

# Unified Company

Wie arbeiten wir in Zukunft? Welche Veränderungen kommen auf Unternehmen zu? Mit welchen Auswirkungen für die Kommunikationstechnologie?

Ein Thesenpapier von  
BT Germany

Februar 2013



„Everyone recognises  
uncertainty is  
here to stay.“

Luis Alvarez, CEO, BT Global Services



# Die Zukunft der Arbeit: Globalisierung, Flexibilisierung, Mobilität

Die globale Finanz- und Wirtschaftskrise hat viele Menschen aufgerüttelt – sie stellt vieles von dem, was bislang als sicher galt, in Frage. Bei den Diskussionen auf dem Weltwirtschaftsforum in Davos im Januar 2013 stand die Frage im Vordergrund: Wie gehen wir damit um? Wie wappnen wir uns für die Zukunft? Als sicher galt auch hier nur, dass die Unsicherheit bleiben wird.

Wir müssen uns darauf einstellen, auf Dauer mit Veränderungen zu leben. Unternehmen agieren globaler, Mitarbeiter müssen flexibler sein, und die moderne Kommunikationstechnik muss all das unterstützen. Den klassischen Büroarbeitsplatz und das starre „nine to five“-Schema wird es immer seltener geben. Die großen Herausforderungen für Unternehmen und Arbeitnehmer werden sein, die richtige Balance zwischen Beruf und Freizeit zu finden, ein neues Verständnis von Management zu gewinnen und zu einer Kultur des globalen Zusammenarbeitens zu kommen.

In einer Primärerhebung unter dem Titel „The Collaboration Paradox“ hat BT Global Services in Zusammenarbeit mit der unabhängigen Marktforschungsagentur Davies Hickman Partners Research & Analysis Ende 2012 insgesamt 1.042 Führungskräfte in 10 Ländern zum Wandel ihres Kommunikationsverhaltens, zu ihren Kommunikationsanforderungen und zu den Veränderungen der Kommunikationsumgebung in ihren Unternehmen befragt.

Aus den Ergebnissen dieser Studie sowie auf der Grundlage langjähriger Markterfahrungen hat BT Germany im Februar 2013 die nachfolgenden [sechs Thesen zur Zukunft der Arbeit und Kommunikation](#) abgeleitet.

# 1 Unsere Kinder nutzen zu Hause modernere IT-Tools als wir im Büro. Die IT-Abteilungen der Unternehmen müssen sich radikal ändern, wenn sie der Entwicklung nicht hilflos hinterherlaufen wollen.

Business-Laptop, Business-Handy – das hieß vor ein paar Jahren noch: In der Firma stehen uns besonders leistungsfähige Geräte zur Verfügung, zum privaten Gebrauch genügt die etwas einfachere Version. Heute ist es oft umgekehrt: Zu Hause haben wir das neueste Smartphone, die Kinder nutzen Tablet-PCs der aktuellen Generation. Und dank Cloud Computing ist die Auswahl an Software groß wie nie. Unser Kommunikationsverhalten ist geprägt von Anwendungen wie Skype, Facebook oder Twitter – Services, die immer und überall, auf praktisch jedem Endgerät, zur Verfügung stehen.

Kein Wunder, dass immer mehr Anwender sagen: Das, was ich von zu Hause gewohnt bin, möchte ich auch bei der Arbeit nutzen. In der internationalen Studie „The Collaboration Paradox“ gaben 25 Prozent der befragten Führungskräfte an, dass sie regelmäßig Skype für berufliche Zwecke nutzen, ähnlich viele (22 Prozent) nutzen Facebook.

Welche Plattform nutzen Sie regelmäßig während der Bürozeit für Arbeitszwecke?		
	Facebook	22%
	Twitter	14%
	Skype	25%
	LinkedIn	26%
	Slideshare	14%
	YouTube	21%
	Webchat, bspw. MSN, Google Talk	20%

Wenn die IT-Abteilung nicht mitzieht, stellt sich schnell Frust ein: 58 Prozent der von BT befragten Manager glauben, dass ihre IT-Abteilung nicht auf dem neusten Stand sei. Eine bedenkliche Situation, denn aufhalten lässt sich die Entwicklung kaum. Wenn die IT-Abteilung nicht reagiert, beschaffen die Anwender sich ihre Applikationen auf eigene Faust – es entsteht eine kaum zu kontrollierende Schatten-IT.

