

## **MEDIENKONTAKTE:**

**Avanade DEUTSCHLAND:** MIRIAM LEIPOLD

TEL +49 6173 94 63-802

EMAIL [M.LEIPOLD@AVANADE.COM](mailto:M.LEIPOLD@AVANADE.COM)

**LEWIS PR:** KATHARINA JUNG/ SASKIA THAMM

TEL +49 69 3085-5858

EMAIL [AVANADEASG@LEWISPR.COM](mailto:AVANADEASG@LEWISPR.COM)

## **AVANADE-STUDIE BELEGT STETIGE CONSUMERIZATION DES ARBEITSPLATZES**

*93 Prozent der deutschen Angestellten nutzen persönliche Smartphones oder Tablet-PCs auch beruflich / IT-Investitionen zugunsten Consumerization steigen*

KRONBERG/TAUNUS – 25. Januar 2012 – [Avanade](#), ein weltweiter Anbieter von Business-Technologie-Lösungen und Managed Services, stellt heute seine aktuelle Consumerization-Studie vor. Der Report „Dispelling Six Myths of Consumerization of IT“ deckt Mythen dieses IT-Trends auf. An der globalen Umfrage haben sich über 600 Unternehmens- und IT-Verantwortliche aus 17 Ländern beteiligt. Ein zentrales Ergebnis: Der Trend, persönliche Geräte am Arbeitsplatz zu nutzen, setzt sich durch. Gleichzeitig investieren Unternehmen verstärkt, um diese Entwicklung zu unterstützen. So gaben weltweit 88 Prozent der Befragten an, dass ihre Mitarbeiter persönliche IT-Technologien und -Geräte für berufliche Zwecke nutzen würden. Unter den deutschen Studienteilnehmern bejahten dies sogar 93 Prozent.

„Bring your own device“ (BYOD) oder „Bring dein eigenes Gerät“ soll vor allem junge Mitarbeiter ansprechen und die Attraktivität des eigenen Unternehmens bei neuen Bewerbern erhöhen. Die Avanade-Erhebung belegt jetzt aber, dass bislang weniger als ein Drittel (32 Prozent) aller Befragten die Rekrutierungsstrategie zugunsten des BYOD-Trends geändert hat, um jüngere Bewerber zu gewinnen. Die Nutzung persönlicher Geräte am Arbeitsplatz ist demnach noch kein gängiges Mittel für die Mitarbeiterwerbung oder Mitarbeiterbindung. Bei den deutschen Interviewten sagten 43 Prozent, dass ihr Unternehmen eine neue Rekrutierungsstrategie verfolge und BYOD zur Ansprache junger Bewerber nutze. Insgesamt glauben jedoch nur 20 Prozent aller befragten Führungskräfte, dass persönliche Computing-Technologien Vorteile für Rekrutierung und Mitarbeiterbindung mit sich brächten.

Geht es um die augenscheinlichsten Einflüsse der Consumerization auf ihre Unternehmenskultur, erklärten 58 Prozent aller befragten IT-Verantwortlichen: Der größte Vorteil sei, dass ihre Mitarbeiter überall arbeiten könnten. 42 Prozent sind der Meinung, dass Mitarbeiter gewillter seien, außerhalb ihrer Kernarbeitszeit zu arbeiten. Unter den deutschen Befragten sagten sogar 57 Prozent, dass Angestellte durch BYOD lieber Überstunden leisteten. Die Hälfte der deutschen Führungskräfte (50 Prozent) sieht die Ortsungebundenheit als größten Vorteil.

Willi Backhaus, Director Workplace Enablement Services ASG bei Avanade, kommentiert: „Für Geschäftsführer hat die Consumerization der IT weniger mit den Mitarbeitern an sich zu tun, als vielmehr mit der Art und Weise wie diese heute arbeiten. Unsere Studie belegt, dass die IT-Verantwortlichen Produktivitätsverbesserung und ortsunabhängigen Zugriff deutlich wichtiger einschätzen als eine verbesserte Arbeitsmoral ihrer Mitarbeiter oder die Möglichkeit, jüngeren Angestellten mehr Verantwortung übertragen zu können.“

Allgemeinhin werden iPhones oder iPads zwar oftmals als Synonyme für die Consumerization genannt, die Avanade-Studie hat aber herausgefunden, dass neben Apple auch andere Anbieter diesen Trend vorantreiben. So geben die Umfrageteilnehmer an, dass die beliebtesten und am häufigsten genutzten Geräte ihrer Mitarbeiter Android-Smartphones (35 Prozent), BlackBerry Smartphones (32 Prozent) und Apple Laptops (26 Prozent) seien. Bei den deutschen Befragten gehören Android-Smartphones mit 54 Prozent zu den beliebtesten persönlichen Arbeitsgeräten der Mitarbeiter, gefolgt

von BlackBerry Smartphones (36 Prozent), Windows Tablets (25 Prozent) und Apple iPhones sowie iPads (jeweils 25 Prozent).

