

## WELTWEITE STUDIE: VORTEILE UND HINDERNISSE BEI DER EINFÜHRUNG DER VIDEOZUSAMMENARBEIT



### Zusammenfassung

Video-Collaboration-Technologien definieren den Arbeitsplatz neu, kann man damit doch von nahezu jedem Ort weltweit virtuell produktive und persönliche Meetings abhalten. Es mag inzwischen hinlänglich bekannt sein, dass die Zusammenarbeit per Videotechnologie dank weniger Geschäftsreisen beträchtliche wirtschaftliche Vorteile mit sich bringt. Gleichzeitig existieren jedoch noch weitere Pluspunkte, die seltener betrachtet werden. So zum Beispiel das dadurch gestärkte Vertrauensverhältnis zwischen Kollegen an unterschiedlichen Standorten, produktivere Team-Zusammenarbeit sowie zusätzliche Wettbewerbsvorteile.

Um Unternehmen einen besseren Überblick über diese Vorteile zu bieten, hat Cisco daher eine weltweite Studie in Auftrag gegeben. Sie erfasst und analysiert die marktabhängigen Meinungsbilder im Hinblick auf Video-Collaboration-Technologien (hier als TelePresence und Videokonferenz-Technologie definiert) am Arbeitsplatz. Bei der von Ipsos Mori Mitte 2010 durchgeführten, international repräsentativen Studie wurden Mitarbeiter von Unternehmen aus 12 Schlüsselmärkten befragt. Dabei wurden erhebliche Unterschiede zwischen Nutzern und Nichtnutzern festgestellt. Die Daten zeigen jedoch auf, dass sowohl Nutzer als auch Nichtnutzer neben weniger Geschäftsreisen und geringeren Kosten noch viele weitere Vorteile schätzen. Dazu gehören beispielsweise ein ausgewogeneres Verhältnis zwischen Arbeit und Privatleben, höhere Produktivität und klarere Kommunikationsmöglichkeiten.

### Einige der wichtigsten Ergebnisse der weltweiten Umfrage von Cisco:

- Mit 90 % gab die überwältigende Mehrheit der häufigen Nutzer (Verwendung mindestens einmal pro Woche) an, mithilfe von Video-Collaboration-Technologien mindestens zwei Stunden Arbeitszeit pro Woche einzusparen. Im Gegensatz hierzu glaubten jedoch nur 33 % der Nichtnutzer, mit der Technologie ergäben sich für sie Möglichkeiten zur Zeiteinsparung. Diese Ergebnisse zeigen einen erheblichen Unterschied zwischen der Wahrnehmung von Nutzern und Nichtnutzern auf.
- Die meisten Befragten schätzen die Vorteile der Videozusammenarbeit wie z. B. höhere Produktivität, klarere Kommunikation und produktivere Team-Zusammenarbeit. Und obgleich sowohl Nutzer als auch Nichtnutzer den Wert von Video-Collaboration-Technologien anerkennen (76 % bzw. 60 %), schätzen Personen, die diese Technologie häufig verwenden, einige qualitative Vorteile bedeutend mehr als Nichtnutzer. So zum Beispiel das ausgewogenere Verhältnis zwischen Arbeit und Privatleben (70 % der häufigen Nutzer bzw. 37 % der Nichtnutzer), zusätzliche Wettbewerbsvorteile (73 % der häufigen Nutzer bzw. 42 % der Nichtnutzer) und den Aufbau einer persönlicheren Beziehung unter Kollegen (71 % der häufigen Nutzer bzw. 40 % der Nichtnutzer).
- Bei der Wahrnehmung und Verwendung der Technologie bestehen zwischen den Ländern teils erhebliche Unterschiede. Im Online-Bereich tätige Befragte in China sind bezüglich Verwendung und wahrgenommenen Vorteilen sehr weit vorne im Ranking anzutreffen. Über die Hälfte der Befragten in China verwendet Video-Collaboration-Technologie (56 %) – mehr als doppelt so viele wie in anderen Ländern. Bei der Bewertung 15 potenzieller Vorteile der Video-Collaboration-Technologie bestätigte in China im weltweiten Vergleich ein erheblich höherer Prozentsatz das Bestehen der Vorteile.

## Zentrale Hindernisse für die Einführung: Mangel an Erfahrung und Wissen um Vorteile und Kosten



Bei der Videozusammenarbeit werden zur Messung der Investitionsrendite meist die Einsparungen durch reduzierte Geschäftsreisen herangezogen. Weltweit sparen Unternehmen jährlich Hunderttausende von Dollar, wenn sie ihren Mitarbeitern Alternativen für einen Flug anbieten, um sich mit Kollegen, Partnern oder Kunden persönlich zu treffen. Ein Beispiel hierfür ist das global tätige Architektur- und Designbüro Woods Bagot, das im Rahmen eines Pilotprogramms zur Verbindung der Niederlassungen in Sydney, Dubai und San Francisco mithilfe von Video-Collaboration-Technologien in nur einem Jahr 440.000 US-Dollar an Reisekosten einsparte.

Obwohl Kosteneinsparungen und Investitionsrendite dank Videozusammenarbeit auf breiter Basis nachgewiesen wurden, geben die Befragten weiterhin die Kosten als potenzielles Hindernis für die Einführung an. So stufen 33 % der Befragten weltweit Kostenfaktoren als größtes Hindernis für die Einführung ein, während 30 % Budgetaspekte angeben (siehe Tabelle 1).

Interessanterweise bezog sich die am häufigsten genannte Antwort in dieser Umfrage jedoch nicht auf finanzielle Aspekte: Die meisten Befragten weltweit (35 %) gaben einen „Mangel an Erfahrung“ als wichtigstes Hindernis für die Einführung an. Ein „Mangel an Wissen um die Vorteile“ wurde von 29 % aller Befragten als vierthöchstes potenzielles Hindernis für die Einführung von Video-Collaboration-Technologie angegeben. Die befragten chinesischen Angestellten stufen dieses Hindernis höher ein als jedes andere Land (19 %), während die Befragten in Spanien (14 %) dies als wichtigstes potenzielles Hindernis für die Einführung nannten.

