

MEDIA ALERT

MEDIENKONTAKTE:

Avanade: Angelika Birkner

+49 3222 10 91 270

angelika.birkner@avanade.com

MSC Consulting Projects: Stefan Karl

+49 8137 637 23 13

avn@consultingprojects.de

Digitale Trends: Das müssen Unternehmen 2018 beachten

Avanade Technologie-Prognosen

KRONBERG/TAUNUS – 14. Dezember 2017: Virtuelle Assistenten, immer stärker digitalisierte Arbeitsumgebungen sowie Augmented Reality im Handel – das sind laut [Avanade](#), die Technologietrends für das Jahr 2018. In diesem Zusammenhang hebt der führende Anbieter von digitalen Services, Business- und Cloud-Lösungen sowie designorientierten Anwendungen explizit die immer weiter zunehmende Bedeutung Künstlicher Intelligenz (KI) in Verbindung mit Machine Learning (ML) hervor, die gemeinsam als Basis für zahlreiche Innovationen gelten.

Trend 1: Stimmbasierte und virtuelle Assistenten werden auch in die Unternehmenswelt Einzug halten. 2018 wird das „Jahr der Stimme“ sein, und zwar auch außerhalb des Konsumer-Umfelds. Die Analysten von [Gartner](#) sagen voraus, dass Early Adopter, die ihre Webseiten auf die Nutzung visueller und stimmbasierter Suchen auslegen, bereits 2021 einen um 30 Prozent höheren Umsatz erzielen können. Damit wird diese zunächst im Konsumer-Bereich etablierte Technologie auch auf Unternehmen Auswirkungen nehmen: Die Art und Weise des Arbeitens wird sich auf diese Weise produktiver gestalten und ein besseres Zeitmanagement ermöglichen. So könnten etwa Assistenz-Mitarbeiter einfacher während einer Reisebuchung Suchen durchführen und gleichzeitig erforderliche Schritte vornehmen; Programmierer sind in der Lage, Open-Source-Code für ihre Projekte per Stimme zu erfragen, etc.

„Virtuelle Assistenten haben für alle Unternehmen und Organisationen vielfältige Anwendungsmöglichkeiten. Sie lassen sich leicht in den Arbeitsalltag integrieren und bieten spürbare Verbesserungen bei Effizienz und Effektivität“, sagt Robert Gögele, Geschäftsführer der Avanade Deutschland GmbH. „Stimmbasierte Helfer wie Cortana, Alexa, Siri und Google Home sind derzeit die führenden Plattformen, und die Spracherkennung und auch die Übersetzung funktionieren sehr gut. Grundlage hierfür sind die rasanten Fortschritte in den Bereichen Künstlicher Intelligenz und Machine Learning. Abhängig von den im Unternehmen oder zu Hause verfügbaren Diensten übernehmen die Assistenten schon heute Aufgaben wie Bestellungen, Reiseplanung, Vorlesen von E-Mails oder Webseiten sowie die Dokumentensuche oder auch die Gebäudesteuerung.“

Trend 2: Automatisierung und innovative Technologien werden eine neue Employee Experience ermöglichen. Zu den wichtigsten Themenfeldern von Personalabteilungen zählen das Engagement und die Zufriedenheit der Mitarbeiter. 2018 werden die Tech-Führungskräfte als Berater hinzugezogen, um den Einsatz, die Produktivität und den Beitrag zur Geschäftsentwicklung von Mitarbeitern weiter auszubauen. Um Innovationen in diesem Bereich zu etablieren, sind wiederum intelligente und Cloud-basierte Systeme notwendig.

Das „[Center of Information Systems Research](#)“ (CISR)* am renommierten Massachusetts Institute of Technology (MIT) hat nachgewiesen: Große Unternehmen mit einer Positionierung im Top-Quartil für Mitarbeitererlebnisse sind zweimal so innovativ und 25 Prozent profitabler als solche aus dem untersten Quartil. Diese Ergebnisse zeigen, dass der vorrangige Fokus der digitalen Transformation auf Kundenerlebnisse in gleichem Maße auch in der Arbeitswelt gelten sollte. Überdies gibt es einen unmittelbaren Bedarf für Unternehmen, das Thema digitaler Mitarbeiter in ihre Wachstumsstrategie aufzunehmen.

