

# 5 Jahre Schweizer Social Collaboration Studie

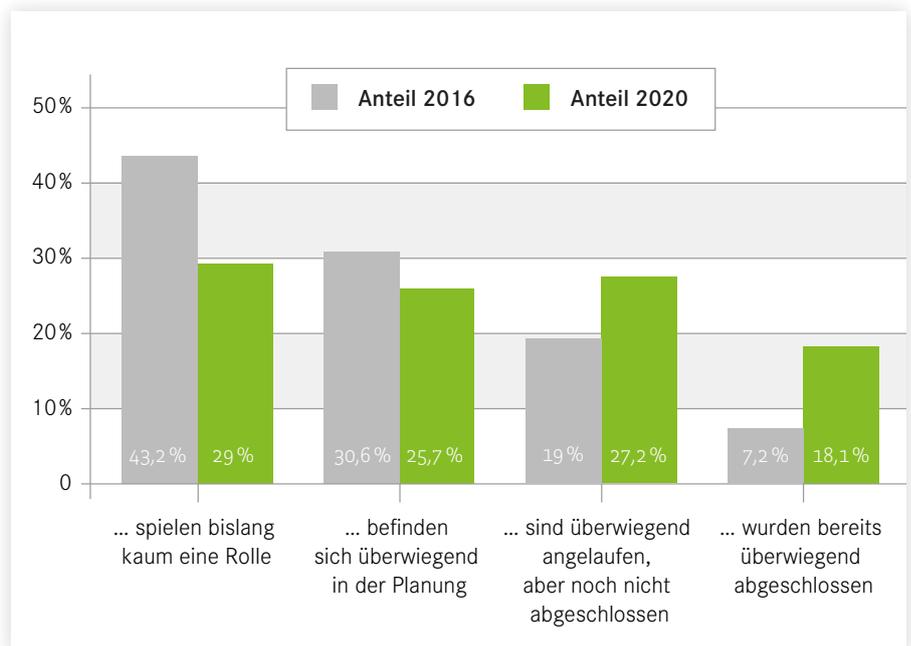
Zusammenarbeit wird in der Schweiz immer digitaler.



Die Unternehmen im deutschsprachigen Raum haben in den vergangenen fünf Jahren Fortschritte bei der Einführung und Nutzung von Social-Collaboration-Tools erzielt. Der Reifegrad erhöhte sich kontinuierlich und immer mehr Initiativen wurden gestartet oder sind bereits abgeschlossen. Dabei vernachlässigen fast 70% der Unternehmen ein umfassendes Change Management. Ein Fehler, der zu Unzufriedenheit und niedrigerer Arbeitseffizienz führt. Auch die hohen Erwartungen an neue Technologien wie KI oder Big Data haben sich in der Praxis bislang noch nicht erfüllt.

Diese Ergebnisse ermittelte die von 2016 bis 2020 als Zeitreihenstudie jährlich durchgeführte Social Collaboration Studie der Technischen Universität Darmstadt und der Management- und Technologieberatung Campana & Schott. Sie liefert erstmals einen umfassenden Überblick über die Entwicklung der Unternehmen bezüglich Social Collaboration sowie über die Mehrwerte, Erfolgsfaktoren und Hürden bei der Einführung.

Anhand des Datenverlaufs belegt die Studie, dass sich die Zusammenarbeit in Unternehmen immer stärker digitalisiert. Noch vor fünf Jahren haben in 43% der Unternehmen Social-Collaboration-Initiativen überhaupt keine Rolle gespielt. Inzwischen geben nur noch 29% der Befragten an, dass sie keine entsprechenden Projekte planen oder umsetzen. Doch es gibt noch reichlich Handlungsbedarf.