Eine weitere landläufige Annahme lautet, dass derartige Geräte zumeist dazu genutzt würden, E-Mails zu lesen und Soziale Netzwerke aufzusuchen. Die Avanade-Untersuchung stellt fest, dass Mitarbeiter ihre Smartphones und Tablets nicht länger nur für diese inhaltskonsumierenden Aktivitäten verwenden, sondern heute vermehrt berufsrelevante Unternehmensanwendungen nutzen. Zu den weltweit am häufigsten genutzten Applikationen und Diensten gehören, so die Auswertung aller Antworten, Customer Relationship Management (45 Prozent), Applikationen zur Zeit- und Aufwandmessung (44 Prozent) sowie Enterprise Resource Planning (38 Prozent). Bei den deutschen Umfrageteilnehmern nennen 39 Prozent CRM, 32 Prozent Zeit- und Aufwandanwendungen und 32 Prozent ERP als wichtige Dienste, die mit persönlichen Geräten aufgerufen würden.

Obwohl vielfach konstatiert wird, dass Unternehmen die Consumerization der IT nur zögerlich umsetzen, hat die internationale Avanade-Untersuchung herausgefunden, dass sie den Wandel durchaus vollziehen. Und dies sogar auf höchster Führungsebene.

Die wichtigsten Ergebnisse der Studie auf einen Blick:

- Die große Mehrheit aller Befragten (88 Prozent) sagt, dass Mitarbeiter persönliche Computing-Technologien für berufliche Zwecke nutzen. Dies bejahen 93 Prozent der deutschen Befragten.
- Die Mehrheit der C-Level-Führungskräfte (65 Prozent) erklärt außerdem, dass die Consumerization der IT eine Top-Priorität in ihrem Unternehmen darstelle. Unter den deutschen Befragten sind es sogar 80 Prozent.
- Durchschnittlich stellen Unternehmen 25 Prozent ihres IT-Budgets für das Management der IT-Consumerization zur Verfügung. Bei den deutschen Unternehmen sind es durchschnittlich 29 Prozent.
- Die Mehrheit aller befragten Unternehmen (60 Prozent) passt ihre IT-Infrastruktur an, um die persönlichen Geräte der Mitarbeiter miteinzubeziehen. Unter den deutschen Befragten sind es 63 Prozent.

„Fortschrittliche CIOs und IT-Organisationen haben sich von reinen Verwaltern der Consumer-Technologie zu aktiven Wegbereitern dieser innovativen Geräte, Anwendungen und Dienste gewandelt. So reagieren sie auf die Bedürfnisse der Mitarbeiter und neue Anforderungen“, erklärt Backhaus. „Die Consumerization der IT ermöglicht es Unternehmen, die Rolle der IT zu verwandeln – von einer funktionsfokussierten und risikoeindämmenden Position hin zu einer strategischen und treibenden Kraft, die den leistungsstarken Umfang heutiger Consumer-Technologien nutzt, um den Unternehmenserfolg zu forcieren.“

Die globale Studie „Dispelling Six Myths of Consumerization of IT“ von Avanade wurde von Wakefield Research, einem unabhängigen Analystenhaus, im Oktober und November 2011 unter 605 C-Level-Unternehmens- und IT-Verantwortlichen durchgeführt. Ihre Firmen und Organisationen befinden sich in 17 Ländern in Nordamerika, Europa, Südamerika und Asien.

Weitere Informationen zur Avanade-Studie unter: <http://www.avanade.com/de/de/approach/research/Pages/consumerization-of-it.aspx>

## Über Avanade

Avanade bietet Business-Technologie- und Managed Services, die Einblick, Innovation und Expertise in Microsoft-Technologie verbinden, um Kunden bei der Optimierung ihrer Ergebnisse zu unterstützen. Die Services und Lösungen von Avanade helfen, Effektivität, Produktivität und Vertrieb in Unternehmen verschiedenster Branchen zu erhöhen. Das Unternehmen bietet erstklassige Microsoft-Expertise durch ein globales Netzwerk von Beratern und sein Liefermodell, um qualitativ hochwertige Lösungen bereitzustellen. Dabei setzt Avanade auf bewährte und fortschrittliche Technologien und flexible Implementierungsmodelle – On-Premise, Cloud-basiert oder outgesourct. Avanade, das mehrheitlich Accenture gehört, wurde 2000 von Accenture LLP und Microsoft gegründet und betreut Kunden in mehr als 20 Ländern weltweit mit mehr als 15.000 Experten. Weitere Informationen unter: [www.avanade.de](http://www.avanade.de)

Avanade and the Avanade logo are registered trademarks or trademarks of Avanade Inc. Other product, service, or company names mentioned herein are the trademarks or registered trademarks of their respective owners.

###