58%

der Top-Manager sagen:  
„Unsere IT-Abteilung scheint nicht ganz auf dem letzten Stand der Technik zu sein.“

In Zukunft wird die IT-Abteilung sich nicht mehr um das Beschaffen und Konfigurieren von Laptops oder Mobiltelefonen kümmern. 54 Prozent der Top-Manager sagen schon heute, dass sie lieber ihr privates Smartphone oder Tablet nutzen möchten. Die Auswahl der Geräte kann man also getrost den Mitarbeitern überlassen.

Die wesentliche Aufgabe der IT wird es sein, eine „Corporate App“ zur Verfügung zu stellen, die auf den jeweiligen Endgeräten alle Daten und Anwendungen bereitstellt, die die Mitarbeiter für ihre Arbeit brauchen. Und natürlich, sich um die Sicherheit der Daten zu kümmern. Um die Applikationen schnell und flexibel zu entwickeln und auszurollen und sicherzustellen, dass sie von überall erreichbar sind, werden viele dieser Entwicklungen auf Cloud-Plattformen stattfinden.

54%

der Top-Manager würden gerne ihr eigenes Smartphone auch in der Arbeit einsetzen.



# 2 Gerade in der Euro-Krise bietet die Globalisierung eine riesige Chance – aber man muss sie auch nutzen. Ohne geeignete Kommunikationstools verpuffen die Vorteile der internationalen Zusammenarbeit.

Global agierende Unternehmen – vom Big Player bis hin zum Mittelstand – haben den Vorteil, dass sie von den Wachstumsmärkten z.B. in Asien und Lateinamerika profitieren können.

In den 80er Jahren war Globalisierung noch einfach: Eine Fabrik in Asien, um billiger zu produzieren, ein Vertriebsbüro in den USA. Doch die Strukturen werden komplizierter: Es reicht nicht mehr, hier zu entwickeln, dort billig zu produzieren – die Wertschöpfungsketten verlaufen längst anders. Mittlerweile sind die billigen Lohnarbeiter von damals zu Konsumenten geworden und neue Forschungszentren entstehen in den Schwellenländern.

Um das Potenzial globaler Märkte zu nutzen, müssen Mitarbeiter auf allen Kontinenten nicht nur miteinander kommunizieren – Menschen, die sich noch nie getroffen haben, müssen vertrauensvoll zusammenarbeiten. In Projektgruppen in verschiedenen Zeitzonen und Kulturkreisen.

Ein deutscher Farbenhersteller mit Niederlassungen rund um die Welt erkannte schnell: Die Schwierigkeiten beginnen schon damit, dass man nicht mehr weiß, zu welcher Tageszeit die Kollegen im Team erreichbar sind. Und die Verständigung mit den indischen Kollegen war oft kompliziert, weil ein großer Teil der Kommunikation nicht verbal abläuft, sondern zum Beispiel über Kopfbewegungen.

Den Durchbruch brachte eine integrierte UCC-Lösung, die half, aus den einzelnen Unternehmensteilen wieder eine Gemeinschaft zu formen: Dank Presence-Management ist sofort ersichtlich, wer sich wo aufhält und wann er am besten erreichbar ist. Und wichtige Besprechungen werden per Videokonferenz geführt, so dass nun auch die nonverbalen Elemente der Kommunikation nicht mehr verlorengehen.

Dank moderner IT-Lösungen sind die Chancen, sich als Unternehmen auf dem globalen Markt erfolgreich zu etablieren, so gut wie nie.

### 3 Die Kommunikation der Zukunft wird per Video erfolgen. In 10 Jahren werden wir uns fragen, wie wir je zusammenarbeiten konnten, ohne uns zu sehen.

Vor gerade einmal 20 Jahren wurde die erste SMS verschickt – von einem klobigen Gerät mit Monochrombildschirm. Heute kann sich kaum jemand vorstellen, wie wir jemals ohne Mobiltelefone leben konnten. Auch das mobile Internet ist aus unserem Leben kaum noch wegzudenken.

In wenigen Jahren wird auch die Videokommunikation selbstverständlich sein – denn wenn wir unser Gegenüber beim Gespräch nicht sehen können, fehlt ein wesentlicher Teil der Information. Dank Telepresence können viele Unternehmen schon heute Meetings mit Teilnehmern abhalten, die rund um den Globus verteilt sind – aber das kann nur ein erster Schritt sein. Denn für das spontane Gespräch mit den Kollegen am anderen Ende der Welt ist es viel zu umständlich, erst einen speziellen Videokonferenzraum aufzusuchen.