Beachtenswert ist auch, dass sich China unter den befragten Ländern bei der Angabe des wichtigsten Hindernisses abhob: 22 % der Befragten gaben die „Inkompatibilität zwischen unterschiedlichen Anbietern“ als größtes potenzielles Hindernis für die Einführung von Video-Collaboration-Technologien an. Diese Antwort ist ein Hinweis darauf, dass die Aufklärung im Hinblick auf Interoperabilität weiterhin einen wichtigen Faktor darstellt und im Mittelpunkt des Interesses stehen sollte, um mit falschen Vorstellungen aufzuräumen.

**Tabelle 1:** Haupthindernis für die Einführung von Video-Collaboration-Technologie

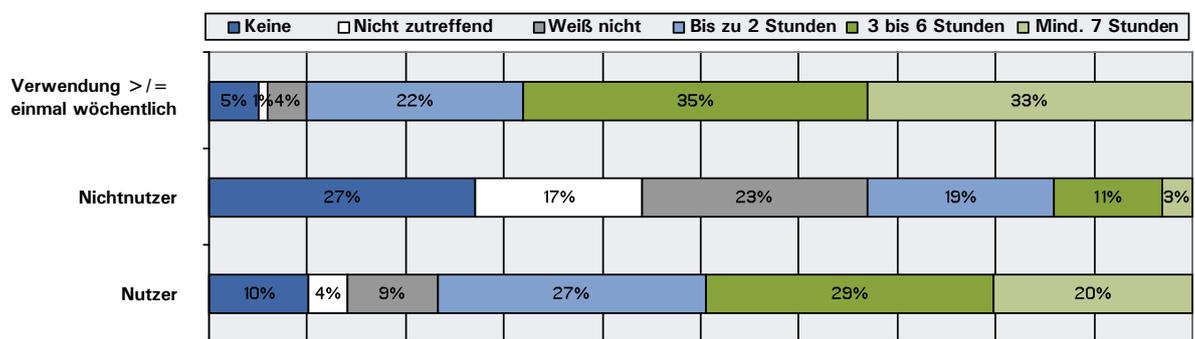
(der Gesamtprozentsatz der Befragten, die die entsprechende Variable als Hindernis angeben, ist neben der Variablen in Klammern angegeben)

Hindernisse	USA	Aus-tralien	China	Russland	Groß-britan-nien	Frankreich	Deutschland	Spanien	Niederlande	Norwegen	Schweden	Dänemark
Mangel an Erfahrung (35 %)	7%	8%	6%	9%	5%	11%	10%	11%	7%	9%	9%	7%
Hohe Installationskosten (33 %)	10%	11%	10%	13%	12%	13%	11%	8%	8%	6%	6%	9%
Mangel an finanziellen Mitteln (30 %)	18%	13%	3%	18%	20%	12%	16%	13%	16%	8%	7%	11%
Mangel an Wissen um die Vorteile (29 %)	7%	8%	19%	9%	8%	8%	8%	14%	5%	8%	9%	10%
Hohe Kosten laufender Investitionen (26 %)	9%	7%	7%	7%	7%	7%	4%	9%	5%	5%	6%	3%
Mitarbeiter möchten nicht gesehen werden (23 %)	5%	5%	5%	6%	4%	7%	9%	4%	5%	4%	4%	4%
Inkompatibilität zwischen unterschiedlichen Anbietern (23 %)	5%	4%	22%	3%	3%	6%	6%	4%	3%	3%	4%	5%
Unzureichende Breitbandinfrastruktur (21 %)	4%	6%	12%	14%	4%	6%	5%	8%	3%	5%	3%	5%
Wahrnehmung als schwierig in der Handhabung (21 %)	4%	5%	2%	2%	3%	5%	5%	3%	2%	4%	3%	2%
Wahrnehmung als unnatürlich (18 %)	4%	6%	5%	2%	5%	6%	8%	4%	8%	9%	5%	9%
Wahrnehmung als unzuverlässig (18 %)	4%	4%	7%	4%	3%	2%	3%	3%	1%	1%	2%	1%

### Der große Unterschied: Sehen heißt glauben

Mit 90 % gab die überwältigende Mehrheit der häufigen Nutzer (Verwendung mindestens einmal pro Woche) an, mithilfe der Technologie mindestens zwei Stunden Arbeitszeit pro Woche einzusparen. Trotz der erheblichen Zeiteinsparungen bei häufigen Nutzern glaubten jedoch nur 33 % der Nichtnutzer, mit der Technologie ergäben sich für sie Möglichkeiten zur Zeiteinsparung. Überraschenderweise schätzt ein Drittel der Nutzer, die diese Technologie häufig verwenden, dass sie fast einen ganzen Tag – mindestens sieben Stunden – pro Woche einsparen. Dies addiert sich auf mehr als zwei Monate, die ein Einzelner im Laufe eines Jahres einsparen kann (siehe Tabelle 2).

