

Finanzielle Auswirkungen von BYOD

Die zehn wichtigsten Erkenntnisse aus der
Cisco IBSG Horizons Studie

Jeff Loucks/Richard Medcalf
Lauren Buckalew/Fabio Faria



Einführung

„Bring your own device“ (BYOD) ist ein wachsender Trend in den meisten Regionen der Welt, wie in „BYOD: Ein Trend von globaler Tragweite“ basierend auf umfangreicher Forschung durch die Cisco® Internet Business Solutions Group (IBSG) dokumentiert. In einer Folgestudie führte Cisco IBSG eine detaillierte Finanzanalyse durch, um die Vorteile und Kosten von BYOD in vollem Umfang zu erfassen. Um unser Finanzmodell auf aussagekräftige Daten stützen zu können, befragten wir über 2.400 mobile Benutzer¹ in 18 Branchen und sechs Ländern: USA, Großbritannien, Deutschland, Indien, China und Brasilien.² Die Teilnehmer kamen aus mittleren (500-999 Mitarbeiter) und großen Unternehmen.³ Unser Finanzmodell basiert außerdem auf einer Umfrage von Cisco IBSG unter 135 IT-Entscheidungsträgern,⁴ umfangreicher Sekundärforschung und Daten aus den eigenen Erfahrungen von Cisco mit BYOD. Zusammen ergeben unsere Umfragen und zusätzliche Forschung ein klares Bild der finanziellen Auswirkungen von BYOD für ein „typisches“ Unternehmen⁵ in den sechs analysierten Ländern.

Dieses Dokument liefert einen kurzen Überblick über die zehn wichtigsten Erkenntnisse unserer Analyse.

Erkenntnis Nr. 1: Mitarbeiter beginnen gerade erst damit, ihre eigenen Geräte zur Arbeit mitzubringen.

Die Zahl der BYOD-Geräte in den sechs in unserer Studie erfassten Ländern wird zwischen 2013 und 2016 um 105 Prozent von 198 Millionen auf 405 Millionen anwachsen. In den USA, dem derzeit größten BYOD-Markt mit 71 Millionen BYOD-Geräten, wird bis 2016 die Zahl dieser Geräte auf 108 Millionen ansteigen. China wird 2016 den Löwenanteil mit 166 Millionen Geräten für sich beanspruchen – heute sind es 63 Millionen.⁶ Die BYOD-Wachstumsraten werden in allen von uns untersuchten Märkten hoch sein. Kurz: BYOD ist ein starker Trend und wächst schnell.

Die Zahl der BYOD-Geräte
in den sechs in unserer
Studie erfassten Ländern
wird zwischen 2013 und
2016 um 105 Prozent
von 198 Millionen auf
405 Millionen anwachsen.

Die Bereitschaft, das eigene Geld auszugeben, zeigt, dass diese Mitarbeiter den Wert davon anerkennen, ihre eigene Technologie nutzen zu können.

Erkenntnis Nr. 2:
Weniger als ein Drittel der Befragten bevorzugt Unternehmensgeräte.

30 Prozent der mobilen Benutzer geben an, lieber in einem Umfeld zu arbeiten, in dem das Unternehmen die Geräte bereitstellt – im Vergleich hierzu bevorzugen 49 Prozent BYOD. Die Präferenz für BYOD ist besonders in China erkennbar, wo nur 16 Prozent der mobilen Benutzer unternehmenseigene Geräte bevorzugen. Deutschland war das einzige Land, in dem mehr mobile Benutzer lieber ein unternehmenseigenes Gerät (37 Prozent, verglichen mit 32 Prozent, die BYOD bevorzugen, und 31 Prozent ohne Präferenz) verwenden.

Erkenntnis Nr. 3:
Mobile Benutzer sind bereit, in BYOD zu investieren.

Mobile Mitarbeiter mit BYOD geben 965 USD für ihre Geräte aus und nutzen im Durchschnitt 1,7 private Geräte für die Arbeit. Sie geben zusätzlich 734 USD pro Jahr für Sprach- und Datentarife für ihre BYOD-Geräte aus. Die Bereitschaft, das eigene Geld auszugeben, zeigt, dass diese Mitarbeiter den Wert davon anerkennen, ihre eigene Technologie nutzen zu können.

Erkenntnis Nr. 4:
BYOD sorgt weltweit für Produktivitätssteigerungen.