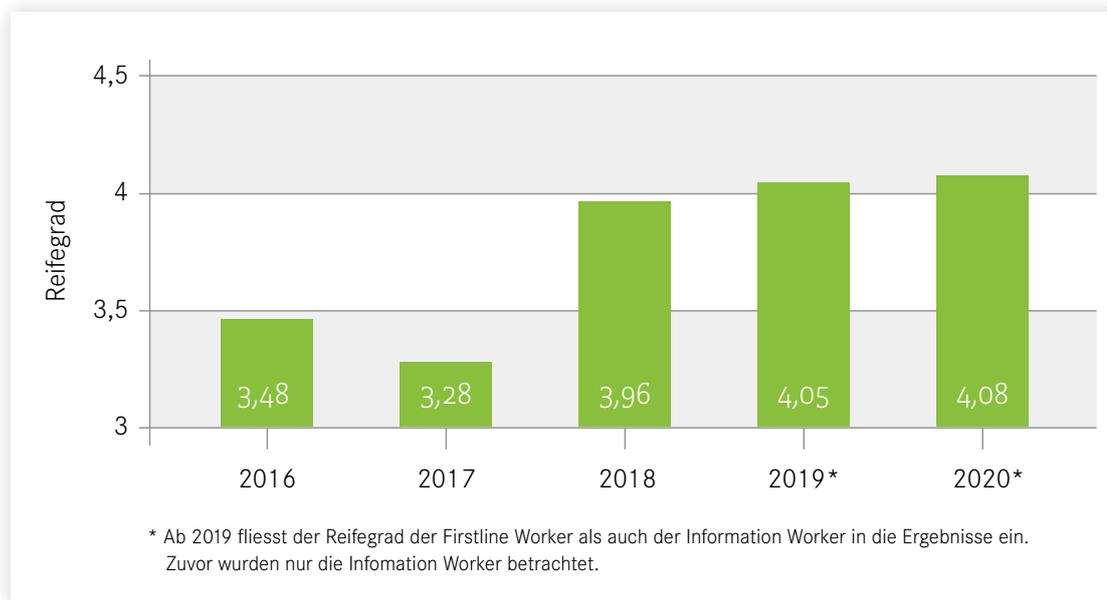
Stand der Projekte zur Einführung von Social-Collaboration-Tools.

## Reifegrad ist um 17 Prozent gestiegen

Der Social-Collaboration-Reifegrad ist seit 2016 auf einer Skala von 1 bis 7 fast jedes Jahr gestiegen (2016: 3,48, 2017: 3,28, 2018: 3,96, 2019: 4,05, 2020: 4,08). Ein hoher Reifegrad bedeutet, dass häufig aktuelle digitale Technologien für Kommunikation und Kollaboration zum Einsatz kommen, während es bei einem niedrigen Reifegrad weitgehend analoge Lösungsansätze oder etablierte Technologien wie E-Mails sind.

Obwohl sich der Reifegrad fast kontinuierlich erhöht hat, sind Unternehmen mit einem aktuellen Wert von 4,08 immer noch weit entfernt von der Maximalpunktzahl 7. Die Umstellungen auf Homeoffice im Zuge der COVID-19-Pandemie sowie der zunehmende Anteil von Digital Natives in der Belegschaft könnten hier für einen deutlichen Wachstumsschub sorgen.

Über die fünf Jahre hinweg erhöhte sich der Reifegrad um über 17%. Die Social Collaboration Studie zeigt, dass Unternehmen mit einem hohen Social-Collaboration-Reifegrad effizienter zusammenarbeiten. Dabei haben sich die Einsatzszenarien, für die am häufigsten moderne, digitale Tools genutzt werden, kaum verändert. 2016 waren sie für „Anträge und Formulare“, „Firmeninterne Informationen und Neuigkeiten“ sowie den „Austausch von Dokumenten“ am meisten im Einsatz. Im Jahr 2020 liegt das „Informieren über Neuigkeiten“ vor dem „Stellen von Anträgen“ und dem „Austausch von Dokumenten“.



