

Consumerization Study CIO Challenges

Market Paper VI

„IT-Lifestyle als Job Motivator“ – Der mediale Mitarbeiter von morgen



Copyright

Dieses Market Paper wurde von der **techconsult** GmbH im Auftrag von Microsoft Deutschland verfasst. Die darin enthaltenen Daten und Informationen wurden gewissenhaft und mit größtmöglicher Sorgfalt nach wissenschaftlichen Grundsätzen ermittelt. Für deren Vollständigkeit und Richtigkeit kann jedoch keine Garantie übernommen werden. Alle Rechte am Inhalt dieses Market Papers, auch die der Übersetzung, liegen bei der **techconsult** GmbH. Vervielfältigungen, auch auszugsweise, sind nur mit schriftlicher Genehmigung der **techconsult** GmbH gestattet.

Copyright **techconsult** GmbH 2013

Disclaimer

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen etc. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften. In diesem Market Paper gemachte Referenzen zu irgendeinem spezifischen kommerziellen Produkt, Prozess oder Service durch Markennamen, Handelsmarken, Herstellerbezeichnung etc. bedeutet in keiner Weise eine Bevorzugung durch die **techconsult** GmbH.

Inhaltsverzeichnis

1. MANAGEMENT SUMMARY	5
2. STUDIENZWECK.....	6
3. DER MEDIALE MITARBEITER VON MORGEN	6
3.1. Sichtweise zukünftiger Mitarbeiter	6
3.1.1. Erwartungen an den zukünftigen Arbeitsplatz.....	6
3.1.2. Vorteile privater Endgeräte und Anwendungen	8
3.1.3. Risiken beim Einsatz privater Endgeräte und Anwendungen	9
3.2. Erwartungen an das Unternehmen	10
3.2.1. Unterstützung seitens der Unternehmen	10
3.2.2. Rahmenbedingungen in den Unternehmen	12
4. ZIELSETZUNG DER STUDIE	13
5. STUDIENDESIGN.....	14
5.1. Veröffentlichungsmodus.....	14
5.2. Stichprobe der Studierenden.....	15

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Nutzung von privaten Endgeräten im zukünftigen Unternehmen	7
Abbildung 2:	Nutzung privater Anwendungen im zukünftigen Unternehmen.....	8
Abbildung 3:	Einschätzung der Produktivitätssteigerung durch „Bring your own“	9
Abbildung 4:	Befürwortung vs. Ablehnung der Unternehmen	11
Abbildung 5:	Gewünschte Unterstützung der Nutzung privater Endgeräte durch Unternehmen...	12
Abbildung 6:	Abschluss der Studierenden	16
Abbildung 7:	Zukünftiger Arbeitsbereich der Studierenden.....	16

1. Management Summary

Wollen Unternehmen junge motivierte Mitarbeiter, die Spaß und Freude am Arbeiten haben und dadurch zu Höchstleistungen auflaufen, kommen Sie an „Bring your own“ nicht vorbei. 84 Prozent der befragten Studierenden stellen sich vor, an ihrem späteren Arbeitsplatz mit privaten Endgeräten zu arbeiten. Derzeit arbeiten 69 Prozent der Angestellten mit einem privaten mobilen Endgerät. Die Ergebnisse zeigen deutlich, dass das Thema „Bring your own“ zukünftig an Relevanz gewinnen wird und Unternehmen nicht umhin kommen, sich damit auseinanderzusetzen. Das Smartphone soll auch im zukünftigen Berufsleben ein ständiger Begleiter sein – ein Arbeitsalltag ohne Smartphone ist für künftige Mitarbeiter kaum vorstellbar. Auch modernste Technologien wie Tablet-PCs werden stärker in den Fokus rücken. Hier spürt man deutlich die Affinität der Generation der „Digital Natives“ für modernste Technik und Technologien, die auch im späteren Berufsleben eine wesentliche Rolle spielen wird. 58 Prozent möchten später mit ihrem privaten Tablet-PC auch im Büro arbeiten dürfen. Eine hohe Erwartungshaltung gibt es auch im Hinblick auf private Software. Viele Studierende sind es gewohnt, bereits in Hochschulen und Universitäten ihre privaten Geräte bei sich zu haben und während ihrer Ausbildung intensiv mit ihren eigenen Anwendungen zu arbeiten. 71 Prozent möchten dies im Berufsleben fortführen.