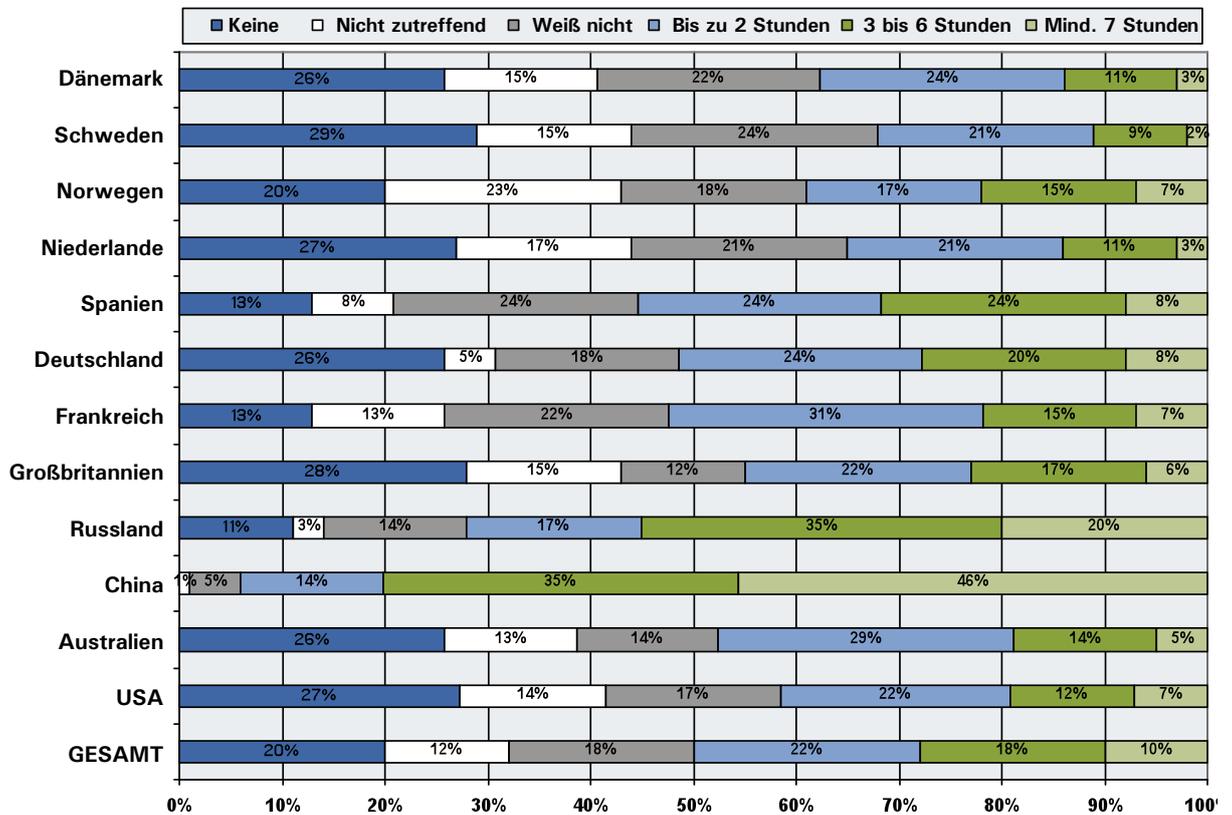
**Tabelle 2:** Wahrnehmung der potenziellen Zeiteinsparung durch Video-Collaboration-Technologie: Nutzer bzw. Nichtnutzer



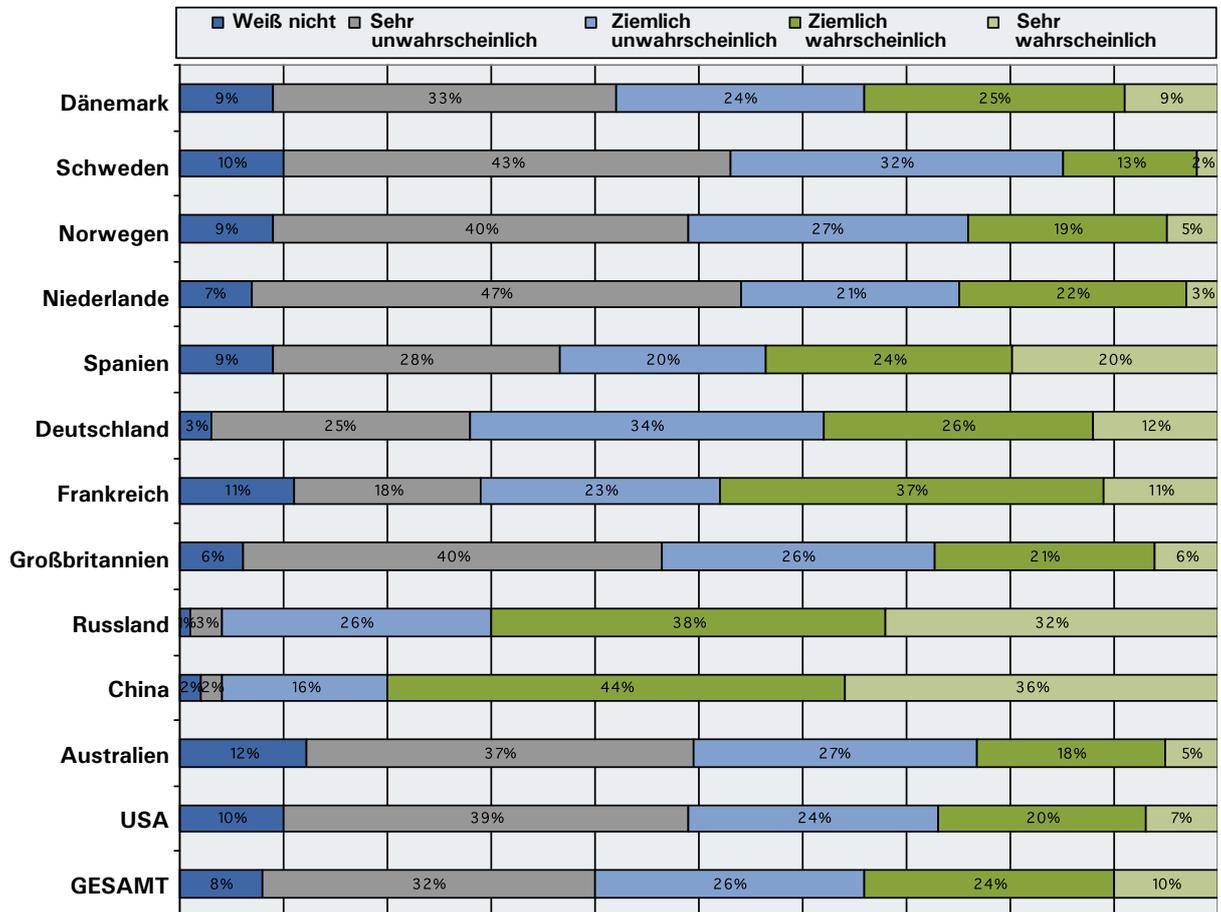
Der beträchtliche Unterschied zwischen Nutzern und Nichtnutzern zeigt, dass sehen glauben heißt. Ivan Ross, Director und COO bei Woods Bagot, steht zu seiner anfänglichen Skepsis. „Wir wussten, dass wir die Investition über die eingesparten Reisekosten würden rechtfertigen können. Dennoch: Wer keine guten Erfahrungen mit einer derartigen Lösung macht, der sitzt postwendend wieder im nächsten Flugzeug. Deshalb musste ich absolut davon überzeugt sein, dass unsere Mitarbeiter diese Technologien auch nutzen würden. Uns war klar, dass es darauf ankommen würde, wie die Technologie unseren Mitarbeitern in der Praxis nutzen könnte. Und tatsächlich – nachdem sie die Technologie getestet hatten, mussten sie gar nicht mehr davon überzeugt werden, Meetings virtuell abzuhalten, anstatt viele Stunden wertvoller Zeit im Flugzeug zu verbringen.“

