Groß- und Einzelhandel (inkl. Online-Handel) ..... 8,5 % Banken und Versicherungen..... 13,5 % Transport, Logistik und Verkehr..... 8,2 % Dienstleistungen für Unternehmen..... 6,9 % Hotel- und Gastgewerbe, Tourismus..... 3,8 % Öffentliche Verwaltung, Gebietskörperschaften, Sozialversicherung ..... 5,3 % Schule, Universität, Hochschule ..... 1,9 % Gesundheits- und Sozialwesen ..... 4,7 % Andere Branchengruppe ..... 3,8 %
<b>Unternehmensgröße deutschlandweit</b>	Weniger als 100 Beschäftigte..... 4,7 % 100 bis 999 Beschäftigte ..... 45,0 % 1.000 bis 9.999 Beschäftigte ..... 33,3 % 10.000 Beschäftigte und mehr..... 17,0 %
<b>Umsatzklasse deutschlandweit</b>	Weniger als 100 Millionen Euro ..... 26,7 % 100 bis 999 Millionen Euro..... 36,5 % 1 bis unter 2 Milliarden Euro ..... 16,7 % 2 bis unter 5 Milliarden Euro ..... 12,9 % 5 Milliarden Euro und mehr ..... 7,2 %
<b>Jährliche Aufwendungen in IT-Systeme</b>	Weniger als 1 Million Euro..... 15,7 % 1 bis unter 10 Millionen Euro ..... 35,5 % 10 bis unter 100 Millionen Euro..... 27,4 % 100 Millionen Euro und mehr ..... 7,9 % Weiß ich nicht/keine Angabe..... 13,5 %

\* Mehrfachnennungen möglich

# Das Studienkonzept

Die Multi-Client-Studien von IDG Research Services sind mehr als nur Befragungen von C-Level-Entscheidern und IT-Spezialisten. Hinter den Marktforschungsprojekten steht ein nachhaltiges Studienkonzept, das auf eine Laufzeit von mindestens sechs Monaten ausgelegt ist.

Die Veranstaltung der initialen redaktionellen Round Tables, moderiert von leitenden Redakteuren von CIO, CSO und COMPUTERWOCHE, steht immer zu Beginn eines jeden Studienprojekts.

Über den Verlauf der Round-Table-Veranstaltungen wird ausführlich berichtet, und die Themen, die den Branchenexperten besonders „auf den Nägeln brennen“, werden auch bei der Entwicklung des Studienfragebogens mitberücksichtigt. Die Unternehmen, die das Projekt als Partner begleiten, können eigene Ideen und Fragestellungen einbringen.

Etwa drei Monate nach der methodischen und inhaltlichen Ausgestaltung der Studie liegen die zentralen Ergebnisse in Form eines hochwertigen Survey Reports vor. Die Studienergebnisse werden auf Messen und Events, wie der Hannover Messe, dmexco oder it-sa, präsentiert, zum Teil in Form von Podiumsdiskussionen, bei denen sich die Studienpartner einem interessierten Fachpublikum stellen können. Oder es wird zu einem Ergebnis-Round-Table ins IDG Conference Center eingeladen.

Begleitet wird das gesamte Studienprojekt durch kontinuierliche Berichterstattung von CIO, CSO und COMPUTERWOCHE, zum Thema im Allgemeinen und zur Studie im Speziellen. Fachwissen und Kompetenz unserer Autoren und Redakteure tragen maßgeblich dazu bei, dass die Ergebnisse der Multi-Client-Studien richtig eingeordnet werden können. Berichtet und kommentiert wird auf allen modernen Medienkanälen; Infografiken, Bildergalerien und Video-Interviews tragen dazu bei, dass die Studien auf großes Interesse stoßen.

## Der Autor dieser Studie



**Alexander Jake Freimark**  
Alexander Jake Freimark wechselte 2009 von der Redaktion der COMPUTERWOCHE in die Freiberuflichkeit. Er schreibt für Medien und Unternehmen, sein Auftragsschwerpunkt liegt im Corporate Publishing. Dabei stehen technologische Innovationen im Fokus, aber auch der Wandel von Organisationen, Märkten und Menschen.

## Round Table Moderation



**Jürgen Hill:**  
*Chefreporter Future Technologies*  
Thematisch befasst sich der studierte Diplomb-Journalist und Informatiker mit allen Facetten rund um Digitalisierung, KI/ML, IoT und Industrie 4.0.



**Manfred Bremmer:**  
*Redakteur*  
Manfred Bremmer beschäftigt sich mit Mobile Computing und Communications. Er nimmt mobile Lösungen, Betriebssysteme, Apps und Endgeräte unter die Lupe und überprüft sie auf ihre Business-Tauglichkeit.

