

# AUF ALLEN LEITUNGEN

Fax, Mail, Handy, Festnetz – es gibt zig Möglichkeiten, einem Geschäftspartner eine Nachricht zu senden. Und ebenso viele, ihn zu verpassen

Text: DENIS DILBA

Nichts ist schöner als eine gute Nachricht. Für den Geschäftsführer eines Anzeigenblattverlags lautet die etwa so: Ein großes Autohaus ruft am Freitagmittag an und will eine Anzeige für die Sonntagsausgabe schalten.

Nichts aber ist ärgerlicher als die Vorstellung, dass der Anrufer niemanden erreicht, weil der Mitarbeiter aus der Anzeigenabteilung sich gerade bei einem Außentermin befindet. Steffen Lüderwald, Geschäftsführer der Karlsruher Röser Presse, erinnert sich nur ungern daran, wie er vor gut zwei Jahren exakt diese Situation erlebte. Nicht nur, dass ihm das Geschäft durch die Lappen ging – der verhinderte Kunde tobte. Damit befand er sich in guter Gesellschaft: Mindestens drei solcher Mails pro Jahr erhielt Lüderwald persönlich. Auf rund 30 schätzt er das Aufkommen bei seinen zehn Außendienstmitarbeitern. 30 Mails für 30 entgangene Aufträge. „Da sprechen wir von richtig viel Geld.“

**DAS IST NUN VERGANGENHEIT.** Verschollene Faxe, zu spät beantwortete E-Mails, unerreichbare Außendienstler, nicht abgehörte oder nicht besprochene Anrufbeantworter – all das kenne er nicht mehr, sagt Lüderwald. Seit zwei Jahren setzt er auf Unified Communications, kurz UC. Dabei bündelt eine IT-Lösung alle Kommunikationskanäle eines Unternehmens unter einer gemeinsamen Benutzeroberfläche. „Seitdem hat sich kein Kunde mehr beschwert“, sagt Lüderwald, „das ist ein Unterschied wie zwischen Tag und Nacht.“

Im Fall Röser Presse sieht das so aus: Faxe, Sprachnachrichten oder SMS laufen auf einem zentralen UC-Server auf, werden automatisch digitalisiert und kommen zusammen mit den E-Mails in den Outlook-Postfächern der jeweiligen Mitarbeiter an. Anrufbeantworter-Nachrichten wer-



den automatisch in Klangdateien umgewandelt, die als E-Mail-Anhang verschickt und auf jedem Endgerät mit Lautsprechern abgehört werden können. Faxe, ob handgeschrieben oder getippt, gehen als PDF-Dateien ein. Integriert in das UC-System sind auch das Adressbuch und die SAP-Datenbank.

Ist der Verlagsvertreter unterwegs, kann er auf alle Daten über seinen Blackberry zugreifen. Der Vorteil: Jeder Mitarbeiter hat nur noch eine Telefonnummer, der Anruf wird – je nach Einstellung – per Internet auf das Mobiltelefon, ins Homeoffice oder an einen Kollegen weitergeleitet. „Ob Müller, Meier oder Schulze gerade beim Kunden, in der Nebenstelle oder am Arbeitsplatz sind, interessiert nicht mehr“, sagt Lüderwald: „Ich wähle ihre Nummer und habe sie.“

Wenn sie denn erreichbar sein wollen. Das können Lüderwalds Mitarbeiter mittels einer sogenannten Präsenzmanagement-Funktion intern bereits regulieren. Scrollt ein Mitarbeiter durchs firmeneigene Adressverzeichnis, blinkt ihn bei jedem Namen eine Farbe an. Grün signalisiert: Der Kollege ist gut erreichbar; Gelb heißt: Er kommt gleich wieder; Rot bedeutet: Momentan nicht erreichbar. „Telefonorgien, um Kollegen zu errei-

## IMMER ERREICHBAR

Egal, wo sich der gesuchte Ansprechpartner gerade aufhält – Unified Communications sorgen dafür, dass alle Nachrichten ihren Empfänger erreichen. Wenn er denn will

chen, entfallen“, sagt Lüderwald. Inzwischen denkt der Verlagschef sogar darüber nach, dieses Ampelsystem langfristig auch den wichtigsten Kunden zur Verfügung zu stellen.

Dabei hatte Röser Presse erste UC-Überlegungen verworfen. „Wir dachten, das wäre zu kompliziert und zu teuer“, sagt Lüderwald. Für Wolfram Funk vom IT-Beratungsunternehmens Experton eine gängige Erfahrung: „Viele Mittelständler erkennen nicht auf Anhieb den Mehrwert von UC.“ In einer Experton-Umfrage unter 118 mittelständischen Firmen nannten die Gesprächspartner vor allem drei Gründe, warum sie noch keine UC-Lösung eingeführt hatten: zu hohe Investitionskosten, kein quantifizierbarer Nutzen sowie zu hohe Betriebs- und Wartungskosten.

**OB SICH UC LOHNT,** hänge davon ab, welche Infrastruktur die Unternehmen bereits aufgebaut haben, sagt Stefan Herrlich, Geschäftsführer von Siemens Enterprise Communications in Deutschland. Am geringsten ist der Aufwand, wenn alte Systeme ohnehin an die Grenzen ihrer Lebensdauer geraten.