Weltweit ist China das Land mit dem höchsten Prozentsatz an Angestellten, die Zeiteinsparungen von mindestens sieben Stunden pro Woche für möglich halten (46 %). Dieser Wert liegt weit über den durchschnittlich 10 % in anderen Ländern. 20 % der russischen Angestellten verzeichnen Zeiteinsparungen von mehr als sieben Stunden pro Woche durch Zusammenarbeit per Videotechnologie und TelePresence (siehe Tabelle 3).

**Tabelle 3:** Wahrnehmung der potenziellen Zeiteinsparung durch Video-Collaboration-Technologie:  
Nach Land



Unter den Angestellten, die Video-Collaboration- oder TelePresence-Technologie nicht verwenden, geben 6 von 10 Befragten an, am Arbeitsplatz keinen Zugriff auf diese Kommunikationstools zu haben. Ein Drittel der Angestellten weltweit, die derzeit keine Video-Collaboration-Technologie verwenden, würden diese Technologie wahrscheinlich verwenden, falls sie verfügbar wäre. Die Befragten in China und Russland stehen einer Verwendung der Technologie, wenn sie verfügbar wäre, am positivsten gegenüber (siehe Tabelle 4).

**Tabelle 4: Wahrscheinlichkeit der Verwendung von Video-Collaboration-Technologie bei Verfügbarkeit**


### Soft-Faktoren für die Videozusammenarbeit

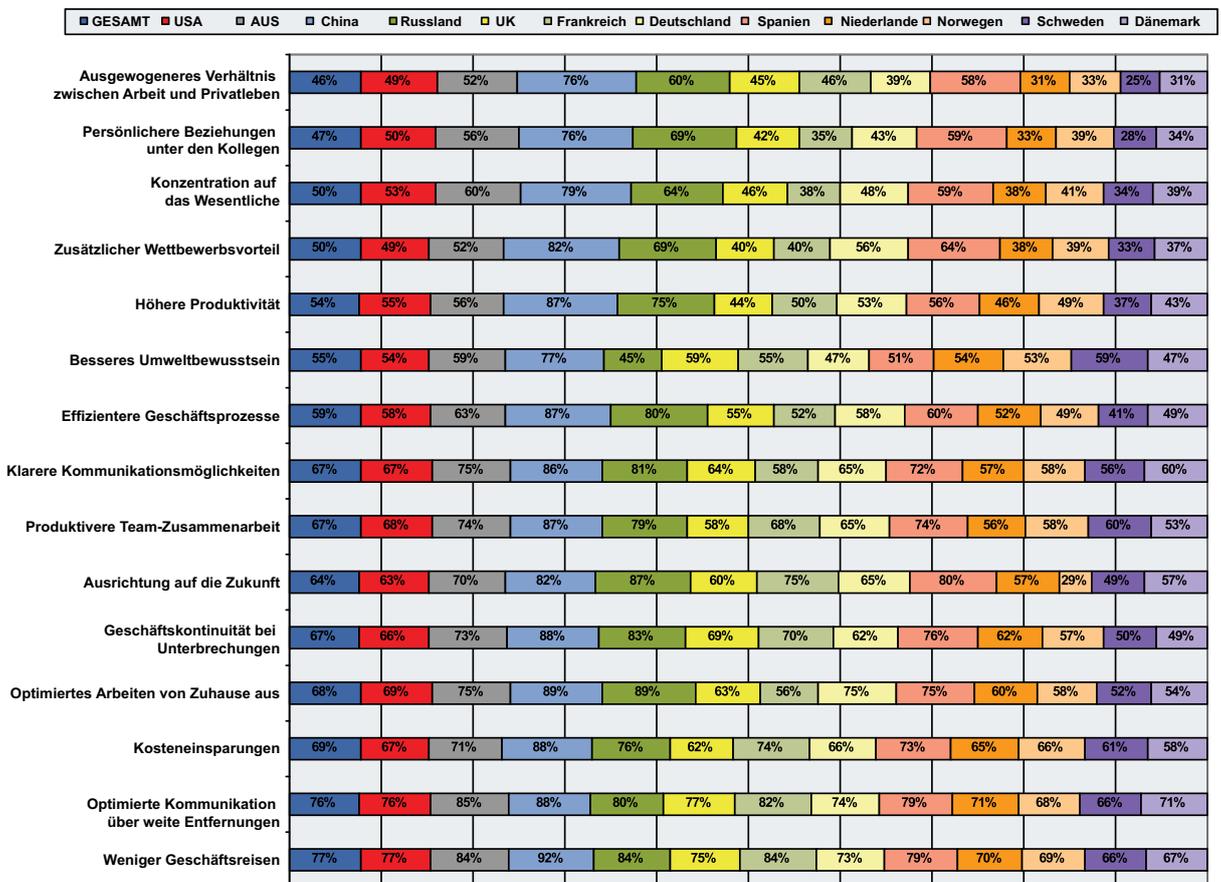
Die Studie analysiert die aktuelle Wahrnehmung der Vorteile der Videozusammenarbeit. Obwohl Kosten- und Budgetaspekte als wichtigste Hindernisse für die Einführung angegeben wurden, gaben ironischerweise 69 % der Befragten Kosteneinsparungen als einen der größten Vorteile der Video-Collaboration-Technologie an. Kosteneinsparungsmöglichkeiten wurden als einer der drei wichtigsten Vorteile eingestuft, zusammen mit weniger Geschäftsreisen (77 %) und optimierter Kommunikation über weite Entfernungen (76 %).