Vom Arbeiten mit Geräten und Anwendungen der eigenen Wahl erwartet man in erster Linie eine höhere Effizienz und Produktivität. 52 Prozent der Befragten sehen eine Produktivitätssteigerung von bis zu 30 Prozent. Einarbeitungszeiten mit unbekanntem Programmen entfallen bzw. können stark reduziert werden. Dadurch kommt es zu einer besseren Konzentration auf die noch ungewohnten und neuen Arbeitsabläufe, was wiederum zu einer schnelleren Einarbeitung und Leistungserbringung führt. Außerdem schafft das Arbeiten mit eigenen mobilen Endgeräten und Anwendungen Freiraum und bietet ein hohes Maß an Flexibilität. Für 69 Prozent der Studierenden wäre daher eine Unterstützung seitens der Unternehmen im Zuge der Nutzung privater Endgeräte und Anwendungen wünschenswert. Viele von ihnen erhoffen sich eine Unterstützung in monetärer Form entweder durch die Übernahme der Anschaffungskosten oder der Mobilfunkkosten. Studierende sind sich jedoch auch bewusst, dass das Arbeiten mit privaten Endgeräten für das Unternehmen eine Reihe von Gefahren mit sich bringt. Dies betrifft in erster Linie das Thema Datensicherheit. Um dem Rechnung zu tragen, wäre es aus ihrer Sicht für Unternehmen wichtig und zugleich Voraussetzung, für die Nutzung privater Geräte und Anwendungen Rahmenbedingungen zu definieren. Weit über 80 Prozent der befragten Studierenden sind der Meinung, dass der Einsatz von privaten mobilen Endgeräten und Anwendungen in den Unternehmen geregelt und Richtlinien hierfür getroffen werden sollten.

2. Studienzweck

Die Studie „Consumerization Study CIO Challenges 2012“ beleuchtet den IT-Arbeitsplatz und untersucht, inwieweit das Thema Consumerization of IT in den Unternehmen bereits gelebt wird. Dies gilt für die Nutzung privater Endgeräte ebenso wie für Apps und Lösungen.

Zusätzlich gibt die Studie einen Überblick über die Vorstellungen angehender Mitarbeiter über ihren zukünftigen Arbeitsplatz im Kontext von „Bring your own“.

Die Studie wurde im Auftrag von Microsoft Deutschland durchgeführt. Dazu wurden einerseits über 900 Mitarbeiter in Unternehmen ab 250 PCs befragt, die an ihrem Arbeitsplatz mobile Endgeräte wie Notebooks, Smartphones und Tablets nutzen. Zusätzlich wurden 90 Studierende interviewt, die sich kurz vor ihrem Studienabschluss befinden und voraussichtlich in absehbarer Zeit (wenige Semester) in das Berufsleben eintreten werden.

Nähere Ausführungen zur Zielsetzung der Studie und zum Studiendesign sind den Kapiteln 4 und 5 oder auch dem Market Paper I zu entnehmen.

3. Der mediale Mitarbeiter von morgen

3.1. Sichtweise zukünftiger Mitarbeiter

3.1.1. Erwartungen an den zukünftigen Arbeitsplatz

Für Studierende ist es eine klare Sache, auch in der künftigen Arbeitswelt nicht auf die gewohnten private Endgeräte und Anwendungen verzichten zu müssen. Die Ergebnisse der Studie zeigen sehr deutlich, dass der „Mitarbeiter von morgen“ sich wünscht, mit dem Gerät seiner Wahl zu arbeiten.

84 Prozent der befragten Studierenden bzw. angehenden Mitarbeiter stellen sich vor, an ihrem späteren Arbeitsplatz mit privaten Endgeräten zu arbeiten. Dieses Ergebnis spricht dafür, dass das Konzept „Bring your own“ zukünftig für die Unternehmen eine noch größere Rolle spielen wird, derzeit arbeiten 69 Prozent der Angestellten mit einem privaten mobilen Endgerät.

Einen Arbeitsalltag ohne Smartphone ist für künftige Mitarbeiter nicht vorstellbar. Das Smartphone wird auch in der Arbeitswelt ein ständiger Begleiter sein – zu jeder Zeit und an jedem Ort. 83 Prozent wollen es auch im Berufsleben nicht missen. Es hat damit denselben hohen Stellenwert als Arbeitsgerät wie ein Laptop. 58 Prozent stellen sich das Arbeiten mit dem eigenen Tablet-PC vor. Hier spürt man deutlich die Generation der „Digital Natives“, die auf modernste Technik bzw. Technologien setzen und das Arbeiten mit diesen Geräten auch vom künftigen Arbeitgeber erwarten.

Bei den derzeitigen Mitarbeitern kommt der private Tablet-PC bei „nur“ 15 Prozent auch beruflich zum Einsatz (vgl. Market Paper I). Von den Anwendungen sind es E-Mail, Webdienste und Officeprogramme, die die Studierenden mit den privaten Endgeräten an ihrem zukünftigen Arbeitsplatz nutzen möchten.