**Entwicklung des Social-Collaboration-Reifegrades von 2016 bis 2020.**

## Collaboration auch in Produktion und Service zunehmend gefragt

Die zunehmende Digitalisierung betrifft aber nicht nur Mitarbeiter im Büro, also Information Worker. Auch Firstline Worker, die im direkten Kundenkontakt oder in der Produktion tätig sind und unmittelbar zur Wertschöpfung des Unternehmens beitragen, arbeiten zunehmend mit Social-Collaboration-Tools. Ob Mitarbeiter an Fertigungsstrassen in der Industrie, Pflegepersonal in Kliniken, Fahrer, Sicherheits- und Reinigungskräfte, Kassen- und Verkaufspersonal: Firstline Worker bilden weltweit mit über 60% den grössten Teil der Belegschaft.

2019 betrachtete die Studie erstmals gesondert Firstline Worker. Diese Mitarbeitergruppe weist einen deutlich geringeren Social-Collaboration-Reifegrad auf als Information Worker. Doch der Unterschied zwischen beiden Gruppen schrumpft von rund 20% auf nur noch 11% im Jahr 2020. Demnach nehmen digitale Arbeitsweisen auch bei Firstline Workern rasant zu.

Diese nennen vor allem Formulare und Workflows, die Suche nach Dokumenten und die Koordination im Team als wichtigste Einsatzgebiete digitaler Technologien. Demnach steht bei Firstline Workern der Unterstützungsbedarf in ihren Kernaufgaben primär im Fokus. Interessanterweise wird der Bedarf durch ihre Manager anders bewertet, die hier vordergründig den Informationsaustausch als Unterstützungsmöglichkeit von Social-Collaboration-Tools sehen.

Weiterhin werden die Unterschiede in den Bedürfnissen der beiden Mitarbeitergruppen klar ersichtlich. So liegt der Bedarf bei Firstline Workern stärker im Bereich der direkten Prozessunterstützung, wohingegen bei Information Workern der Informationsaustausch wichtiger ist. Dies sollten Unternehmen bei der Planung und Bereitstellung von Social-Collaboration-Tools berücksichtigen.

## Innerhalb der Branchen ist wenig Bewegung

In den vergangenen fünf Jahren hat sich die Reihenfolge der Branchen in Bezug auf den Reifegrad kaum verändert. Schon 2016 stach der Bereich Kommunikation/IT durch einen überdurchschnittlichen Social-Collaboration-Reifegrad hervor. Es folgten Elektrik und Elektronik sowie Dienstleister. Auf den hinteren Rängen lagen Gesundheitswesen, Versorger und Konsumgüterindustrie, wobei der Öffentliche Dienst noch nicht befragt wurde. 2020 besitzt der IT-Bereich nach wie vor den höchsten Social-Collaboration-Reifegrad (4,71), dicht gefolgt von der Kommunikation (4,55) und Dienstleistern (4,38). Schlusslichter sind der Öffentliche Dienst (3,69) und das Gesundheitswesen (3,73).

Dieses recht statische Bild lässt sich in zwei Richtungen interpretieren: Einerseits könnte in den weiter hinten liegenden Branchen ein gewisser Investitionsstau im Bereich Social-Collaboration-Tools bestehen. Andererseits sind diese Branchen noch häufig von hierarchischen Unternehmenskulturen geprägt, so dass moderne Formen der Zusammenarbeit unter Nutzung von Social-Collaboration-Tools mehr Zeit für ihre Etablierung benötigen.

## Arbeitseffizienz ist bis zu 50 Prozent gestiegen

In allen fünf Jahren konnte die Social Collaboration Studie einen positiven Zusammenhang zwischen dem Reifegrad und der Arbeitseffizienz der Mitarbeiter nachweisen. Je nach Szenario betrugen die Spitzenwerte zwischen 30 und 50% höhere Effizienz durch eine intensive Verwendung von Social-Collaboration-Tools.

Ein Beispiel für diese Tools, die seit 2017 sehr detailliert betrachtet werden, sind Enterprise Social Networks (ESNs). Hier konnte die Studie durchgängig zeigen, dass Mitarbeiter, die ESNs besonders intensiv nutzen, auch effizienter in der Bearbeitung ihrer Aufgaben sind.