Darüber hinaus kommt die Studie zu dem Ergebnis, dass die qualitativen Vorteile genauso schlagkräftig sind wie die oft diskutierten Vorteile durch weniger Geschäftsreisen und Kosteneinsparungen, die für das Unternehmen direkt spürbar sind (siehe Tabelle 5). Die meisten Befragten – Nutzer und Nichtnutzer – unterstützen bezüglich der Technologie folgende Aussagen:

- Optimiertes Arbeiten von Zuhause aus (68 %)
- Geschäftskontinuität bei Unterbrechungen (67 %)
- Ausrichtung des Unternehmens auf die Zukunft (64 %)
- Produktivere Team-Zusammenarbeit (67 %)
- Klarere Kommunikationsmöglichkeiten (67 %)
- Effizientere Geschäftsprozesse (59 %)

- Besseres Umweltbewusstsein (55 %)
- Höhere Produktivität (54 %)
- Zusätzliche Wettbewerbsvorteile (50 %)
- Konzentration auf das Wesentliche (50 %)
- Aufbau einer persönlicheren Beziehung unter Kollegen (47 %)
- Ausgewogeneres Verhältnis zwischen Arbeit und Privatleben (46 %)

**Tabelle 5:** Wahrgenommene Vorteile der Video-Collaboration-Technologie: Nutzer und Nichtnutzer nach Land



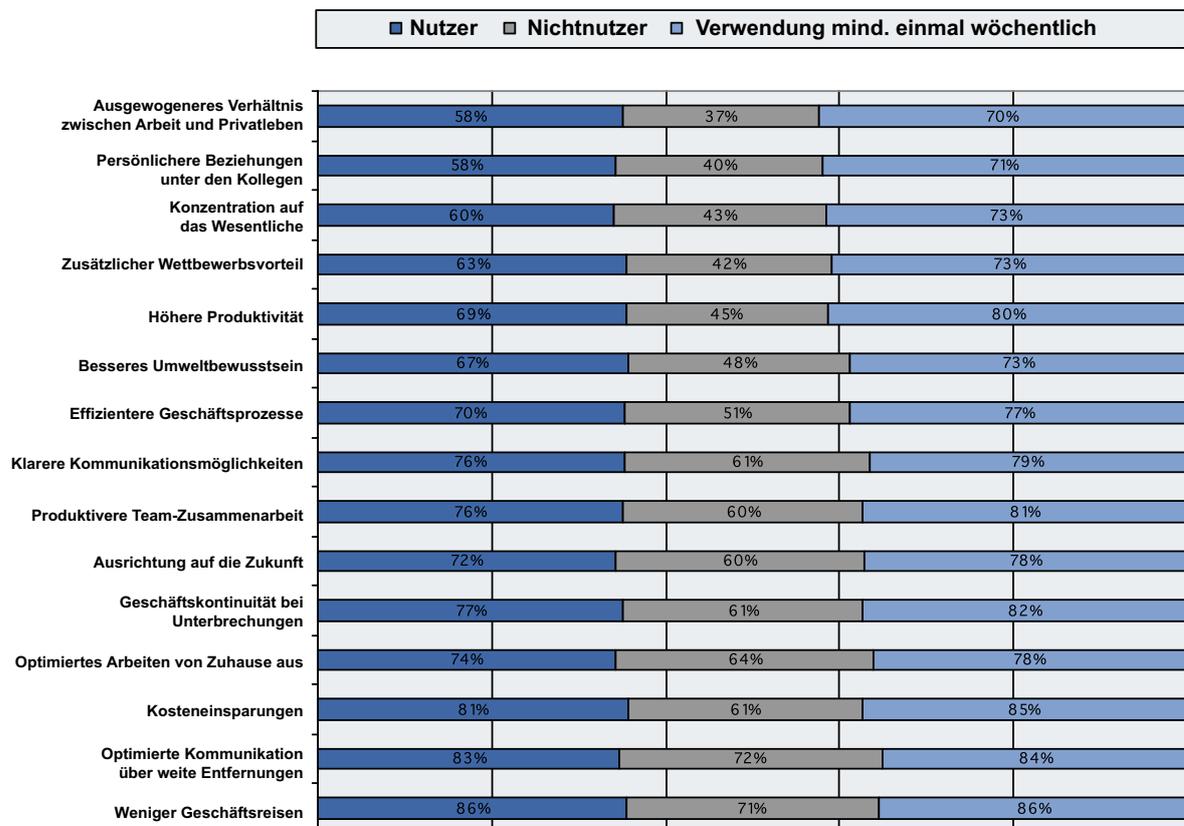
Es gibt zahllose Beispiele dafür, wie Unternehmen dank der Technologie neben Kosteneinsparungen weitere Vorteile realisieren. Dazu gehören beispielsweise die Optimierung von Geschäftsprozessen und Ausrichtung auf die Zukunft. So verwendete etwa United Steelworkers die Video-Collaboration-Technologie während einer Firmenfusion und konnte dadurch den Vorgang nicht nur auf 6 Monate verkürzen, sondern auch persönlichere Beziehungen unter den Kollegen aufbauen sowie die Anzahl der Geschäftsreisen reduzieren. Nach nur einem Jahr hatten sich die Investitionskosten bereits amortisiert.