Telepresence wird für ausgedehnte Sitzungen mit höchster Bildqualität noch lange State-of-the-Art sein, aber die Mitarbeiter wollen mehr: Nämlich Video am Arbeitsplatz oder unterwegs. Bei einer Mitarbeiterbefragung in einem internationalen Unternehmen zur Einführung einer

UCC-Lösung gaben die Mitarbeiter an, dass die Videokonferenz direkt vom Arbeitsplatz-PC aus mit Abstand das wichtigste Feature sei.

In Deutschland besitzt fast jeder zweite Erwachsene ein Smartphone, ein großer Teil davon verfügt bereits über eine zweite eingebaute Kamera für Videokommunikation. Der Absatz von Tablets wird in wenigen Jahren größer sein als der von Laptops und anderen tragbaren PCs. Viele Anwender nutzen privat längst Programme wie Skype oder Facetime und fragen sich: Warum machen wir das nicht auch in der Firma? In wenigen Jahren werden wir nicht nur Geschäftsreisen durch Video ersetzen, sondern auch Vorstellungsgespräche, Arztbesuche oder das Gespräch mit dem Anlageberater.

Die wesentliche Aufgabe der IT-Abteilung wird es sein, das Zusammenspiel der verschiedenen Systeme zu ermöglichen: Der Manager, der mit dem iPad in der Flughafen-Lounge sitzt, will ebenso am (Video-)Meeting teilnehmen wie der Kollege im Home Office oder der externe Berater.

### 4 Globale Zusammenarbeit funktioniert nur, wenn Mitarbeiter rund um die Welt, die sich noch nie getroffen haben, echtes Vertrauen aufbauen können. Wir brauchen die „digitale Kaffeeküche“.

Der Schlüssel zu einer effektiven Zusammenarbeit ist gegenseitiges Vertrauen. Neu gebildete Arbeitsgruppen treffen sich in der Regel zu einem „Kick-Off-Meeting“, um sich kennenzulernen und ebendieses Vertrauen aufbauen zu können. Bisher setzte man dazu auch gerne auf „Team Bonding“-Events, also Aktivitäten außerhalb des Arbeitsalltags, die den Zusammenhalt einer Gruppe stärken. In immer globaler aufgestellten Teams wird es aber immer schwieriger, solche Präsenz-Treffen zu organisieren – gerade in Zeiten, in denen vielerorts die Reisekosten drastisch gesenkt werden.

Zusammenzuarbeiten, ohne sich persönlich zu treffen, widerspricht aber unserem menschlichen Wesen, sagt die Zukunftsforscherin Nicola Millard. Unternehmen brauchen ein „Wir-Gefühl“, um gut zu funktionieren. Deshalb, so lautet ihre These, müssen die technischen Tools, die wir nutzen, uns helfen, diesen „sozialen Kleber“, wie sie es nennt, zu ersetzen.

Im privaten Leben gibt es dafür schon eine Reihe von funktionierenden Lösungen. Uni-Absolventen verlieren sich nicht mehr aus den Augen, wenn sie nach dem Abschluss ins Ausland gehen oder in eine andere Stadt ziehen – über soziale Netzwerke halten sie den Kontakt und sind über ihre Freunde genauso gut informiert, als würden sie sich alle paar Tage treffen. Facebook und Twitter sind im digitalen Zeitalter das, was in der „realen“ Welt die Stammkneipe oder der Kleingartenverein sind.

In der Arbeitswelt verhält es sich ähnlich: Die kurzen, informellen Treffen in der Kaffeeküche oder in der Kantine sind es, die uns helfen, eine persönliche Verbindung zu den Kollegen aufzubauen und das Vertrauensverhältnis zu stärken. Hier erfährt man oft beiläufig wichtige Informationen oder lernt einen Experten kennen, der bei einem aktuellen Problem weiterhelfen kann.

Für die heutige Arbeitswelt mit kurzen, scharf abgegrenzten Projekten und globalen, virtuellen Teams heißt das also: Wir brauchen eine „digitale Kaffeeküche“.

Moderne UCC-Tools bieten durch Videokommunikation, Social Media und Instant Messaging die Möglichkeit, sich besser kennenzulernen. Über interne Plattformen wie Blogs und Wikis können Erfahrungen ausgetauscht werden. Und manch ein Mitarbeiter kennt dank Social Media seinen Kollegen am anderen Ende der Welt besser als den, der ein Stockwerk tiefer sitzt.