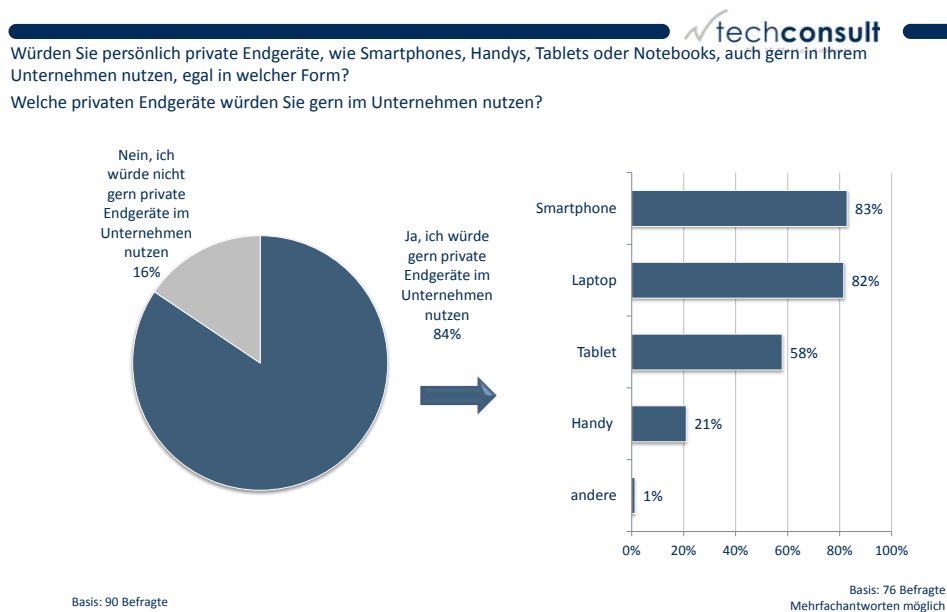
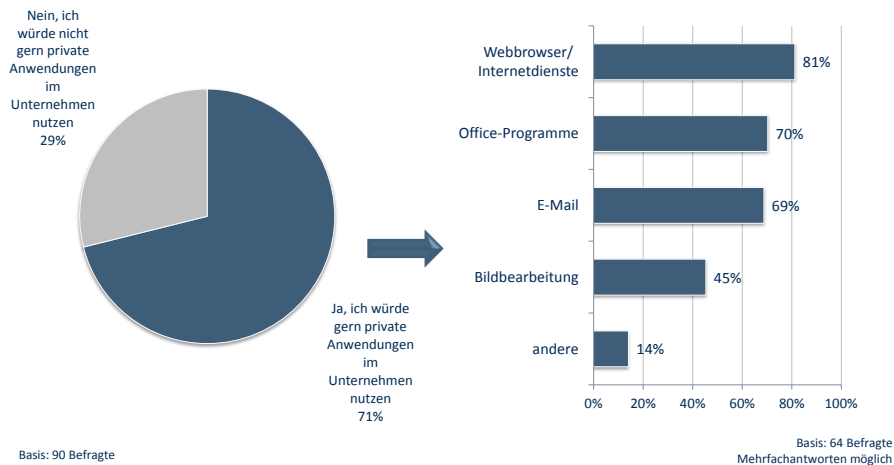


Abbildung 1: Nutzung von privaten Endgeräten im zukünftigen Unternehmen

Deutlich größer ist der Unterschied zwischen derzeitigen Mitarbeitern und künftigen Mitarbeitern, was das Arbeiten mit privaten Anwendungen betrifft. Der Nutzungsgrad privater Anwendungen liegt derzeit bei 26 Prozent. Zwei Drittel der befragten Studierenden bzw. künftigen Mitarbeiter möchten private Anwendungen auch im späteren Business nutzen, die sie selbst besorgt bzw. installiert haben. Diese hohe Erwartungshaltung ist letztendlich auch darauf zurückzuführen, dass viele Studierende bereits in Hochschulen und Universitäten ihre privaten Geräte mitnehmen und während ihrer Ausbildung intensiv mit privaten Anwendungen arbeiten. Neben Webbrowser/Internetdiensten und eMail-Programmen (96 Prozent) sind es vor allem auch produktive Anwendungen wie Office-Programme (80 Prozent), die nach eigener Wahl genutzt werden möchten.

Würden Sie am Arbeitsplatz Software/Anwendungen nutzen wollen, die Sie selbst besorgt und/oder installiert haben?
Welche Anwendungen wären das?



© 2013 techconsult GmbH | Tel.: +49 (0) 561/8109-0 | www.techconsult.de

Abbildung 2: Nutzung privater Anwendungen im zukünftigen Unternehmen

Der „Mitarbeiter von morgen“ verfügt über ein gutes IT-Know How. Dieses Meinungsbild spiegelt die heutige Generation wider, die es von Haus aus gewohnt ist, sich selbst um diverse Endgeräte und deren Software zu kümmern. Es ist also durchaus Potenzial vorhanden, das im Zuge von Consumerization auch die IT-Abteilungen entlasten könnte, wenn zukünftige Mitarbeiter, die eigene Endgeräte und Software nutzen, diese auch selbst administrieren.