Sogar mit den unterschiedlichsten BYOD-Implementierungsniveaus spart das typische Unternehmen im Durchschnitt Geld und seine Mitarbeiter sind produktiver. Aber die Unternehmen profitieren nicht in allen untersuchten Ländern im gleichen Maße. Der durchschnittliche BYOD-Benutzer in allen sechs Ländern spart 37 Minuten pro Woche dank der Verwendung seines eigenen Gerätes, mit einem Höchstwert von 81 Minuten pro Woche in den USA und einem niedrigsten Wert von 4 Minuten pro Woche in Deutschland.

Erkenntnis Nr. 5:
Die meisten Unternehmen waren in Bezug auf die Realisierung von BYOD eher reaktiv als strategisch.

Die meisten Unternehmen haben auf die Nachfrage seitens Führungskräften und Mitarbeitern reagiert, indem sie nicht ausreichende Funktionen und Richtlinien erstellten, welche die potenziellen Vorteile von BYOD nicht nutzen. Durch die Implementierung von acht grundlegenden Funktionen, von Cisco IBSG „umfassendes BYOD“ genannt, können die Unternehmen beträchtliche Produktivitätssteigerungen erzielen. Nur 26 Prozent der befragten Unternehmen haben umfassendes BYOD oder etwas Vergleichbares implementiert. Die übrigen Unternehmen verfügen über eine unzureichende Bereitstellung von BYOD-Funktionen. Wir verwenden den Begriff „grundlegendes BYOD“ für das mittlere Niveau von BYOD-Funktionen, das die Unternehmen derzeit implementiert haben und das weit hinter dem umfassenden BYOD zurücksteht.

Ausnahmslos könnte in jedem der von uns untersuchten Länder ein typisches Unternehmen durch die Umstellung auf umfassendes BYOD erhebliche finanzielle Zuwächse verzeichnen.

Erkenntnis Nr. 6:

Die Unternehmen können mit umfassendem BYOD zusätzlich 1.300 USD jährlich pro mobilem Benutzer hinzugewinnen.

Indem sie eher reaktiv als strategisch bei der Bereitstellung von BYOD-Funktionen vorgehen, entgehen den Unternehmen jährlich im Durchschnitt 1.300 USD pro mobilem Benutzer. Während grundlegendes BYOD durchschnittlich jährlich einen Wert von 350 USD pro mobilem Benutzer generiert (einschließlich von sowohl BYOD- als auch Unternehmensgeräte-Benutzern), erhöht die Umstellung auf umfassendes BYOD diesen Wert auf 1.650 USD. Einige Länder, die derzeit wenig bis keinen Gewinn aus grundlegendem BYOD ziehen, wie zum Beispiel China und Deutschland, können pro mobilem Benutzer jährlich bis zu 900 USD gewinnen. Den höchsten Gewinn aus umfassendem BYOD mit einer Steigerung von 950 USD auf 3.150 USD pro mobilem Benutzer und Jahr kann das typische US-Unternehmen erzielen. Ausnahmslos könnte in jedem der von uns untersuchten Länder ein typisches Unternehmen durch die Umstellung auf umfassendes BYOD erhebliche finanzielle Zuwächse verzeichnen. Ebenso wichtig ist, dass umfassendes BYOD sowohl die Produktivität von denjenigen steigert, die bereits erfolgreich grundlegendes BYOD einsetzen, als auch von denjenigen, die damit noch Schwierigkeiten haben.

Erkenntnis Nr. 7:

Umfassendes BYOD treibt in den Industrienationen die von den Mitarbeitern ausgehende Innovation voran und minimiert in den Schwellenmärkten Produktivitätsverluste.

Durch die Übernahme von umfassendem BYOD können die Unternehmen die Produktivitätsvorteile von BYOD optimieren. In Industrieländern (USA, Großbritannien und Deutschland) sorgen neue Arbeitsmethoden – von den Mitarbeitern initiierte Innovation von Tätigkeitsbereichen – für den größten Anteil der Produktivitätsgewinne (21 Prozent), die sich aus dem Wechsel von grundlegendem auf umfassendes BYOD ergaben. In Schwellenmärkten (Indien, China und Brasilien) sind einige der größten Gewinne in Bereichen zu verzeichnen, wo grundlegendes BYOD die Produktivität kaum oder sogar negativ beeinflusst hat – insbesondere bei der Verfügbarkeit (20 Prozent oder mehr Gewinne in jedem Land), Ausfallzeit und Management (auf die letzten beiden Aspekte sind zusammen 28 Prozent der Gewinne in Indien, 22 Prozent in China und 38 Prozent in Brasilien zurückzuführen).