So wollte die Fröbel-Gruppe, Betreiber von Kindergärten und Horten, in einer Berliner Filiale lediglich zwei alte Telefonanlagen zusammenschalten. „Heraus kam eine UC-Lösung“, sagt Geschäftsführer Stefan Spieker. 912€ im Monat zahlt die Fröbel-Gruppe derzeit für die Rundum-sorglos-Kommunikation von Siemens Enterprise Communications. „Eine neue Telefonanlage wäre teurer gewesen“, sagt Spieker.

Auch Steffen Lüderwald wollte ursprünglich nur eine neue Telefonanlage anschaffen, weil Röser Presse für eine steigende Mitarbeiterzahl weitere Durchwahlnummern benötigte. Stattdessen folgte Lüderwald dem Vorschlag eines Beraters und investierte einen vierstelligen Betrag in die

## ALLES IN EINEM

**ANKOMMEN** Unified-Communications-Lösungen kanalisieren Nachrichten. Der Empfänger braucht nur noch ein einziges mobiles Endgerät zu benutzen. Sprachnachrichten werden in abhörbare Wave-Dateien umgewandelt, Faxe in PDF-Dateien.

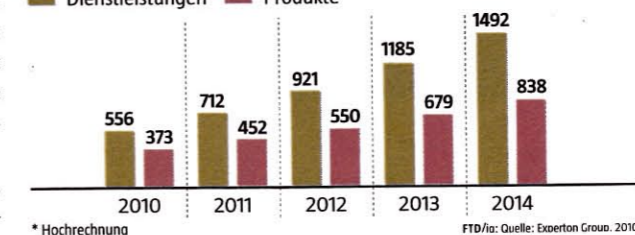
**EINRICHTEN** Fast alle großen Softwarehersteller bieten UC-Systeme an und installieren sie. Inzwischen gibt es auch erste UC-Software-Lösungen, die Unternehmen über das Internet nutzen können. Experten gehen davon aus, dass UC bald als Zusatzfunktion in bestehenden Softwareprogrammen angeboten werden.

Anfangs dachten wir, Unified Communications einzuführen wäre zu kompliziert und zu teuer

STEFFEN LÜDERWALD, GESCHÄFTSFÜHRER RÖSER PRESSE

## Da geht noch was

Erwartete Ausgaben für Unified Communications in Deutschland, in Mio. €\*



UC-Anlage. „Die Investitionskosten sind lächerlich im Vergleich zu dem, was die Anlage uns bringt.“

Die Furcht der Mittelständler vor UC sei unbegründet, sagt Nicole Dufft, Geschäftsführerin des Technologieanlysten Berlecon Research, der den UC-Einsatz im Mittelstand in einer Studie untersucht hat. „Das Aufrüsten ist in der Regel nicht kompliziert“, sagt Dufft. „Kein Mitarbeiter muss einen zweiwöchigen Technikkurs belegen, um mit einem solchen Programm umgehen zu können.“ In der Regel genüge es, wenn ein Mitarbeiter mit der Anlage vertraut sei. Oft

kümmert sich darum der UC-Anbieter. Noch unkomplizierter geht es über das Internet. Dort bieten Dienstleister wie Damovo mittlerweile „UC as a Service“ an – womit die Installation einer Anlage im Betrieb komplett überflüssig wird.

Röser Presse ließ seine UC-Anlage von der Telekom-Tochter T-Systems installieren. Abends wurde ein neuer Server aufgestellt, über Nacht die Software aufgespielt. Am nächsten Tag tauschten Verlagsmitarbeiter ihre Handys gegen Blackberrys. „Das lief komplett schmerzfrei“, sagt Chef Lüderwald: „Schon am nächsten Tag ploppten Voicemail-Nachrichten und Faxe in meinem Postfach auf.“ Ähnlich erlebte Fröbel-Geschäftsführer Spieker die UC-Einführung: „Mit einem halbstündigen Einführungskurs war das Thema durch.“ Seine Mitarbeiter mussten lediglich lernen, die neuen Smartphones zu bedienen.

Langsam schein der Mittelstand die Vorteile von Unified Communications zu erkennen, sagt Siemens-Manager Herrlich: „Der Markt wächst gerade mit zweistelligen Raten.“ Die Berater von Experton wagen, gestützt auf Hochrechnungen der vergangenen Jahre, die Prognose, dass sich der Markt für UC-Dienstleistungen und -Produkte in Deutschland von rund 900 Mio. € in diesem Jahr bis 2014 mehr als verdoppeln wird (siehe Grafik).

Entsprechend steigt die Zahl der Anbieter. Von Alcatel-Lucent und Avaya über Cisco und IBM bis hin zu Oracle und Panasonic – fast alle Softwareanbieter haben inzwischen ein UC-Paket im Portfolio. Der Trend gehe derzeit vor allem dazu, UC-Lösungen in bestehende Software zu integrieren, etwa in Kundenmanagementsysteme, sagt Wolfram Funk von Experton.

Spätestens 2015 werde Unified Communications nicht mehr als eigene Technik angesehen, glaubt Funk: „UC wird eine Standardfunktionalität sein, die in nahezu allen Programmen aufgeht.“ Verlagschef Lüderwald interessieren solche Einordnungen wenig. Hauptsache, er erhält weiterhin nur gute Nachrichten. „Meine Anzeigenkunden werden nicht mehr sauer, und die Umsatzzahlen entwickeln sich positiv“, sagt er. „Ich bin vollkommen zufrieden.“ □