



Management Summary

Studie: Erfolgsfaktoren für die Integration mobiler Anwendungen in Unternehmen

Eine Befragung in Kooperation der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster und www.mobile-zeitgeist.com

Referenz

Brockmann, Tobias & Stieglitz, Stefan (2012): „Erfolgsfaktoren für die Integration mobiler Anwendungen in Unternehmen – Management Summary“, Study 2012-01, Research Group Communication and Collaboration Management (Prof. Dr. Stefan Stieglitz), University of Muenster, Muenster.

Kooperationspartner

Heike Scholz, Mobile Zeitgeist
info@mobile-zeitgeist.com
www.mobile-zeitgeist.com

Ansprechpartner

Tobias Brockmann, WWU Münster
Tel: 0251 83 38 122
tobias.brockmann@uni-muenster.de
www.wi.uni-muenster.de/kuk

Hintergrund

Die Forschungsgruppe Kommunikations- und Kollaborationsmanagement der Universität Münster hat bis zum Januar 2012 ca. 200 Manager und Entscheidungsträger aus deutschen Unternehmen mittels einer Online-Erhebung befragt. Im Rahmen der Studie wurde erhoben, wie diese Gruppe die maßgeblichen Erfolgsfaktoren für die Integration von mobilen Anwendungen in ihrem Unternehmen einschätzt. In dieser Management Summary werden die wesentlichen Ergebnisse kurz dargestellt.

87 % sind der Meinung, dass Ihre tägliche Arbeit durch mobile Anwendungen erleichtert werden kann.

Kritische Erfolgsfaktoren

Die identifizierten Erfolgsfaktoren können drei Dimensionen zugeordnet werden:

- **Mehrwerte** → Was ist der Nutzen für Mitarbeiter und Unternehmen?
- **Technische Realisierung** → Welche Aspekte müssen beachtet werden?
- **Einführungsprozess** → Wie kann die Akzeptanz der Mitarbeiter erhöht werden?

Aus Sicht der Manager sind die folgenden Punkte in den einzelnen Dimensionen entscheidend:

Mehrwerte	Technische Realisierung	Einführungsprozess
1. 86% Kommunikation beschleunigen	1. 85% Intuitive Usability	1. 79% Pre-Test mit Nutzern durchführen
2. 83% Informationsversorgung verbessern	2. 84% Sicherheit gewährleisten	2. 73% Nutzern den Mehrwert der Anwendung vermitteln
3. 74% Geschäftsprozesse unterstützen	3. 80% Performanz sicherstellen	3. 71% Mitarbeiter in das Anforderungsdesign einbeziehen

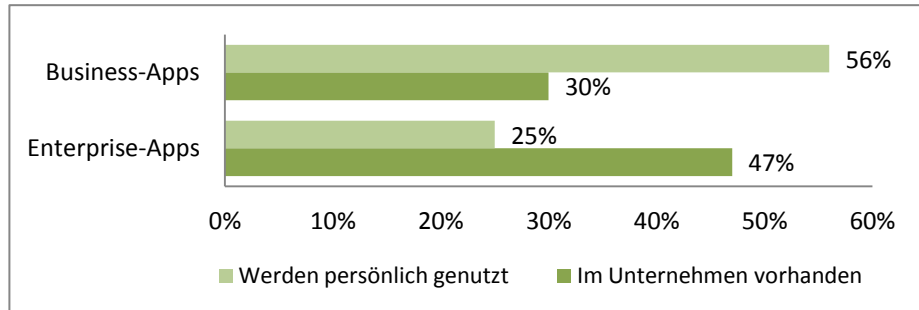
Implikationen für das Management

Auf Basis der Studie konnten die folgenden fünf Handlungsfelder identifiziert werden, die eine erfolgreiche Einführung von mobilen Anwendungen im Unternehmen begünstigen:

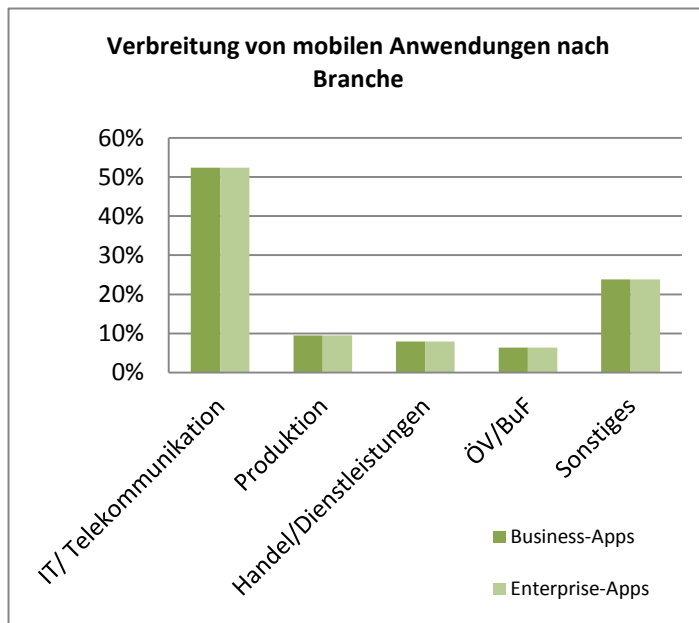
Kommunikation	<ul style="list-style-type: none"> • Beim Anforderungsdesign ist zu berücksichtigen, dass das höchste Potenzial für Lösungen im Bereich der Kommunikation- und Kollaboration besteht.
Sicherheit	<ul style="list-style-type: none"> • Die Zugriffs- und Datenübertragungssicherheit ist entscheidend für die mobile Arbeit mit sensiblen Unternehmensdaten.
Usability	<ul style="list-style-type: none"> • Eine einfache und intuitive Nutzbarkeit der Anwendung ist eine Grundvoraussetzung, um die Zufriedenheit bei den Mitarbeitern zu erhöhen.
Mitarbeiter	<ul style="list-style-type: none"> • Eine frühe Einbindung (Anforderungsdesign, Pre-Test) der Mitarbeiter vereinfacht das Change-Management und erhöht die Akzeptanz
Endgeräte	<ul style="list-style-type: none"> • Die stark steigende Verbreitung von Tablets und die zunehmende "Bring Your Own Device"-Mentalität der Mitarbeiter sind zu beachten.

Kurzanalyse

Die Umfrageergebnisse basieren auf einer Erhebung von Entscheidungsträgern, die über Personal- (67%) und Budgetverantwortung (75%) verfügen und im Mittel- und Top-Management (66%) von deutschen Unternehmen angesiedelt sind. 87% der Befragten sehen hohes Potenzial für die Unterstützung ihrer täglichen Arbeit durch mobile Anwendungen, insbesondere durch **Smartphones** (79%) und **Tablets** (72%). Von den 192 Befragten setzen bereits 56 % aufgrund privater Initiative Business-Apps ein. Individuell an die Unternehmensbedürfnisse angepasste Apps, sogenannte Enterprise-Apps sind in 47% der befragten Unternehmen vorhanden, werden aber nur von 25 % der Befragten genutzt.



insbesondere durch **Smartphones** (79%) und **Tablets** (72%). Von den 192 Befragten setzen bereits 56 % aufgrund privater Initiative Business-Apps ein. Individuell an die Unternehmensbedürfnisse angepasste Apps, sogenannte Enterprise-Apps sind in 47% der befragten Unternehmen vorhanden, werden aber nur von 25 % der Befragten genutzt.



Einen branchenübergreifenden Unterschied in der Verbreitung zwischen Business- und Enterprise-Apps ist nicht zu erkennen. Jedoch zeigt sich, dass mobile Anwendungen in der **IT- und Telekommunikationsbranche** mit ca. 51 % fast 5-mal stärker verbreitet sind, als in anderen Branchen (Produktion ca. 11%, Handel/Dienstleistungen ca. 7%, Bildung und Forschung und öffentliche Einrichtungen ca. 6 %, Sonstige ca. 24%). In Bezug zur Unternehmensgröße lässt sich erkennen, dass mit zunehmender Mitarbeiterzahl die Verbreitung von mobilen Anwendungen zunimmt (0-10 Mitarbeiter ca. 18%, 10-50

Mitarbeiter ca. 23%, 50-200 Mitarbeiter ca. 24%, >200 Mitarbeiter ca. 33%).

Datensample und Methodik

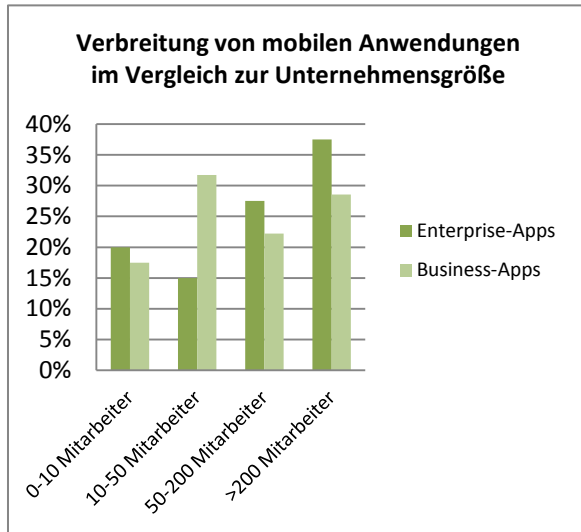
Zielgruppe: Die Befragung richtete sich an Manager und Entscheidungsträger in deutschen Unternehmen.