Wenn BYOD mit der richtigen Planung und dem richtigen Support umgesetzt wird, ist es ein Gewinn sowohl für das Unternehmen als auch für die Mitarbeiter.

Erkenntnis Nr. 8: **Umfassendes BYOD finanziert sich dank Kosteneinsparungen selbst.**

Neben den Zugewinnen an Produktivität finanziert sich umfassendes BYOD durch erhebliche Kosteneinsparungen. Die bedeutendsten Kosteneinsparungen ergeben sich in drei Bereichen:

- **Hardwarekosten:** Die Mitarbeiter erwerben Geräte, die zuvor vom Unternehmen gekauft wurden.
- **Supportkosten:** Die Unternehmen können die Supportkosten mit BYOD de facto reduzieren, wie im Fall von Cisco, indem sie Community-Support, Wikis, Foren und andere rationalisierte Supportoptionen einführen.
- **Telekommunikationskosten:** Durch das Migrieren eines Teils der mobilen Benutzer von betrieblichen Datentarifen zu selbstfinanzierten Tarifen lassen sich Telekommunikationskosten sparen. Unternehmen haben angegeben, in der Lage zu sein, rund 20 Prozent der Benutzer von unternehmenseigenen Geräten auf diese Weise auf selbstfinanzierte Tarife zu migrieren.

Erkenntnis Nr. 9: **Mehr Auswahl: Ein besserer Netzwerkzugriff könnte Benutzer von Unternehmensgeräten von BYOD überzeugen.**

Auf die Frage, warum sie keine privaten BYOD-Geräte benutzen, antworteten die meisten Benutzer von unternehmenseigenen Geräten, sie seien verpflichtet, unternehmenseigene Geräte zu verwenden. In der Tat würden 36 Prozent der Benutzer von unternehmenseigenen Geräten BYOD bevorzugen. Der zweite Hauptgrund, aus dem Benutzer von unternehmenseigenen Geräten kein BYOD praktizieren, ist der bessere Zugriff auf das Unternehmensnetzwerk (51 Prozent). Der bessere Zugriff auf Unternehmensanwendungen (49 Prozent) spielte ebenfalls eine große Rolle. Durch eine „richtige“ Anwendung von BYOD können die Unternehmen Benutzer von unternehmenseigenen Geräten erfolgreich zu BYOD bringen und ihre Zufriedenheit erhöhen.

Erkenntnis Nr. 10: **„BYO-Laptop“ sollte ein Kernelement der Strategie für umfassendes BYOD des Unternehmens sein.**

Für die meisten qualifizierten Mitarbeiter ist der Laptop auch weiterhin das wichtigste Produktivitätstool. Die Möglichkeit, den Laptop, das Betriebssystem und die Anwendungen zu verwenden, die einem am liebsten sind, birgt erhebliche Produktivitätsvorteile für Geschäftsanwender. 37 Prozent der BYOD-Benutzer verwenden ihre eigenen Laptops für die Arbeit, wodurch BYO-Laptop zum Kernelement jeder Strategie für umfassendes BYOD wird. IBSG schätzt, dass Laptops gut 750 USD zum geschätzten potenziellen Wert pro mobilem Mitarbeiter von 1.650 USD beitragen.

Zusammenfassung

Um das Potenzial von BYOD voll ausschöpfen zu können, müssen die Unternehmen robuste Mobilitätsrichtlinien aufstellen, in deren Zentrum die Auswahl für und die Befähigung von Mitarbeitern steht. Innovation und Zusammenarbeit funktionieren bei den Mitarbeitern am besten, wenn sie die Freiheit erhalten, auf ihre eigene Art zu arbeiten. Wenn BYOD mit der richtigen Planung und dem richtigen Support umgesetzt wird, ist es ein Gewinn sowohl für das Unternehmen als auch für die Mitarbeiter.

Weitere Informationen finden Sie in unserer kompletten wirtschaftlichen Analyse „Finanzielle Auswirkungen von BYOD: Ein Modell der Vorteile von BYOD für globale Unternehmen“.