Es wäre also unklug, diese informellen Kontakte als unproduktives Geschwätz abzutun und den Zugang zu sozialen Medien zu beschränken oder gar zu verbieten. Denn Arbeitskollegen bauen gerade über Facebook, Xing oder LinkedIn den „sozialen Kleber“ auf, der ein globales Unternehmen zusammenhält.

## 5 Soziale Netzwerke und immer größere Datenmengen erfordern Kompetenz im Umgang mit Daten – im Unternehmen und im Privatleben. Gefragt ist ein „Daten-Führerschein“.

Wer vor zwei Jahrzehnten eine weite Reise gemacht hat, war wirklich weg. Mal ein Brief, mal ein Anruf, sonst bekam man nicht viel mit. Heute ist das anders: Dank Smartphone, GPS-Positionsbestimmung und Statusmeldungen in sozialen Netzen wissen wir nahezu in Echtzeit, wo unsere Freunde gerade sind und was sie tun. Noch sind die einzelnen Systeme voneinander getrennt: Im Büro gibt es die „Presence“-Anzeige, privat nutzt man vielleicht Facebook oder Foursquare.

Aber es wird nicht mehr lange dauern, bis auch diese Daten synchronisiert werden können. Die Frage für uns persönlich ist: Wollen wir das? Und ab welchem Punkt wird der allzu offene Umgang mit persönlichen Daten gefährlich?

Ähnliche Fragen stellen sich auch innerhalb des Unternehmens: Dürfen Mitarbeiter während der Arbeit soziale Netzwerke nutzen – oder sollen sie es vielleicht sogar als Instrument für Marketing und zur Kundenkommunikation einsetzen? Und wenn ja: Wie stellt man sicher, dass über diese Kanäle nicht vertrauliche Informationen ausgeplaudert werden? Oder dass Kriminelle auf diesem Weg Passwörter ausspähen?

Im Unternehmen wie auch im Privatleben gilt: Verbote oder simple Sperren sind keine Antwort, denn sie lassen sich leicht umgehen.

Ein allzu restriktiver Umgang mit den neuen Medien wäre auch nicht förderlich für die Attraktivität des Arbeitgebers. Die Ausstattung mit Kommunikationstechnik ist für viele ein entscheidendes Kriterium bei der Wahl des Arbeitgebers: Die Studie „The Collaboration Paradox“ ergab, dass in Deutschland 30 Prozent der Führungskräfte dieser Meinung sind, in anderen Ländern ist der Anteil oft noch größer.

Und die Rollen eines Menschen als Privatperson und als Mitarbeiter lassen sich im digitalen Zeitalter nicht mehr trennen: Über Personensuchmaschinen bekommt man schnell heraus, wer wo arbeitet und wie er sich zu bestimmten Themen geäußert hat.

Es hilft also nur, die Kompetenz zu schärfen: Nicht nur im Umgang mit sozialen Netzwerken, sondern mit Informationen ganz allgemein. Wir brauchen heute den „Daten-Führerschein“. Und zwar nicht nur im Unternehmen: Datenschutz und Social Media-Kompetenz müssen bereits in der Schule vermittelt werden. Tag für Tag werden auf deutschen Schulhöfen immense Datenmengen in soziale Netze eingespeist – es ist dringend notwendig, schon den Kindern die nötigen Kompetenzen dafür zu vermitteln.

## 6 Starre Arbeitszeitmodelle sind out. Das schafft Flexibilität, kann aber auch Stress bedeuten. Wir brauchen mündige Arbeitnehmer – und eine Unternehmenskultur, die das zulässt.

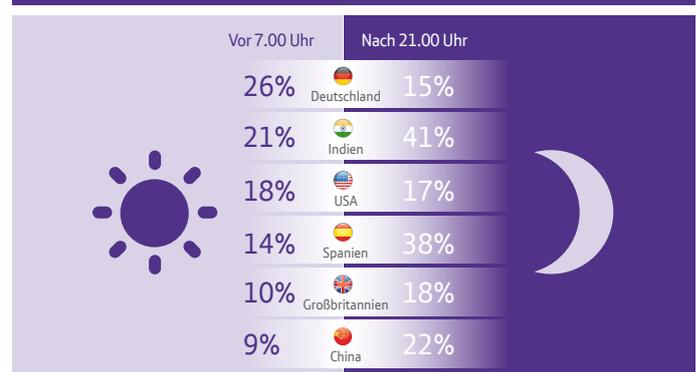
Feste Arbeitszeiten nach dem „nine to five“-Modell sind immer weniger angesagt. Für Führungskräfte, die multinationale Teams in verschiedenen Zeitzonen koordinieren müssen, sind sie sogar außerordentlich hinderlich. Viele Manager wollen lieber selbst entscheiden, wann sie ihre Arbeit am besten erledigen können. In der internationalen BT-Studie machten deutsche Führungskräfte ihrem Ruf als Frühaufsteher alle Ehre: Mehr als ein Viertel gab an, bereits vor 7 Uhr zum ersten Mal beruflich online zu sein. In Spanien wiederum gaben 38 Prozent der Befragten an, noch nach 21 Uhr online zu arbeiten.