Erhebungsinstrument: Online-Fragebogen

Verbreitung: Der Fragebogen wurde auf <http://www.mobile-zeitgeist.com> publiziert und parallel an die Geschäftsleitungen von 500 Unternehmen in Nordwestfalen per E-Mail versendet

Zeitraum: 3 Wochen

Stichprobenumfang: n=192

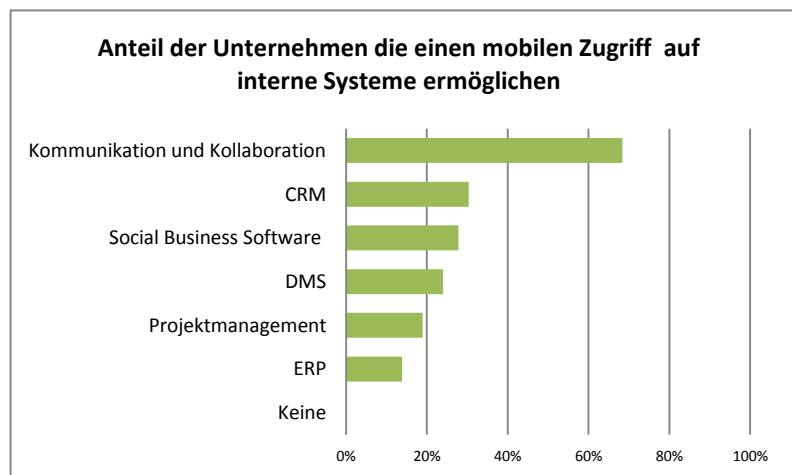


Des Weiteren wurde untersucht, auf welche Unternehmenssoftware mobile Anwendungen, sowohl Business- als auch Enterprise-Apps, Zugriff haben. 68% der Befragten gaben an, dass die eingesetzten mobilen Anwendungen Zugriff auf Kommunikations- und Kollaborationssoftware haben (E-Mail, Instant-Messaging, etc.). In ungefähr einem Drittel der Unternehmen haben mobile Anwendungen Zugriff auf Customer-Relationship-Management-Software (30%), Social-Business-Software (27%) und Dokumentenmanagement-Systeme (24%). Ausbaufähig ist die Anbindung von Enterprise-Resource-Planning-

Software (14%) und Projektmanagement-Software (19%).

Auf die Frage, was für die Entwicklung einer mobilen Anwendung im Unternehmenskontext wichtig ist, antworteten 86% damit, dass sie sich eine verbesserte **Kommunikations- und Informationsversorgung** (84%) wünschen. 76% der Befragten sehen einen hohen Nutzen in der Verbesserung und Unterstützung von **Prozessen**. Eine Umsatzsteigerung oder die Höhe **der Entwicklungskosten** spielen hingegen nur eine untergeordnete Rolle. Darüber hinaus konnten für die technischen Anforderungen der Anwendung drei klare Erfolgsfaktoren ermittelt werden. Als meistgenannter Punkt, sollten die Anwendungen einfach und intuitiv nutzbar sein (**Usability** 85%). Gefolgt von dem Anspruch, dass die Anwendungen hohen **Sicherheitsanforderungen** genügen sollen (Daten- und Übertragungssicherheit 84%). Als dritten Erfolgsfaktor fanden 80% die **Performanz** (Einsatz- und Reaktionszeit) der Anwendung sehr wichtig bis wichtig für die Entwicklung.

Weniger wichtig für die technische Ausgestaltung sind Faktoren wie Multifunktionalitäten (29%) und der Support



eines spezifischen Betriebssystems (34%). Für die Einführung mobiler Anwendungen in Unternehmen kann zusammenfassend konstatiert werden, dass die Einbeziehung der Mitarbeiter ein entscheidender Erfolgsfaktor ist. So gaben 79% der Befragten an, dass frühe Pre-Tests der Software mit den Nutzern ein wichtiger Bestandteil einer erfolgreichen Einführung sind. Als weitere wichtige Erfolgsfaktoren wurden die **Vermittlung des Mehrwerts**, den die Anwendung den Nutzern bringt (73%) und die Einbeziehung der Mitarbeiter in das Anforderungsdesign (71%) genannt. Die Berücksichtigung eines einheitlichen Corporate-Designs trägt nach Meinung der Befragten nicht maßgeblich zu einer erfolgreichen Integration bei. Ebenso ist interessanterweise die Berücksichtigung der **Mentalität zum „Bring Your Own Device (BYOD)“** kein kritischer Erfolgsfaktor für das Roll-Out von mobilen Anwendungen.