Der Cisco Kunde Tommy Hilfiger ist ein weiteres Beispiel für ein Unternehmen, das sich mithilfe von TelePresence einen Wettbewerbsvorteil verschafft hat. Mithilfe einer individuellen TelePresence-Lösung wurde ein virtueller Anproberaum erstellt und als Konzept implementiert. Das Unternehmen konnte dadurch die Markteinführungszeit reduzieren und zudem Kosteneinsparungen erzielen.

Global gesehen weisen Schweden, Großbritannien und die Niederlande den höchsten Prozentsatz an Befragten auf, die keine potenziellen Kosteneinsparungen durch Videozusammenarbeit oder TelePresence erkennen. Dabei ist aber zu beachten, dass für diese drei Länder auch der höchste Prozentsatz an Befragten verbucht wurde, die täglich persönliche Meetings durchführen. Kulturelle Unterschiede bei der Interaktion und im Hinblick auf Beziehungen in der Geschäftswelt spielen hier also möglicherweise eine Rolle.

Die Umfrage zeigt außerdem, dass Video-Collaboration-Technologien positive Auswirkungen auf das Privatleben vieler Angestellter haben, die diese Technologien häufig verwenden. Über 70 % der Benutzer gaben an, dass die Technologie ihnen zu einem ausgewogeneren Verhältnis zwischen Arbeit und Privatleben verholfen hat. Diese Ansicht teilten nur 37 % der Nichtnutzer. Darüber hinaus sind 71 % der Benutzer der Meinung, dass die Technologie entscheidend beim Aufbau einer persönlicheren Beziehung unter Kollegen hilft. Für häufige Nutzer von Video-Collaboration-Technologie hat diese Art von Vorteilen einen wesentlich höheren Stellenwert als für Nichtnutzer. Dies liegt wahrscheinlich daran, dass Nichtnutzer die Technologie nicht ausreichend (oder überhaupt nicht) verwendet haben und diese Vorteile deshalb nicht selbst kennenlernen konnten.

**Tabelle 6:** Wahrgenommene Vorteile der Video-Collaboration-Technologie: Nutzer und Nichtnutzer



Mehr als zwei Drittel aller Befragten erkennen die ökologischen Vorteile der Verwendung von Video-Collaboration-Technologie an, etwa in Form eines besseren Umweltbewusstseins oder durch die Reduzierung von Geschäftsreisen. Und auch wenn für viele Unternehmen die Umwelt kein entscheidender Faktor für die Einführung ist, so sind die ökologischen Vorteile doch unbestreitbar. Vodafone beispielsweise implementierte Video-Collaboration-Technologie, um Geschäftsreisen zu reduzieren. Im Laufe eines Finanzjahrs konnte das Unternehmen nicht nur 40.000 Geschäftsreisen streichen, sondern auch schätzungsweise 17.000 Tonnen CO<sub>2</sub> einsparen.

### China ist der größte Anhänger der Videozusammenarbeit

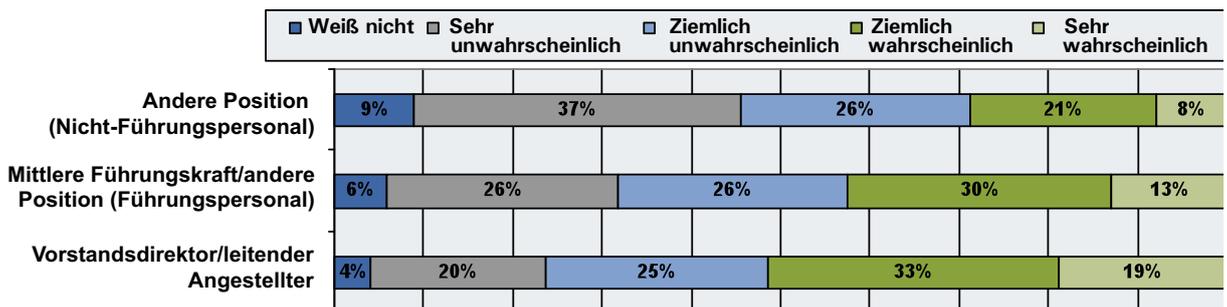
Die Daten der Umfrage von Cisco zeigen, dass bei der Wahrnehmung und Verwendung der Technologie länderübergreifend teils erhebliche Unterschiede existieren. China ist bezüglich Verwendung und wahrgenommenen Vorteilen ganz vorne im Ranking zu finden (siehe Tabelle 4). Über die Hälfte der Befragten in China verwendet Video-Collaboration-Technologie (56 %) - mehr als doppelt so viele wie in anderen Ländern. Bei der Bewertung 15 potenzieller Vorteile der Video-Collaboration-Technologie bestätigte in China im weltweiten Vergleich ein erheblich höherer Prozentsatz das Bestehen der Vorteile (siehe Tabelle 5). China und Russland hoben sich in der Umfrage auch dadurch von anderen Ländern ab, weil hier der höchste Prozentsatz an Angestellten der Meinung war, dass durch Video-Collaboration-Technologie das Arbeiten von Zuhause aus optimiert wird.

Bei der Umfrage gaben außerdem in China mehr Befragte als in jedem anderen Land an, Video-Collaboration-Technologie (52 %) und Webkonferenz-Technologie (47 %) häufig für die persönliche Kommunikation zu verwenden.

### Positionsabhängige Nutzung der Videozusammenarbeit

Gemäß der Umfrage nutzt Führungspersonal Videozusammenarbeit bei Verfügbarkeit viel eher (51 %), als dies bei Nicht-Führungspersonal der Fall ist (29 %) (siehe Tabelle 7). Die Daten zeigen außerdem, dass sich Vorstandsmitglieder oder leitende Angestellte am häufigsten mit Kollegen an verschiedenen Orten im selben Land (72 %) und im Ausland (30 %) treffen.