Moderne Kommunikationstechnik macht es möglich, überall und jederzeit erreichbar zu sein und auf wichtige Daten zuzugreifen. Eine gute Entwicklung? Oder ist es vielleicht sinnvoll, dass Firmen nach 18 Uhr keine E-Mails mehr zustellen? Brauchen wir ein Gesetz zur Stressbegrenzung am Arbeitsplatz?

Rechtliche Rahmenbedingungen können sicherlich dabei helfen, dass der Arbeitgeber seiner Fürsorgepflicht nachkommt. Aber wer soll entscheiden, was den Mitarbeiter stresst – wenn nicht er selbst? Der eine möchte im Urlaub drei Wochen abschalten und lässt den BlackBerry zu Hause, der andere findet es angenehmer, ab und zu in die Mails zu schauen und dringende Anfragen zu beantworten. Wir brauchen mündige Arbeitnehmer, die selbst bestimmen, wann und wo sie arbeiten – und Führungskräfte, die diese Freiheit akzeptieren und respektieren, dass es Ruhepausen geben muss.

Innovative UCC-Features wie „Presence Management“ können dabei helfen: Die Kollegen können mithilfe der Status-Anzeige erkennen, ob und wie ich erreichbar bin; aber ich kann eben auch signalisieren, wenn ich nicht gestört werden will oder dass meine Arbeitszeit für heute vorbei ist. Technik alleine kann das Problem nicht lösen. Es kommt darauf an, wie man sie anwendet – dass also Kollegen und Vorgesetzte es respektieren, wenn die Anzeige auf Rot steht (nicht stören) oder ganz aus ist (offline). Dann kann jeder selbst entscheiden, ob er lieber bis 17 Uhr im Büro arbeitet – oder aber einmal um 15 Uhr Schluss macht und sich abends für zwei Stunden einloggt. Diese Flexibilität ist es, die einen Arbeitsplatz attraktiv macht und zum Beispiel dafür sorgt, dass Eltern berufliche und familiäre Aufgaben unter einen Hut bringen können. Gerade im „War for Talents“, im härter werdenden Wettbewerb um qualifizierte Nachwuchskräfte, ist diese Flexibilität ein wichtiges Differenzierungsmerkmal.

### Wann sind internationale Führungskräfte online?



# Ausblick

Einige der in diesem Thesenpapier erwähnten Kommunikationstechnologien nutzen Sie sicherlich schon. Aber wir wissen aus der Praxis unserer Kunden, dass diese Anwendungen oft über Jahre hinweg einzeln installiert wurden. Sie passen daher vielleicht nicht so zusammen, wie Sie es gerne hätten.

Mit den heute verfügbaren Unified Communications-Lösungen lassen sich die Einzelteile zu einem harmonischen Ganzen zusammenfügen. So werden Sie in Ihrem Unternehmen flexibler, schneller und effizienter. Und: Die Zusammenarbeit gelingt besser – und endlich auch wirklich global. Mit den neuen Technologien müssen Sie weniger investieren und können mehr erreichen.

Eines ist sicher: Die technologische Welle rollt mit rasantem Tempo. Die jüngeren Mitarbeiter bringen ihre eigene IT einfach mit, wenn sie im Unternehmen nicht zur Verfügung gestellt wird. Das Top-Management wird sich nicht einfach so verbieten lassen, die eigenen Smartphones zu benutzen. Die Globalisierung lässt sich nicht ignorieren.