3.1.2. Vorteile privater Endgeräte und Anwendungen

Viele Studierende sehen eine Vielzahl von Vorteilen, die das Arbeiten mit privaten mobilen Endgeräten und Anwendungen mit sich bringt. Durch das Arbeiten mit Geräten und Anwendungen der eigenen Wahl erwartet man zunächst effizienter und produktiver zu sein. Zusammengenommen erwarten 52 Prozent der Befragten eine Produktivitätssteigerung von bis zu 30 Prozent.

Das Arbeiten mit eigenen gewohnten Geräten und Anwendungen steigere die Effizienz, da man bereits mit diesen vertraut ist und nichts neu lernen muss. Dadurch kommt es zu einer besseren Konzentration auf die ungewohnten und neuen Arbeitsabläufe und führt so zu einer schnelleren Leistungssteigerung. Einarbeitungszeiten mit unbekanntem Geräten und Programmen entfallen bzw. können stark reduziert werden.

Der mediale Mitarbeiter möchte aber nicht nur produktiver sondern auch flexibler sein. Das Arbeiten mit eigenen mobilen Endgeräten und Lösungen schafft Freiraum und bietet ein hohes Maß an Flexibilität. Man sei wesentlich weniger gebunden und könne auch zu Hause bei Bedarf mit den entsprechenden Anwendungen weiterarbeiten, gab eine Vielzahl der Studierenden an. Diese Nicht-Trennung zwischen Arbeit und Privatem ist für die meisten der Studierenden selbstverständlich. Es werden sich kaum Studierende finden, die einen Laptop für die Uni und einen Laptop für privates nutzen – schließlich nimmt das Studium ja auch nicht nur acht Stunden ein, sondern ist ein Studenten/leben. Aus Sicht der Studenten ermögliche „Bring your own“ das Arbeiten wie, wann und wo sie es wollen.

Schlussendlich sind auch bessere und leichtere Kommunikationsmöglichkeiten sowie einfachere Möglichkeiten der Informationsbeschaffung Aspekte, die als wesentliche Vorteile gesehen werden.



Wie groß schätzen Sie die eventuelle Produktivitätssteigerung durch die Nutzung privater Endgeräte und Anwendungen im Unternehmen ein?

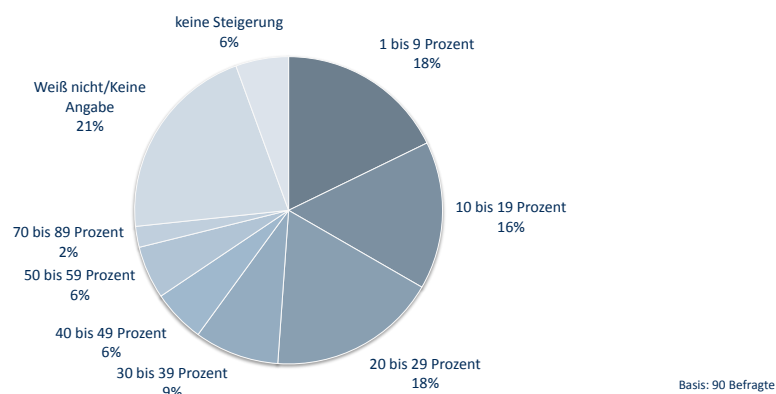


Abbildung 3: Einschätzung der Produktivitätssteigerung durch „Bring your own“

3.1.3. Risiken beim Einsatz privater Endgeräte und Anwendungen

Von den befragten Studierenden werden nicht nur Vorteile gesehen. Sie sind sich auch bestimmter Risiken bewusst, die für das Unternehmen und für sie selbst bestehen.

30 Prozent der Studierenden haben Bedenken beim Einsatz eines privaten Endgerätes am Arbeitsplatz in Bezug auf ihre privaten Daten. Diese zielen vor allem in Richtung Datenverlust und

Datendiebstahl. Zum anderen fühlen sie sich seitens des Unternehmens ausspioniert und überwacht. Bei Einbindung der Geräte in das Unternehmensnetzwerk werden unter Umständen private Daten zugänglich und könnten durch den Zugriff der IT auf das private Gerät ausspioniert zu werden.

Nur 21 Prozent der Befragten würden daher ihr privates Endgerät auch nutzen, wenn sie die Kontrolle darüber der Unternehmens-IT überlassen müssten. Eine deutliche Mehrheit der angehenden Mitarbeiter möchte also die Hoheit über die eigenen Daten nicht aus der Hand geben.