**Tabelle 7:** Wahrscheinlichkeit der Verwendung von Video-Collaboration-Technologie bei Verfügbarkeit



Nicht überraschend ist deshalb das Ergebnis der Umfrage von Cisco, dass Zeiteinsparungen durch Videozusammenarbeit vor allem von Führungspersonal (79 %) und weniger von Nicht-Führungspersonal (36 %), das weniger auf Geschäftsreisen ist, wahrgenommen werden.

## Zusammenfassung

Die Daten der Umfrage von Cisco liefern wertvolle Informationen darüber, wie sich die Art und Weise der



Zusammenarbeit und Kommunikation in der Arbeitswelt durch die Video-Collaboration-Technologie ändert. In vielen Ländern wurden diese Technologien bereits eingeführt, und die Unternehmen sparen Zeit und Geld durch höhere Effizienz und Produktivität sowie durch weniger Geschäftsreisen. Die Ergebnisse zeigen außerdem, dass viele Angestellte erkennen, dass diese Kommunikationstools ihnen helfen, starke Geschäftsbeziehungen mit Kunden und Kollegen aufzubauen, die an anderen Standorten arbeiten. Darüber hinaus hat die Umfrage offenbart, dass die Verwendung von Lösungen wie TelePresence und Video-konferenzen am Arbeitsplatz positive

Auswirkungen auf das Privatleben der Angestellten haben kann, da sie ein ausgewogeneres Verhältnis zwischen Arbeit und Privatleben erreichen.

Zwar haben nicht alle Angestellten Zugriff auf Video-Collaboration-Technologien, es steht jedoch fest, dass dieser Markt ein hervorragendes Wachstumspotenzial aufweist. Mehr Angestellte nutzen Videozusammenarbeit und TelePresence häufiger, und mehr als ein Drittel der Nichtnutzer weltweit beabsichtigt, diese Technologie zu verwenden, sobald sie ihnen zur Verfügung steht. Die Kosten für Video-Collaboration- und Telepresence-Lösungen sinken, während die Qualität exponentiell steigt. Angestellte, die noch keinen Zugriff auf die Technologie haben oder diese nur gelegentlich nutzen können, müssen deshalb möglicherweise nicht lange warten, bis sie die vielen potenziellen Vorteile eines Arbeitsplatzes mit Videounterstützung nutzen können.

## Über die Studie

Bei der Online-Umfrage, die im Mai und Juni 2010 von Ipsos Mori für Cisco durchgeführt wurde, wurden 500 Angestellte in den folgenden Märkten befragt: Australien, China, Dänemark, Frankreich, Deutschland, Niederlande, Norwegen, Russland, Spanien, Schweden, Großbritannien und USA. Die Befragten waren mindestens 18 Jahre alt, arbeiteten Voll- oder Teilzeit, führten pro Woche mindestens ein geschäftliches Telefonat und arbeiteten in einem Unternehmen mit mindestens 250 Mitarbeitern (zusätzliche demografische Daten finden Sie im Anhang).

## Über Cisco

Cisco (NASDAQ: CSCO) ist der weltweit führende Anbieter von Netzwerklösungen und revolutioniert mit seinen Technologien die Interaktion, Kommunikation und Zusammenarbeit. Das Unternehmen blickt auf 25 Jahre technologische Innovation, betriebliche Spitzenqualität und soziale Unternehmensverantwortung zurück. Informationen zu Cisco finden Sie unter [www.cisco.com](http://www.cisco.com).

Weitere Informationen zu Cisco TelePresence-Lösungen – vom Laptop bis hin zu TelePresence-Räumen – finden Sie auf der Website [www.cisco.com/web/DE/products/telepresence.html](http://www.cisco.com/web/DE/products/telepresence.html).

## Anhang

In Tabelle A1 sind die demografischen Daten nach Land und in Tabelle A2 nach Verwendung, Firmengröße und Position aufgeführt.

**Tabelle A1: Demografische Daten der Umfrage nach Land**

	Gesamt	USA*	Aus*	China **	Russland**	GB*	Frankreich*	Deutschland*	Spanien**	NL*	Norwegen*	Schweden*	Dänemark**
<b>Gesamtbasis</b>	6041	500	507	503	507	501	501	504	503	508	501	503	503
<b>Geschlecht:</b>													
<b>Männlich</b>	50%	50%	50%	50%	50%	50%	50%	50%	50%	50%	50%	50%	50%
<b>Weiblich</b>	50%	50%	50%	50%	50%	50%	50%	50%	50%	50%	50%	50%	50%
<b>Alter:</b>													
<b>18-24</b>	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%
<b>25-34</b>	25%	25%	25%	25%	25%	25%	25%	25%	25%	25%	25%	25%	25%
<b>35-44</b>	25%	25%	25%	25%	25%	25%	25%	25%	25%	25%	25%	25%	25%
<b>45-54</b>	25%	25%	25%	25%	25%	25%	25%	25%	25%	25%	25%	25%	25%
<b>55-64</b>	14%	12%	14%	14%	13%	13%	15%	15%	14%	15%	13%	14%	13%
<b>Über 65</b>	1%	3%	1%	1%	2%	2%	–	–	1%	–	2%	1%	2%
<b>Beschäftigungsstatus:</b>													
<b>Vollzeit (mind. 30 Stunden)</b>	84%	80%	80%	93%	93%	80%	80%	80%	92%	80%	80%	80%	90%
<b>Teilzeit</b>	16%	20%	20%	7%	7%	20%	20%	20%	8%	20%	20%	20%	10%
<b>Firma:</b>													
<b>National</b>	62%	64%	62%	72%	77%	60%	59%	55%	62%	62%	55%	63%	51%
<b>International</b>	38%	36%	38%	28%	23%	40%	41%	45%	38%	38%	45%	37%	49%
<b>Gesamtbasis</b>	6041	500	507	503	507	501	501	504	503	508	501	503	503
<b>Anzahl Mitarbeiter:</b>													
<b>250–999 Angestellte</b>	27%	23%	24%	39%	42%	16%	21%	25%	26%	29%	23%	26%	26%
<b>1.000–4.999 Angestellte</b>	26%	25%	26%	31%	29%	22%	20%	26%	23%	27%	27%	25%	25%
<b>5.000–9.999 Angestellte</b>	13%	15%	12%	15%	8%	13%	11%	13%	13%	12%	14%	16%	15%
<b>Mind. 10.000 Angestellte</b>	32%	37%	35%	16%	19%	47%	46%	35%	34%	28%	32%	29%	31%
<b>Position:</b>													
<b>Vorstandsdirektor/leitender Angestellter</b>	8%	7%	6%	25%	9%	6%	6%	8%	5%	5%	8%	3%	3%
<b>Mittlere Führungskraft/Führungspersonal</b>	41%	41%	47%	65%	56%	52%	34%	32%	49%	48%	27%	19%	22%
<b>Nicht-Führungspersonal</b>	50%	50%	46%	10%	35%	40%	58%	56%	44%	45%	64%	76%	74%
<b>Geschäftsreisen:</b>													
<b>Ständig</b>	63%	56%	56%	97%	76%	54%	52%	67%	56%	42%	77%	67%	60%
<b>Mind. einmal monatlich</b>	17%	14%	12%	59%	17%	15%	13%	14%	15%	5%	18%	11%	7%
<b>Weniger als einmal monatlich</b>	47%	42%	43%	38%	59%	39%	39%	53%	41%	37%	60%	56%	53%
<b>Kinder:</b>													
<b>Kinder vorhanden</b>	42%	39%	29%	64%	41%	42%	55%	42%	36%	37%	39%	40%	38%