Überall dort, wo Collaboration-Tools aus der Cloud zur Verfügung stehen und intensiv genutzt werden, ist der Effizienzgewinn um bis zu 13% grösser als bei konventioneller Tool-Bereitstellung. Bis zu 17% mehr Effizienz ist erreichbar, wenn Social-Collaboration-Lösungen nicht punktuell, sondern ganzheitlich eingesetzt und optimal miteinander verknüpft werden.

Die Bedeutung von Cloud-Technologien ist im Zuge der Digitalisierung sowie der Verwendung immer stärker fortgeschrittener Social-Collaboration-Tools weiter gestiegen. 2020 berichten 17,5% der Teilnehmer von bereits abgeschlossenen Projekten zur Einführung von Cloud-Lösungen. 54,5% arbeiten an der Einführung und nur 28,0% der Unternehmen haben noch keine Projekte geplant, begonnen oder abgeschlossen. Für die Cloud sehen die Befragten ebenfalls ein starkes Wachstum an gestarteten und abgeschlossenen Projekten im Vergleich zu 2016.

## Ziele: Unternehmenskultur und Kundenzufriedenheit vor Kostenersparnis

Bereits 2016 belegte die Studie einen deutlichen Zusammenhang zwischen dem Social-Collaboration-Reifegrad eines Unternehmens und dessen Kultur. Dementsprechend wiesen besonders solche Unternehmen einen hohen Reifegrad (und damit eine höhere Arbeitseffizienz) auf, die nach aussen (also in Richtung des Markts und der Unternehmensumwelt) orientiert sind. Für Unternehmenskulturen mit Fokus auf Hierarchien und Prozesse liess sich dieser Zusammenhang dagegen nicht beobachten.

Über den gesamten Zeitraum konnte die Studie nachweisen, dass sich die digitale Kultur im Unternehmen durch den Einsatz von Social-Collaboration-Tools tatsächlich verbessert. Somit erfüllen die Tools die Erwartungen der Unternehmen. Denn die Einführung soll in erster Linie die Unternehmenskultur verbessern. Dieses Ziel belegte fast durchgängig Platz 1. Nur 2018 besass die Förderung von Innovationen höchste Priorität, die aktuell nur noch an fünfter Stelle steht.

Dafür steigt die Bedeutung einer höheren Kundenzufriedenheit, die 2020 erstmals den zweiten Platz erreicht hat. Damit ist dieser Aspekt – 2016 belegte er noch Rang 7 – in der Relevanz kontinuierlich gestiegen. Den dritten Platz belegen damals wie heute Kosteneinsparungen.

## Hindernisse auf dem Weg zur vernetzten Zusammenarbeit

Die grössten Hindernisse sind die Anschaffungs- und Implementierungskosten, Kosten für die notwendige Infrastruktur (etwa zur mobilen Anbindung aller Mitarbeiter) sowie das Risiko für die unbefugte Weitergabe von Nutzer- und Geschäftsdaten (Datenschutz). Diese Hürden sind laut Einschätzung der Teilnehmer in den letzten fünf Jahren konstant geblieben. 2018 wurden darüber hinaus eine unzureichende Usability der Tools sowie mangelnde Möglichkeiten des mobilen Zugriffs als wesentliche Hemmnisse genannt.

## Change Management – erfolgskritisch, aber meist vernachlässigt

Die Bereitstellung von Technologien ist nur eine hinreichende Bedingung. Vielmehr sind die erfolgreiche Verankerung und die Nutzung der Technologien die zentralen Erfolgsfaktoren. Die Studie belegt seit 2016 eindrücklich, dass Unternehmen ein entsprechendes Change Management umsetzen müssen, um eine hohe Akzeptanz unter der Belegschaft zu erzielen. Eine wichtige Rolle spielt dabei die sinnvolle Definition von für den Arbeitsalltag relevanten Use Cases, die sich in die bestehenden Prozesse integrieren lassen. Förderlich für den Erfolg von Social-Collaboration-Lösungen sind zudem ein klares Commitment des Managements sowie ein vertrauensvolles Betriebsklima, das Fehler zulässt und dazu ermuntert, neue Ideen auszuprobieren.

