

17.03.2009 - 11:01 Uhr

Videokonferenzen: Europa läuft dem Trend hinterher

Zürich (ots) -

Zwei von drei europäischen Unternehmen setzen bisher nicht auf Videokonferenzen, obwohl 87 Prozent Einsparpotenzial in dieser modernsten Art geschäftlicher Kommunikation sehen. Die Einführungskosten aber auch die fehlende persönliche Nähe bei virtuellen Treffen schrecken die Unternehmen ab. Außer Acht gelassen werden dabei allerdings die Vorteile von Videokonferenzen - neben Kosteneinsparungen unter anderem eine schnellere Reaktionszeit und Entscheidungsfindung. 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.

Knapp jedes vierte Unternehmen befürchtet, dass Videokonferenzen zu unpersönlich sind und eine produktive und angenehme Gesprächsatmosphäre nicht zulassen. Sogar noch etwas höher liegt die Zahl der Firmen, die die technischen Einführungskosten scheuen oder den hohen Aufwand an Zeit und Kosten für die Umstellung auf Videokonferenzlösungen.

"Kostensenkungen und Effizienzsteigerungen gehören heute weltweit zu den obersten Zielen von Unternehmen. Dabei wird das Potenzial von Videokonferenzen zu oft übersehen", erklärt Diethelm Siebuhr, Geschäftsführer Central Europe von Easynet Global Services. "Schlechte Erfahrungen aus der Vergangenheit bezüglich der Kosten, Komplexität und Qualität dieser Lösungen haben die Manager bisher vor Videokonferenzen zurückschrecken lassen. Doch neue, fortschrittliche Techniken wie Telepresence-Lösungen werden zu einem Umdenken führen."

Die Studie belegt auch, dass viele Unternehmen, die bereits auf Videokonferenzen setzen, das Potenzial noch nicht ausgeschöpft haben. Denn jedem fünften Manager ist diese Kommunikationsform zu kompliziert. "Diese Einschätzung beruht auf Vorurteilen gegenüber einer längst überholten Technologie - also Angeboten von gestern", betont Siebuhr. "Heute hat sich nicht nur die Bild- und Tonqualität dramatisch verbessert. Darüber hinaus müssen sich die Unternehmen selber nicht mehr mit der Technik beschäftigen, weil sich darum - wie bereits in vielen Firmen üblich - ein Service Provider kümmert. Damit können sich die Mitarbeiter auf die Inhalte einer Geschäftsbesprechung konzentrieren und müssen sich nicht von den Tücken der Technik aufhalten lassen."

Künftig werden daher Kostengesichtspunkte stärker in den Vordergrund rücken. Mehr als sechs von zehn europäischen Unternehmen setzen in der konjunkturellen Krise auf Videotechnologie, um die Kosten zu senken. Easynet selbst spart durch die Umstellung auf Videokonferenzen 20 Prozent an Reisekosten und konnte die Investition in weniger als 12 Monaten amortisieren. Aber es sind nicht nur die Einsparungen für Flüge oder Hotelübernachtungen, die Manager zu schätzen wissen. Für rund sechs von zehn Unternehmen spielt auch eine Rolle, dass Reisezeit eingespart wird und Sitzungen kurzfristiger

einberufen werden können.

31 Prozent der Unternehmen stellen auch aus umweltpolitischen Gründen auf Videokonferenzen um: Die Verringerung des Kohlendioxid-Ausstoßes ist für sie ein sehr wichtiges Argument, die Zahl der Dienstreisen so weit wie möglich zu reduzieren. Wie das geht, machte kürzlich der britische Umweltminister vor. Seine Hauptrede auf der zweiten jährlichen Klimawandel-Konferenz in Sydney hielt er, ohne London zu verlassen. Durch seinen Live-Auftritt mittels neuester Videotechnologie sparte der Minister rund 60 Stunden Reisezeit und 6,2 Tonnen Kohlendioxid-Ausstoß ein, die allein durch den Flug verursacht worden wären.

Hintergrund:

Die Studie "Face to Phase: Die Konvergenz von Geschäftsreisen und Virtual Meetings" stellt die Ergebnisse einer europaweiten 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, China, Hong Kong 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, Parship, Sekisui Alveo, Tchibo und Via Michelin.

Easynet Global Services ist ein Unternehmen der British Sky Broadcasting Group plc.

Weitere Informationen finden Sie unter www.easynet.com

Pressekontakt:

Pressekontakt:

Easynet GmbH
Ansprechpartnerin: Sabine Beselin
PR Manager Central Europe
Tel.: +49 40 771 75 - 270
Fax: +49 40 771 75 - 279

eMail: sabine.beselin@de.easynet.net

Easynet AG
Flughofstrasse 39
8152 Glattbrugg
www.easynet.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100013290/100579492> abgerufen werden.