Risiken werden jedoch nicht nur im privaten Bereich gesehen, auch für das Unternehmen werden Gefahrenquellen gesehen. Dies betrifft in erster Linie den Datenschutz und Datendiebstahl. Durch die Anbindung der Geräte ins Unternehmensnetzwerk wird von außen der Zugriff auf Betriebsinterna möglich. Schadsoftware, Viren und Trojaner könnten eingeschleust werden. Außerdem wurden Kompatibilitätsprobleme genannt, die es zu Anwendungen anderer Projektteilnehmer geben könnte. Aber nicht nur die Themen Security und Kompatibilität werden skeptisch gesehen, auch die Motivation steht zur Diskussion. Das Arbeiten mit privaten Endgeräten und Anwendungen erfordere Disziplin, ansonsten bestünde die Gefahr, dass man zu sehr in Private Dinge abdriftet.

3.2. Erwartungen an das Unternehmen

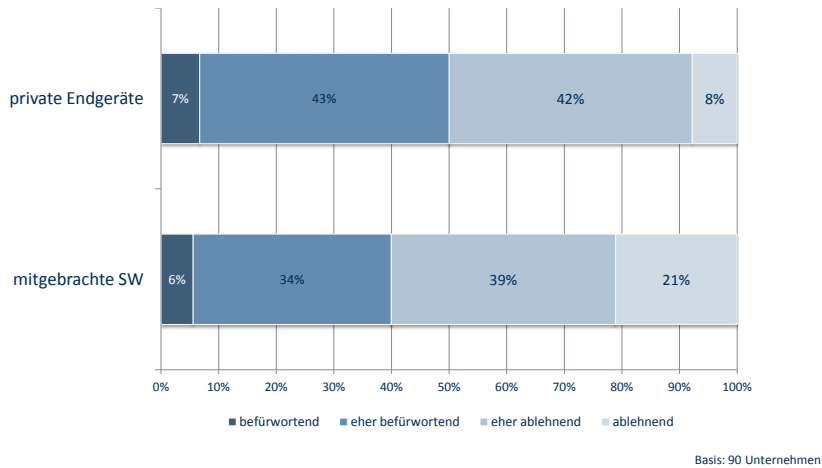
3.2.1. Unterstützung seitens der Unternehmen

Jeder zweite Studierende ist der Meinung, dass Unternehmen der Nutzung von privaten Endgeräten positiv gegenüberstehen und das Arbeiten mit dem Gerät der eigenen Wahl befürworten sollten (befürwortend bzw. eher befürwortend). 40 Prozent sagen, dass die Unternehmen das Arbeiten mit privaten Anwendungen unterstützen sollten (vgl. Abbildung 4).

Wesentliche Gründe werden in Flexibilität, erhöhter Produktivität und besserer Motivation (s. Kap. 3.1.2.) gesehen. Dies alles führt nicht zuletzt auch zu einer höheren Zufriedenheit und zu mehr Spaß am Arbeiten. Schließlich ist es auch allgemein bekannt, dass Spaß und Freude am Arbeiten mit zu Höchstleistungen führt.

Aus Sicht der Studierenden könnten die Ursachen der Ablehnung durch Unternehmen in erster Linie im Bereich der Datensicherheit liegen. Die Nutzung der IT-Infrastruktur des Unternehmens mit privaten mobilen Geräten erfordert Änderungen der herkömmlichen Sicherheitskonzepte des Unternehmens. Datenschutzrichtlinien und IT-Sicherheitsstrategien müssten hierfür sicherlich neu überdacht werden.

 Denken Sie, dass Unternehmen der Nutzung von privaten Endgeräten oder mitgebrachter Software am Arbeitsplatz eher befürwortend oder ablehnend gegenüberstehen sollten?



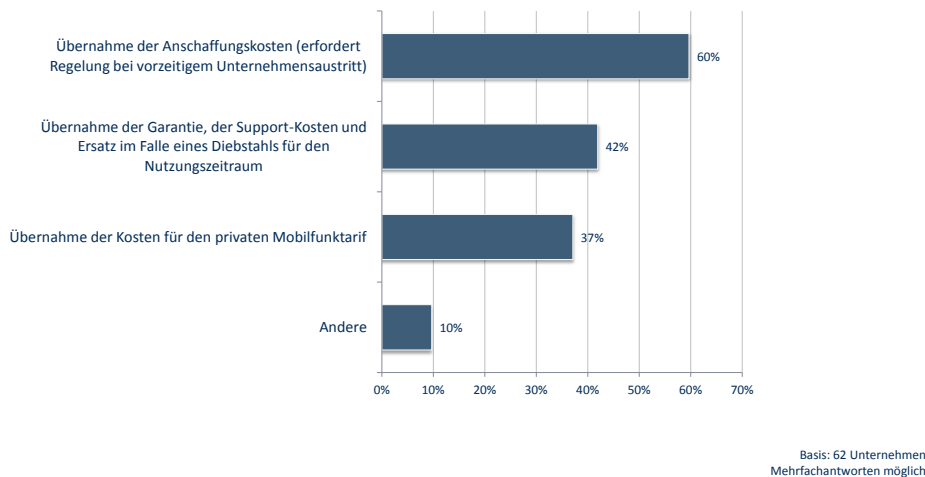
© 2013 techconsult GmbH | Tel.: +49 (0) 561/8109-0 | www.techconsult.de