„Unternehmen müssen jetzt eine Digitalisierungsstrategie für mehr Produktivität und Kommunikationslösungen für ihre Mitarbeiter entwerfen. Dabei sollte stets im Mittelpunkt stehen, wie die Angestellten arbeiten“, erläutert Thomas Krofta, Global Lead Digital Workplace Center of Excellence bei Avanade. „Neben einem Plus an Produktivität ist eine bessere, kollegialere Zusammenarbeit ein weiterer möglicher Vorteil einer solchen Herangehensweise. Für das in Deutschland besonders gewichtige Thema Recruiting eröffnen sich Mehrwerte. Unternehmen, die auf solche innovativen Technologien setzen, sind auch als Arbeitgeber attraktiver.“

Trend 3: Digitale Erlebnisse im stationären Handel und online werden zur Normalität, Augmented und Virtual Reality (AR/VR) werden zu besten Freunden des Einzelhandels. Dass sich die Vorzeichen im Handel ändern, ist kein Geheimnis: Während sich Ladengeschäfte gerade in Deutschland nur langsam weiterentwickeln, tendieren die Käufer immer mehr zu digitalen Erlebnissen beim Einkauf. Die Analysten von [IDC](#) sagen etwa voraus, dass bis zum Jahr 2020 rund 40 Prozent der führenden Marken auf digitale Erlebnisse setzen werden – im stationären Handel und darüber hinaus. Einzelhändler werden demnach ihr physisches Angebot um AR-Möglichkeiten anreichern, die Nutzer mobiler Geräte verwenden können. Hierzulande wird 2018 im Einzelhandel damit das Jahr des Annehmens und des Experimentierens, wenn es um neue digitale Technologien geht. Dazu zählen AR/VR-Erlebnisse bei der Kleiderprobe ebenso wie virtuelle Assistenten, die Kundenservice etwa über Chat-Bots ermöglichen. Auch der vermehrte Einzug [interaktiver Verkaufsflächen in Geschäften und Supermärkten](#) ist eine der Möglichkeiten, auf die Händler 2018 für mehr Geschäftserfolg setzen können.

„Immer mehr Einzelhändler denken inzwischen über den Einsatz von AR/VR in ihren Läden nach. Diese Technologien wirken sich natürlich nicht nur auf die Kunden und deren Einkaufsverhalten, sondern auch auf die Mitarbeiter aus“, erklärt Robert Gögele, Geschäftsführer der Avanade GmbH in Deutschland. „Digitale Werkzeuge können zum Beispiel dabei unterstützen, ein Produkt dem Kunden näher zu bringen oder auch die Teams beim Händler vor Ort zu trainieren. Damit schließt sich der Kreis zu den digitalen Mitarbeitererlebnissen – sie sind damit für den Handel ebenso wichtig wie das Engagement der Endkunden“.

Die genannten Trends schließen an die Prognosen des Unternehmens für das Jahr 2017 an. Damals hatte Avanade unter anderem eine steigende Bedeutung des Themas „digitaler Ethik“ prognostiziert – eine Vorhersage, die mit den großen Entwicklungsschritten nicht zuletzt im Bereich des autonomen Fahrens eingetreten ist; doch auch bei den Diskussionen rund um die Entwicklung der Zusammenarbeit zwischen Menschen und Maschinen oder den Umgang mit persönlichen Daten war das Thema stark vertreten. Überdies war Augmented Reality bereits zu den zentralen Trends des Jahres 2017 erhoben worden, ebenso wie Design Thinking.

Links:

- * http://cistr.mit.edu/blog/documents/2017/06/15/2017_0601_employeeexperience_derysebastian.pdf/ (Source: MIT CISR Research Briefing, Vol. XVII, No. 6, June 2017)
- <https://www.accenture.com/us-en/success-coop-italia>
- <http://www.idc.com/>
- <https://www.gartner.com/>

Über Avanade

Avanade ist ein führender Anbieter von digitalen Services, Business- und Cloud-Lösungen sowie designorientierten Anwendungen. Unsere Spezialisten entwickeln auf Basis des Microsoft-Ökosystems für jeden einzelnen Kunden die optimale Lösung. Wir von Avanade

stehen für frisches und modernes Denken und verfügen über ein ausgeprägtes Technologie-, Business- und Branchenwissen. Das macht uns zum Wegbereiter der digitalen Transformation mit dem Ziel: Wachstum für unsere Kunden – und deren Kunden. Weltweit arbeiten 30.000 digital vernetzte Menschen in 24 Ländern für Avanade: Sie entwerfen in einer Kultur von Kollaboration und Diversität jeden Tag gemeinsam kreative Lösungsansätze. Avanade wurde im Jahr 2000 von Accenture LLP und der Microsoft Corporation gegründet. Heute gehört das Unternehmen mehrheitlich Accenture. Weitere Informationen unter: 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.

#