**Die Entwicklung wird sich nicht aufhalten lassen. Deshalb ist es sinnvoll, rechtzeitig die zentralen Fragen zu stellen.**

Wichtige Fragen wären zum Beispiel:

- Helfen Ihre derzeitigen Kommunikationstools dabei, die Zusammenarbeit von Mitarbeitern, Lieferanten und Kunden zu fördern? Wie kosteneffizient sind diese Tools?
- Welchen Aufwand bedeutet es heute für Ihr Unternehmen, ein internationales Meeting auszurichten – in Form von Reisekosten, verloraener Arbeitszeit und reduzierter Produktivität durch eine aufwändige Anreise? Wie viel könnten Sie sparen, wenn die richtigen UCC-Tools solche Meetings überflüssig machen würden?
- Wie viele Kommunikationstools nutzen Ihre Mitarbeiter? Welche Tools präferieren sie? Von welchen Tools bräuchten Sie mehr?
- Haben sich die Arbeitsmethoden Ihres Personals über die Jahre verändert? Wer braucht einen Schreibtisch und wer ist unterwegs? Wie viel Bürofläche mit ungenutzten Schreibtischen könnten Sie einsparen?
- Wie werden „Generation Y“-Mitarbeiter mit den vorhandenen Technologien arbeiten? Werden sie produktiv sein – und welches Potenzial liegt darin für Ihr Unternehmen? Oder werden sie sich eingeschränkt fühlen – und mit welchen Kosten ist das verbunden?
- Hat Ihr Unternehmen eine Cloud Computing-Strategie? Wissen Sie, welche Cloud-Services bereits genutzt werden – und von wem? Sind die Daten dort sicher? Welcher Schaden könnte in Ihrem Unternehmen angerichtet werden, wenn diese Services gehackt werden?
- Wie ist Ihre Bring-your-own-Device-Strategie? Sind die Inhalte auf den privaten Geräten Ihrer Mitarbeiter genauso sicher wie die auf der unternehmenseigenen Hardware?
- Gibt es Schulungen für Mitarbeiter, um sie mit dem Technologie-wandel vertraut zu machen und auf die möglichen Risiken z.B. von Social Media hinzuweisen?

**Knifflige Fragen? Nicht unbedingt.**

**Unsere Experten von BT Advise One werden Sie gerne dabei unterstützen, die passenden Antworten zu finden.**

## Über BT Germany

BT ist einer der international führenden Anbieter für Kommunikationslösungen und betreut Kunden in mehr als 170 Ländern. In Deutschland bietet BT seit 1995 Dienstleistungen für Firmenkunden an und hat sich seither zu einem führenden Anbieter für globale Netzwerk- und IT-Services entwickelt. Ein besonderer Schwerpunkt liegt dabei auf international tätigen Unternehmen mit vielen verteilten Standorten, die komplexe Anforderungen an die Netzwerkinfrastruktur stellen. Zu den Kunden zählen außerdem öffentliche Einrichtungen, andere Netzbetreiber (Carrier) sowie Reseller und Internet Service Provider.

Bei Interesse an den in diesem Thesenpapier zitierten Studien nehmen Sie bitte mit uns Kontakt auf.



**Haben Sie noch Fragen? Wir sind gerne für Sie da.** Ihr **BT-Account Manager** steht Ihnen gerne zur Verfügung.

Mehr Informationen zum Unternehmen BT Germany und unserem Consulting-Angebot Advise One erhalten Sie auch unter [www.bt.com/de](http://www.bt.com/de) Oder kontaktieren Sie uns unter **0180 / 22 22 11 2\*** bzw. [information@bt.com](mailto:information@bt.com)

BT (Germany) GmbH & Co. oHG, Barthstraße 4, 80339 München

\* 0,06 Euro pro Anruf aus dem Festnetz; aus Mobilfunknetzen maximal 0,42 Euro pro Minute



Bei Interesse an den in dieser Broschüre beworbenen Leistungen erstellen wir gerne – vorbehaltlich der Verfügbarkeit – ein entsprechendes Angebot auf der Basis der Allgemeinen Geschäftsbedingungen und der jeweils anwendbaren Leistungsbeschreibungen der BT (Germany) GmbH & Co. oHG. Wenden Sie sich dazu bitte an Ihren BT-Account Manager. Das vorliegende Thesenpapier wurde von BT Germany erstellt. Trotz der gewissenhaften und mit größter Sorgfalt erfolgten Ermittlung der Informationen und Daten kann für deren Vollständigkeit und Richtigkeit keine Garantie übernommen werden. Niemand sollte aufgrund dieser Informationen handeln ohne geeigneten fachlichen Rat und ohne gründliche Analyse der betreffenden Situation. Alle Rechte am Inhalt dieses Untersuchungsberichts liegen bei BT Germany. Die Daten und Informationen bleiben Eigentum der BT Germany. Vervielfältigungen, auch auszugsweise, bedürfen der schriftlichen Genehmigung durch BT (Germany) GmbH & Co. oHG.