Abbildung 4: Befürwortung vs. Ablehnung der Unternehmen

Für 69 Prozent der Studierenden wäre eine Unterstützung im Hinblick auf die private Nutzung von Endgeräten und Anwendungen wünschenswert. Die Unterstützung seitens des Unternehmens könnte dabei in verschiedener Art und Weise erfolgen:

Knapp zwei Drittel der befragten Studierenden wünschen sich eine Übernahme der Anschaffungskosten (60 Prozent). Knapp die Hälfte erhofft sich die Übernahme der Garantie, der Support-Kosten sowie den Ersatz im Falle eines Diebstahls für den Nutzungszeitraum (42 Prozent). Ein Drittel der Studierenden stellt sich die Übernahme der Mobilfunkkosten vor (37 Prozent).

 Auf welche Weise sollten Unternehmen den Einsatz privater Endgeräte am Arbeitsplatz unterstützen?



© 2013 techconsult GmbH | Tel.: +49 (0) 561/8109-0 | www.techconsult.de

Abbildung 5: Gewünschte Unterstützung der Nutzung privater Endgeräte durch Unternehmen

3.2.2. Rahmenbedingungen in den Unternehmen

Wie bereits erwähnt, ist sich der „Mitarbeiter von morgen“ durchaus bewusst, dass das Arbeiten mit privaten Endgeräten für das Unternehmen auch eine Reihe von Gefahren mit sich bringt. Dies bezieht sich in erster Linie auf das Thema Sicherheit. Hier kursiert die Angst vor Datenspionage bzw. die Angst vor möglichen Hackerangriffen, Viren, SPAM, Trojanern und Co. Um dem entgegenzuwirken, sollte es für Unternehmen wichtig und zugleich Voraussetzung sein, für die Nutzung privater Geräte und Anwendungen Rahmenbedingungen bzw. Handlungsweisen in Form von festgehaltenen Richtlinien zu definieren.

Weit über 80 Prozent der befragten Studierenden sind der Meinung, dass der Einsatz von privaten mobilen Endgeräten und Anwendungen in den Unternehmen geregelt und Richtlinien hierfür getroffen werden sollten. Was die privaten Endgeräte betrifft, sollten die Richtlinien in erster Linie je nach Nutzertyp definierte Zugriffsrechte beinhalten. 75 Prozent sind der Meinung, dass die Nutzung von privaten Anwendungen erst dann frei gegeben werden sollte, nachdem die Software von der Unternehmenseigenen IT überprüft wurde.

Neben dem Sicherheitsaspekt wird von den Studierenden auch der größere Aufwand an Management gesehen, der auf die Unternehmens-IT zukommt: Je Gerät und Software sind unterschiedliche Anforderungen umzusetzen, um Kompatibilität und Konnektivität zu anderen Geräten bzw. Anwendungen zu gewährleisten.

Ausblick

Das nächste und letzte Market Paper wird Ende Juni erscheinen. Es beinhaltet die Ergebnisse einer gekürzten Wiederholungsmessung und trägt den Titel: „Consumer-orientierte IT im Wandel der Zeit“.

4. Zielsetzung der Studie

Die Grenzen zwischen der Arbeitswelt und dem Privatleben schwinden zusehends. Fakt ist, dass der Digital Native einerseits flexibel sein und dabei nicht mit einem Ballast von mobilen Endgeräten ausgestattet sein möchte, andererseits möchte er mit dem Gerät arbeiten, das er selbst ausgesucht hat. Das hat zur Folge, dass Consumerization, ein Trend, bei dem private Gewohnheiten auf den Arbeitsplatz projiziert werden, die Arbeitswelt verändert: Das „Mit-nach-Hause-Schleppen“ des schweren Bürolaptops, um dort noch arbeiten zu können, war gestern. Heute stehen die IT-Abteilungen der Unternehmen eher umgekehrt vor der Herausforderung, die privaten Geräte der Mitarbeiter in die unternehmerische IT-Infrastruktur einzubinden.