Fünf Jahre später zieht die Studie eine durchwachsene Bilanz. So ist Change Management nach wie vor ein kritischer Erfolgsfaktor für die Einführung von Social Collaboration – es wird aber häufig vernachlässigt. Nämlich beinahe 70% aller Unternehmen ergreifen keinerlei begleitende Massnahmen. Folgerichtig ist auch nur rund ein Viertel (27%) der Mitarbeiter mit dem Ablauf der Einführung zufrieden.

Wer überhaupt Change Management betreibt, konzentriert sich auf die Unterstützung durch die Unternehmensleitung (31%). Weniger im Fokus stehen die konkreten Anforderungen der Mitarbeiter (25%) sowie die Zeit, um sich damit auseinanderzusetzen (24%). Unternehmen mit umfassenden Change-Management-Massnahmen erzielen hingegen eine um fast 20% gestiegene Arbeitseffizienz und eine höhere Zufriedenheit ihrer Mitarbeiter.

Neue Technologien verändern den digitalen Arbeitsplatz. So gaben 2018 mehr als ein Drittel der Unternehmen an, Technologien aus den Bereichen Big Data/Data Analytics zu nutzen. Über ein Fünftel verwendete Lösungen aus dem IoT-Umfeld. Darüber hinaus erwartete die Mehrheit der Befragten, dass Künstliche Intelligenz sowie Augmented und Virtual Reality innerhalb der kommenden fünf Jahre die Arbeitsprozesse beeinflussen werden.

## KI & Big Data: Hohe Erwartungen, noch wenig im Einsatz

2019 sind die Erwartungen, insbesondere an den Einsatz von Künstlicher Intelligenz zur Unterstützung der digitalen Kommunikation und zur passgenauen Filterung und Verteilung von Informationen sowie an die Aufgabenautomatisierung, nochmals gestiegen. Die Teilnehmer erhoffen sich davon, dass die Arbeit noch effizienter und qualitativ höherwertiger wird (jeweils über 40%). Bei Führungskräften erwarten sogar rund 60%, dass KI die Effizienz im Unternehmen und die Qualität der Arbeitsprozesse steigert.

Die hohen Erwartungen haben sich in der Realität noch nicht erfüllt. 2020 bewertet fast die Hälfte der Teilnehmer KI als Schlüsseltechnologie. Dennoch nutzen fast drei Viertel überhaupt keine KI, Business Intelligence oder Analytics-Tools, um geschäftsrelevante Daten auszuwerten.

Als grösste Hindernisse gelten IT-Security, Datenschutz sowie die hohe Komplexität der Technologie. Dennoch sehen die Unternehmen vor allem im Bereich Chatbots, automatischer Bildverarbeitung sowie maschineller Übersetzung nach wie vor vielversprechende Einsatzszenarien. Ob sich das erfüllt, werden die nächsten Jahre zeigen.



SCHWEIZER  
SOCIAL  
COLLABORATION  
STUDIE

Zur vollständigen Studie:

<https://www.campana-schott.com/sscs2020>

### Campana & Schott

Campana & Schott ist eine internationale Management- und Technologieberatung mit mehr als 400 Mitarbeitern in Europa und den USA. Wir gestalten die digitale Zukunft unserer Kunden und sorgen seit mehr als 25 Jahren dafür, dass technologische, organisatorische oder unternehmerische Transformationsvorhaben erfolgreich sind – ganzheitlich und mit Leidenschaft.

Zu unserem Kundenstamm gehören unzählige Konzerne sowie grosse mittelständische Unternehmen. Wir blicken auf weltweit über 7'000 Best-Practice-Projekte bei mehr als 1'000 Kunden sowie auf eine Wiederbeauftragungsquote von über 90%.

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

**CS**  
Campana  
Schott