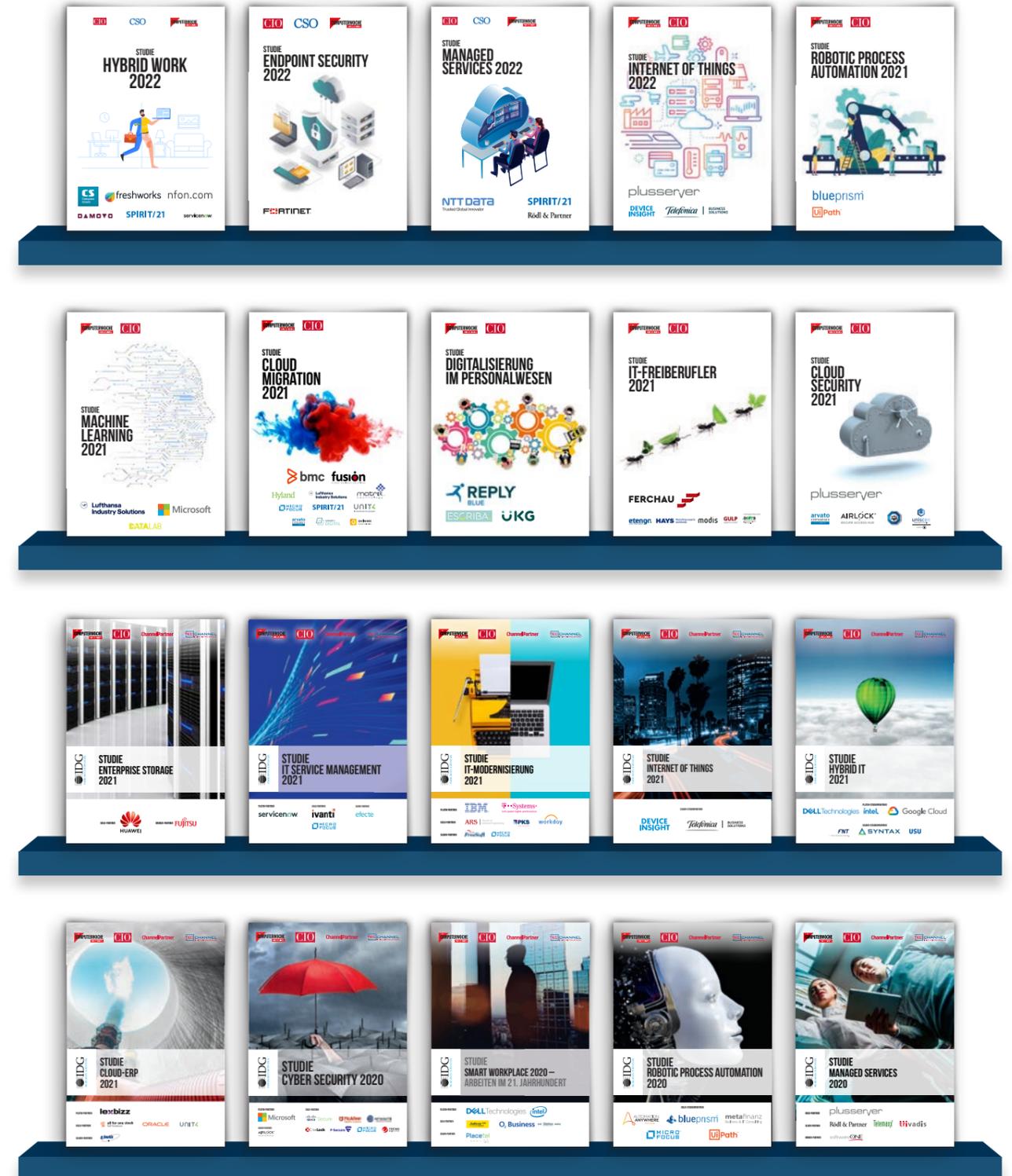


**Hans Königes:**  
*Ressortleiter*  
Hans Königes ist Ressortleiter Jobs & Karriere und damit zuständig für alle Themen rund um Arbeitsmarkt, Jobs, Berufe, Gehälter, Personalmanagement, Recruiting sowie Social Media im Berufsleben.

## Protokolle

**Ingrid Weidner, München**  
**Florian Stocker, München**  
**Richard Ruf, München**

# Unsere Studienreihe



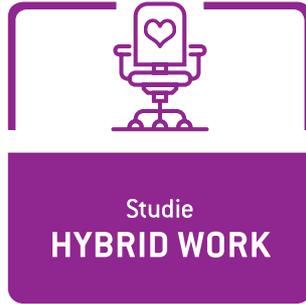
Erhältlich in unserem Studien-Shop auf [computerwoche.de/studien](https://computerwoche.de/studien)  
Laufende Studienberichterstattung auf [computerwoche.de/p/research,3557](https://computerwoche.de/p/research,3557)

Für Rückfragen zu demnächst kommenden Studien: [research@idg.de](mailto:research@idg.de)

Für regelmäßige Infos: <https://www.idg.de/media/research-services/>

Oder folgen Sie uns gern auf Twitter: [https://twitter.com/IDGResearch\\_DE](https://twitter.com/IDGResearch_DE)

oder auf LinkedIn: <https://www.linkedin.com/showcase/idg-research-services-germany/>



**SPIRIT/21**

**DAMOVO**

servicenow®