Consumerization of IT heißt für die IT- und Business-Verantwortliche letztendlich, sich intensiv mit diesem Thema auseinandersetzen zu müssen. Wie weit ermöglicht man es oder kann man es den Mitarbeitern ermöglichen, sich in Ihrem gewohnten bzw. wünschenswerten technologischen (statusträchtigen) Kommunikations- und Arbeitsumfeld zu bewegen? Dies gilt für die Endgeräte ebenso wie für die Apps und Lösungen, und vor diesem Hintergrund geht es insbesondere um die Zufriedenheit mit der Nutzbarkeit durch den Anwender.

Neben der Frage, wie und wie weit man diesen Trend unterstützt oder unterstützen kann, besteht natürlich auch die Frage danach, ob man diesem überhaupt folgen sollte. Welche positiven Effekte hat es, den Aufwand zu betreiben, private Endgeräte und private Anwendungen im Unternehmen zuzulassen?

Ein Argument dafür, dass IT-Abteilungen sich diesen Herausforderungen stellen sollten, könnte sein, dass die Mitarbeiter motivierter sind, wenn sie ihre eigenen Endgeräte und/oder Anwendungen einsetzen können und dabei auch davon profitieren, dass ihnen diese Umgebung vertraut ist und sie sich schnell zurechtfinden.¹ Wenn sie motivierter sind, bringen sie sich stärker ein, sind aufmerksamer, konzentrierter und dadurch auch produktiver. Auch jenseits der Motivations-

1 Vgl. zum Zusammenhang von Motivation und Produktivität durch Consumerization of IT auch das parallel zu dieser Studie erschienene Whitepaper von Hans-Günter Lindner (FH Köln): „Consumerization: Von der individuellen Information zur IT“, Microsoft Whitepaper 2012.

steigerung aufgrund von z. B. Arbeitserleichterungen können Endgeräte die Mitarbeitermotivation erhöhen: Neben seiner Funktionalität im beruflichen Einsatz ist z. B. ein Smartphone auch als Statussymbol anzusehen. Ähnlich wie bei einem Dienstwagen bekommt der Mitarbeiter somit einen Mehrwert, der über den reinen finanziellen Wert hinausgeht. Auch können sich Unternehmen so u. U. attraktiver für potenzielle Mitarbeiter machen und so mehr Erfolg bei der Rekrutierung von Fachkräften haben.

Weiterhin könnten Unternehmen auch Kostenvorteile durch die Nutzung privater Endgeräte und Anwendungen erzielen, indem die Investitionen für entsprechende Endgeräte verringert werden.

Diese Überlegungen bilden den Hintergrund der *Consumerization Study CIO Challenges 2012*. Sie werden in den Market Papers, die zu dieser Studie erscheinen, aufgegriffen und insbesondere aus dem Blickwinkel folgender Kernfragen konkretisiert: Warum ist Consumerization of IT so interessant für IT-Verantwortliche aber auch für Business Entscheider im Unternehmen? Können Mitarbeiter des Unternehmens durch Consumerization profitieren? Führt Consumerization of IT zu mehr Produktivität im Unternehmen? Spielt Consumerization of IT eine Rolle für die Fachkräfte von morgen, z. B. in Hinblick auf die Wahl des Arbeitgebers?

5. Studiendesign

Die *Consumerization Study CIO Challenges 2012* wurde von der techconsult GmbH im Auftrag von Microsoft Deutschland konzipiert und durchgeführt. Dazu wurden im Oktober 2012 über 1000 Interviews zum Thema Consumerization geführt. Die Befragung erfolgte mittels computergestützten Web-Interviews (CAWI). Zielgruppe der Befragung waren in erster Linie Personen, die in Unternehmen mit mehr als 250 PCs arbeiten und die aufgrund der IT-Infrastruktur ihres Arbeitsplatzes (Nutzung von PC, Smartphone und/oder Tablet) theoretisch in der Lage wären, auch private IT-Endgeräte (wie Laptops, Smartphones und/oder Tablets) am Arbeitsplatz zu nutzen und z. B. in das Unternehmensnetzwerk einzubinden. Zusätzlich wurden 90 Interviews mit Studierenden geführt, die voraussichtlich in absehbarer Zeit (wenige Semester) in das Berufsleben eintreten werden. Auf diese Weise ist sichergestellt, künftige Anforderungen an Arbeitsgeber in diesem Themenkomplex zu berücksichtigen.

5.1. Veröffentlichungsmodus

Die Ergebnisse der Studie werden in einer Reihe von Market Papers veröffentlicht, die jeweils den Schwerpunkt auf einen Teilaspekt des Themas legen. Zum Schluss der Veröffentlichungsreihe ist eine Wiederholungsbefragung geplant, die die Entwicklungen aufzeigen soll, die sich im Zusammenhang

mit dem Thema Consumerization in einem dreiviertel Jahr ergeben haben. Die Ergebnisse dieser Wiederholungsbefragung sowie der Vergleich dieser mit den Ergebnissen der Initialbefragung bilden den Schwerpunkt des siebenten und letzten Market Papers („Veränderungen durch eine consumer-orientierte IT“).