Endnoten

1. „Mobile Benutzer“ wurden als Büromitarbeiter definiert, die ein oder mehrere mobile Geräte (Laptop, Smartphone oder Tablet) für die Arbeit verwenden. 29 Prozent waren Führungskräfte (d. h. Führungskräfte oder Manager der oberen Führungsebene) und 71 Prozent qualifizierte Mitarbeiter (d. h. Manager der mittleren Führungsebene, Supervisoren, Fachkräfte, Techniker, Vertriebspersonal, Kundendienstmitarbeiter und Verwaltungsangestellte).
2. Die Teilnehmer kamen sowohl aus mittleren (500–999 Mitarbeiter) als auch aus großen Unternehmen (1.000 oder mehr Mitarbeiter) in den USA, Großbritannien, Deutschland, Indien, China und Brasilien. Auf jedes Land entfielen rund 400 Teilnehmer. Diese Daten beinhalten eine Umfrage unter 322 mobilen Benutzer in den USA vom August 2012. Weitere 81 US-amerikanische Teilnehmer und alle Teilnehmer aus anderen Ländern wurden im Februar 2013 befragt.
3. Die Aufgliederung der Teilnehmer nach Unternehmensgröße entsprach 27 Prozent mittleren Unternehmen (500 bis 999 Mitarbeiter) und 73 Prozent großen Unternehmen (über 1.000 Mitarbeiter).
4. Diese Umfrage unter US-amerikanischen IT-Entscheidungsträgern, die speziell Daten für das Finanzmodell von Cisco IBSG hervorbringen sollte, wurde im August 2012 gestartet. Die IT-Entscheidungsträger in dieser Umfrage zeichneten sich für Mobilitätsfragen in ihren Unternehmen verantwortlich.
5. Mit „typisch“ werden in diesem Dokument Unternehmen bezeichnet, die ein mittleres Niveau an BYOD-Funktionen sowohl für Führungskräfte als auch für qualifizierte Mitarbeiter bieten.
6. Quellen: EIU, Strategy Analytics, Cisco IBSG, 2013

Über Cisco IBSG Horizons

Im Rahmen von Horizons, einem multimodalen Marktforschungs- und Analyseprogramm, identifiziert Cisco IBSG Möglichkeiten zur Geschäftstransformation durch den Einsatz innovativer Technologien. Der multimodale Ansatz des Horizons-Programms ist in drei Kernbereiche unterteilt: (1) Primärforschung durch Kundenbefragungen, Fokusgruppen und Experten-Interviews, (2) umfassende Sekundärforschung durch Auswertung der Daten von führenden Marktakteuren und Interessengruppen und (3) Verwendung prädiktiver Analysen, um Erkenntnisse zu technologischen Innovationen zu gewinnen und deren Auswirkungen zu quantifizieren.

Weitere Informationen zur Cisco IBSG Horizons Studie „Finanzielle Auswirkungen von BYOD“ erhalten Sie bei:

Richard Medcalf

Cisco IBSG Research & Economics Practice
rmedcalf@cisco.com

Jeff Loucks

Cisco IBSG Research & Economics Practice
jeloucks@cisco.com

Lauren Buckalew

Cisco IBSG Research & Economics Practice
labuckal@cisco.com

Fabio Faria

Cisco IBSG Research & Economics Practice
ffaria@cisco.com

Weitere Informationen

Die Cisco Internet Business Solutions Group (IBSG) unterstützt unsere Kunden bei der Schaffung von Mehrwerten durch branchenweit innovative Lösungsansätze, umfassende Beratungsservices auf CXO-Ebene sowie Entwicklung wegweisender Lösungskonzepte und -designs. Dabei setzt die Cisco IBSG auf einen Ansatz, der Strategien, Prozesse und Technologien miteinander verbindet, um die Netzwerke unserer Kunden optimal für die Herausforderungen der Zukunft zu rüsten.

Weitere Informationen zur IBSG finden Sie unter <http://www.cisco.com/ibsg>.



Hauptgeschäftsstelle Nord- und Südamerika
Cisco Systems Inc.
San Jose, CA

Hauptgeschäftsstelle Asien-Pazifik-Raum
Cisco Systems (USA) Pad Ltd.
Singapur

Hauptgeschäftsstelle Europa
Cisco Systems International BV Amsterdam
Niederlande

Cisco verfügt über mehr als 200 Niederlassungen weltweit. Die Adressen mit Telefon- und Faxnummern finden Sie auf der Cisco Website unter www.cisco.com/go/offices.

Cisco und das Cisco Logo sind Marken bzw. eingetragene Marken von Cisco Systems, Inc. und/oder Partnerunternehmen in den Vereinigten Staaten und anderen Ländern. Eine Liste der Cisco Marken finden Sie unter www.cisco.com/go/trademarks. Die genannten Marken anderer Anbieter sind Eigentum der jeweiligen Inhaber. Die Verwendung des Begriffs „Partner“ impliziert keine gesellschaftsrechtliche Beziehung zwischen Cisco und anderen Unternehmen. (1110R)