

03.02.2009 - 08:00 Uhr

Videokonferenzen: Schweizer Manager fordern Qualität / Telepresence-Lösungen verdrängen herkömmliche Videokonferenzen

Zürich (ots) -

Sieben von zehn Unternehmen in der Schweiz verzichten bisher auf professionelle Videokonferenzen. Grund für die Skepsis: Topentscheider bemängeln die schlechte Bild- und Tonqualität. Dabei ist für mehr als jeden zweiten Manager exzellente Qualität eines der Top-Kriterien für die Wahl eines Konferenzsystems. Zudem ist ihnen die Atmosphäre herkömmlicher Videokonferenzen zu unpersönlich. Anbieter von High-Definition-Lösungen gehen verstärkt auf die Qualitätsanforderungen der Manager ein. Mit stark verbesserter Technik, sowie Full-Service-Angeboten etablieren sie virtuelle Treffen damit als echte Alternative zur Geschäftsreise. Das sind die Ergebnisse der europaweiten Studie "Face to Phase: Die Konvergenz von Geschäftsreisen und Virtual Meetings", die vom internationalen Service Provider Easynet Global Services in Zusammenarbeit mit dem IMWF Institut für Management- und Wirtschaftsforschung durchgeführt wurde.

Technisch haben moderne HD-Videokonferenzen nur noch wenig mit Chats, Desktop- oder Telefonkonferenzen zu tun. Fortschrittliche Übertragungstechniken dieser sogenannten Telepresence-Lösungen erzeugen mittlerweile eine annähernd reale Gesprächssituation. Es entsteht der Eindruck, dass alle Konferenzteilnehmer wirklich an ein und demselben Tisch im selben Raum sitzen. Der Informationsaustausch wird damit umfassender und effizienter.

Neben den rein technischen Kriterien werden von den Geschäftsleuten Serviceleistungen nachgefragt, die in der Praxis einen messbaren Mehrwert liefern. So wünschen sich 61 Prozent der befragten Schweizer Manager beispielsweise eine zuverlässige Technik. Darüber hinaus fordert fast jeder vierte Top-Entscheider in der Schweiz einen Rund-um-Service, der den zeitlichen und finanziellen Aufwand von Geschäfts-Meetings gegenüber einem realen Treffen deutlich reduziert. So genannte Full-Service-Anbieter wickeln Videokonferenzen inzwischen von der Buchung, über die technische Umsetzung, bis hin zur Wartung komplett in Eigenregie ab. Dadurch werden sowohl die Konferenzteilnehmer, als auch die internen IT-Abteilungen erheblich entlastet.

Der Einsatz von Telepresence-Lösungen bietet den Nutzern ein enormes Potenzial, geschäftliche Treffen effizienter zu organisieren. 61 Prozent der befragten Schweizer Fach- und Führungskräfte sieht beispielsweise die Möglichkeit, Kosten für Geschäftsreisen deutlich zu senken. Fast jeder dritte Manager schätzt das Einsparpotenzial auf mehr als 30 Prozent. Deutlich zurückhaltender bewerten beispielsweise die Fach- und Führungskräfte der Benelux-Länder das Einsparpotenzial durch Videokonferenzen. In den Niederlanden geht fast jeder zweite Befragte von einem Kostenvorteil von maximal 20 Prozent aus. "Schweizer Manager sind sich bewusst geworden, wie viel der Reisekosten sie tatsächlich einsparen können. Darüber hinaus haben sie die Effizienzsteigerung

durch Rund-um-Service erkannt. Die überproportional hohe Nutzung von Telepresence-Lösungen in der Schweiz zeigt, dass sich die Top-Entscheider über dessen finanziellen und organisatorischen Mehrwert im Klaren sind", erklärt Diethelm Siebuhr, Geschäftsführer Central Europe von Easynet Global Services.

Hintergrund:

Die Studie "Face to Phase: Die Konvergenz von Geschäftsreisen und Virtual Meetings" stellt die Ergebnisse einer europäischen Online-Befragung dar, die im Auftrag von der Easynet GmbH in Kooperation mit dem IMWF Institut für Management- und Wirtschaftsforschung durchgeführt wurde. Im Oktober und November 2008 wurden Fach- und Führungskräfte zur Bedeutung von Geschäftsreisen sowie zum Einsatz von Videokonferenzen befragt. 716 Manager aus Deutschland, Großbritannien, Frankreich, Italien, Spanien, den Niederlanden, Belgien und der Schweiz nahmen an der Studie teil. Die Befragungen wurden in der jeweiligen Landessprache durchgeführt.

Über Easynet Global Services:

Easynet Global Services realisiert und betreibt global gemanagte Netzwerk-, Hosting- und Videokonferenz-Lösungen mit Geschäftskunden und Büros in der ganzen Welt. Durch einen exzellenten Kundenservice differenziert sich der international operierende Service Provider von seinen Wettbewerbern. Getragen wird die Firmenphilosophie durch die hohe Bereitschaft und tiefgehende Kompetenz im Verstehen, Entwickeln und Managen kundenindividueller Lösungen. Easynet arbeitet erfolgreich mit leistungsstarken Partnern zusammen und setzt höchste Qualitätsstandards.

Internationale Reichweite garantiert Easynet durch eigene Netzstrukturen und Rechenzentren. Das Unternehmen beschäftigt gruppenweit 1.100 Mitarbeiter. Geschäftskunden profitieren von Experten in ganz Europa, Asien und den USA, die ein tiefgehendes Know-how für die lokalen Märkte, die Wirtschaft und die rechtlichen Rahmenbedingungen garantieren.

Mit viel Engagement setzt Easynet die Anforderungen und Interessen ihrer Kunden um, denn zufriedene Kunden sind für den Service Provider das höchste Ziel und die beste Referenz. Zum internationalen Kundenstamm zählen unter anderem Agip, Diesel, Ford, Nordex, Parship, Sekisui Alveo, Tchibo und Via Michelin. Easynet ist ein Unternehmen der British Sky Broadcasting Group plc.

Weitere Informationen finden Sie unter www.easynet.com

Pressekontakt:

Pressekontakt:

Easynet
Sabine Beselin
PR Manager Central Europe
Tel.: +49 40 771 75 - 270
Fax.: +49 40 771 75 - 279
eMail: sabine.beselin@de.easynet.net
www.easynet.com