Die Market Paper haben folgende Schwerpunkte:

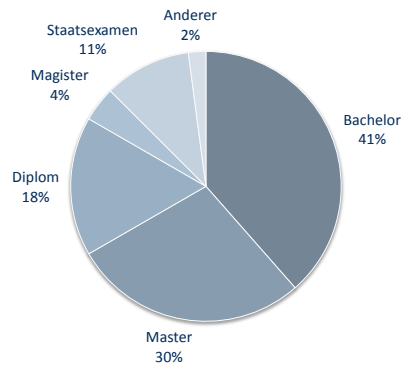
1. Herausforderungen im Umgang mit „Bring your own“
2. Der mediale Mitarbeiter von heute
3. Die Umsetzung von Unternehmensrichtlinien auf dem Prüfstand
4. Die CIO-Challenges auf Führungsebene (leitende Angestellte, Management)
5. Die CIO-Challenges auf Abteilungsebene (Vertrieb, Marketing, Controlling und IT)
6. Der mediale Mitarbeiter von morgen - IT-Lifestyle
7. Trendcheck: Consumer-orientierte IT im Wandel der Zeit

Die Market Paper stehen nach Veröffentlichung auf dem Portal <http://www.consumerization-challenges.com/> zum Download bereit.

5.2. Stichprobe der Studierenden

Es wurden Interviews mit 90 Studierenden geführt, die in absehbarer Zeit in das Berufsleben einsteigen. Die zukünftigen Arbeitsbereiche erstrecken sich in erster Linie auf Managementtätigkeiten, Marketing, Controlling und IT.

Angestrebter Abschluss

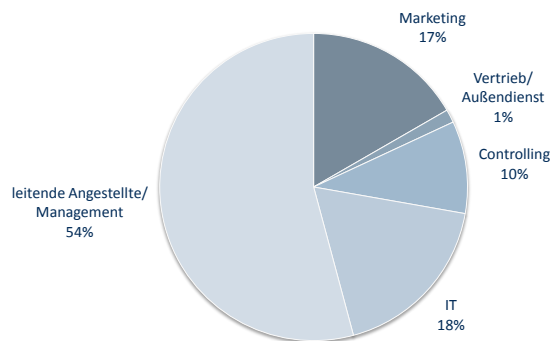


Basis: 90 Befragte

© 2013 techconsult GmbH | Tel.: +49 (0) 561/8109-0 | www.techconsult.de

Abbildung 6: Abschluss der Studierenden

In welchem Bereich/welcher Abteilung eines Unternehmens würden Sie gern arbeiten?



Basis: 72 Befragte

© 2013 techconsult GmbH | Tel.: +49 (0) 561/8109-0 | www.techconsult.de

Abbildung 7: Zukünftiger Arbeitsbereich der Studierenden

Autor:



Verena Bunk, Analyst

techconsult GmbH

Am Platz der Deutschen Einheit

Leipziger Straße 35–37

34125 Kassel

Tel.: +49-561-8109-141

Fax: +49-561-8109-101

Web: www.techconsult.de

Über techconsult

Die techconsult GmbH, gegründet 1992, zählt zu den führenden Marktforschungs- und Beratungsunternehmen in Zentraleuropa. Der Schwerpunkt der Tätigkeit liegt in der Informations- und Kommunikationsindustrie (ITK). Regelmäßige und für die jeweiligen Segmente repräsentative Anwenderbefragungen ermöglichen die qualitative und quantitative Darstellung des ITK-Marktes. Erfahrene Statistiker und Marktforscher sichern die Anlagen und Auswertungen der Untersuchungen, anerkannte Branchenexperten bürgen für die Interpretation und Verwendbarkeit der Ergebnisse. techconsult verfügt durch jahrelange Standard- und Individual-Untersuchungen über einen im deutschsprachigen Raum einzigartigen Informationsbestand, sowohl in der Betrachtung von Kontinuität als auch von der Informationstiefe, und ist somit ein wichtiger Beratungspartner der ITK-Industrie, wenn es um Produktinnovation, Absatzplanung und die Entwicklung von Unternehmensstrategien geht.

techconsult wird von den geschäftsführenden Gesellschaftern und Gründern Dipl.-Oec. Peter Burghardt und Dipl.-Oec. Andreas W. Klein am Standort Kassel und einer weiteren Niederlassung in Österreich geleitet und ist Teil der Heise Medien Gruppe.