**Tabelle A2: Demografische Daten der Umfrage nach Verwendung, Unternehmensgröße und Position**

	Nutzer	Nichtnutzer	Verwendung mind. einmal wöchentlich	Verwendung weniger als einmal wöchentlich	250–999 Mitarbeiter	Mind. 1000 Mitarbeiter	Vorstands- direktor/ leitender Angestellter	Mittlere Führungskraft/ Führungs- personal	Nicht- Führungs- personal
<b>Gesamtbasis</b>	2400	3538	876	1524	1596	4294	461	2497	3004
<b>Geschlecht:</b>									
<b>Männlich</b>	56%	46%	59%	54%	48%	51%	64%	55%	44%
<b>Weiblich</b>	44%	54%	41%	46%	52%	49%	36%	45%	56%
<b>Alter:</b>									
<b>18-24</b>	10%	10%	16%	7%	10%	10%	8%	9%	11%
<b>25-34</b>	24%	26%	27%	23%	25%	25%	23%	24%	26%
<b>35-44</b>	26%	24%	25%	28%	22%	26%	28%	25%	25%
<b>45-54</b>	24%	25%	21%	26%	25%	25%	26%	26%	24%
<b>55-64</b>	14%	14%	11%	15%	15%	13%	12%	15%	13%
<b>Über 65</b>	1%	1%	1%	1%	2%	1%	2%	1%	1%
<b>Beschäftigungs- status:</b>									
<b>Vollzeit</b>	89%	81%	88%	90%	81%	85%	92%	89%	79%
<b>Teilzeit</b>	11%	19%	12%	10%	19%	15%	8%	11%	21%
<b>Firma:</b>									
<b>National</b>	55%	66%	55%	56%	86%	55%	56%	62%	63%
<b>International</b>	45%	34%	45%	44%	14%	45%	44%	38%	37%



Americas Headquarters  
Cisco Systems, Inc.  
San Jose, CA

Asia Pacific Headquarters  
Cisco Systems (USA) Pte. Ltd.  
Singapore

Europe Headquarters  
Cisco Systems International BV  
Amsterdam, The Netherlands

Cisco has more than 200 offices worldwide. Addresses, phone numbers, and fax numbers are listed on the Cisco Website at [www.cisco.com/go/offices](http://www.cisco.com/go/offices).

CCDE, CCENT, CCSI, Cisco Eos, Cisco Explorer, Cisco HealthPresence, Cisco IronPort, the Cisco logo, Cisco Nurse Connect, Cisco Pulse, Cisco SensorBase, Cisco StackPower, Cisco StadiumVision, Cisco TelePresence, Cisco TrustSec, Cisco Unified Computing System, Cisco WebEx, DCE, Flip Channels, Flip for Good, Flip Mino, Flipshare (Design), Flip Ultra, Flip Video, Flip Video (Design), Instant Broadband, and Welcome to the Human Network are trademarks; Changing the Way We Work, Live, Play, and Learn, Cisco Capital, Cisco Capital (Design), Cisco-Financed (Stylized), Cisco Store, Flip Gift Card, and One Million Acts of Green are service marks; and Access Registrar, Aironet, AllTouch, AsyncOS, Bringing the Meeting To You, Catalyst, CCDA, CCDP, CCIE, CCIP, CCNA, CCNP, CCSP, CCVP, Cisco, the Cisco Certified Internetwork Expert logo, Cisco IOS, Cisco Lumin, Cisco Nexus, Cisco Press, Cisco Systems, Cisco Systems Capital, the Cisco Systems logo, Cisco Unity, Collaboration Without Limitation, Continuum, EtherFast, EtherSwitch, Event Center, Explorer, Follow Me Browsing, GainMaker, iLYNX, IOS, iPhone, IronPort, the IronPort logo, Laser Link, LightStream, Linksys, MeetingPlace, MeetingPlace Chime Sound, MGX, Networkers, Networking Academy, PCNow, PIX, PowerKEY, PowerPanels, PowerTV, PowerTV (Design), PowerVu, Prisma, ProConnect, ROSA, SenderBase, SMARTnet, Spectrum Expert, StackWise, WebEx, and the WebEx logo are registered trademarks of Cisco and/or its affiliates in the United States and certain other countries.

All other trademarks mentioned in this document or website are the property of their respective owners. The use of the word partner does not imply a partnership relationship between Cisco and any other company. (1002R)