



Arno Hitzges, Thorsten Riemke-Gurzki

SharePoint

Anwenderstudie 2016

Wie deutsche Firmen SharePoint einsetzen

Prof. Dr. Arno Hitzges
Prof. Dr. Thorsten Riemke-Gurzki

SharePoint Anwenderstudie 2016

Prof. Dr. Arno Hitzges

Prof. Dr. Thorsten Riemke-Gurzki

SharePoint

Anwenderstudie 2016

Wie deutsche Firmen SharePoint einsetzen

Bildnachweis

Mit Farbfotos von Fotolia (Kapitel 2, 10: © Robert Kneschke S. 20, 94; Kapitel 3: © Monkey Business S. 28; Umschlag, Infografik, Kapitel 4: © Syda Productions S. 9, 36; Kapitel 5: © contrastwerkstatt S. 42; Kapitel 6: © Kzenon S. 58; Kapitel 7: © baranq S. 66; Kapitel 8: © Coloures-pic S. 72; Kapitel 9: © alphaspirt S. 84)

Bibliografische Information der Deutschen Bibliothek: Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

In diesem Buch werden geschlechterspezifische Bezeichnungen (z. B. „der Nutzer“) zur besseren Lesbarkeit nur in einer Form ausgeführt. An dieser Stelle sei angemerkt, dass sich diese in jedem Fall und ausdrücklich auf männliche und weibliche Personen beziehen. Alle dargestellten Daten, Grafiken und Auswertungen wurden mit entsprechender Sorgfalt erarbeitet. Fehler können jedoch nicht ausgeschlossen werden. Weder der Autor noch der Verlag haften für Schäden durch fehlende Angaben.

Firmen- und Warennamen werden ohne Gewährleistung der freien Verwendbarkeit genannt. SharePoint, OFFICE 365 und Microsoft sind eingetragene Marken der Microsoft Corp., Redmond/USA.

ISBN 978-3-7418-1908-7

Impressum

Copyright © 2016 Arno Hitzges, Thorsten Riemke-Gurzki

Autoren: *Arno Hitzges, Thorsten Riemke-Gurzki*

Verlag: *SharePoint 360 – Wolfgang Miedl, Landshuter Str. 57, 85435 Erding*

Druck: *epubli ein Service der neopubli GmbH, Berlin*

PR und Partnermanagement: *Silvia Hänig iKOM*

Lektorat: *Steffi Burgard*

Cover Grafik und Satz: *Marharyta Maiseyeva*

Tabellen und Auswertungen: *Jana Schütz, Sabine Meyer*

Die Autoren

Arno Hitzges

Prof. Dr. Arno Hitzges ist seit Mai 2011 als Professor für Content-Management-Systeme an der HdM tätig. Er begann seine berufliche Laufbahn 1992 am Fraunhofer IAO, wo er den Bereich Information Engineering verantwortete. Seine Arbeiten wurden 1999 mit dem Digiglobe der Deutschen Telekom und der Zeitschrift Focus ausgezeichnet. Er war bis zu seinem Wechsel an die HdM in führenden Management-Positionen bei verschiedenen Microsoft Gold Partnern aktiv und begleitete mehr als 100 Projekte im Bereich Content Management. Er ist Mitveranstalter des Stuttgarter SharePointForums, der zentralen SharePoint-Anwenderkonferenz im süddeutschen Raum.



Thorsten Riemke-Gurzki

Prof. Dr. Thorsten Riemke-Gurzki ist Web- und Intranet-Pionier der ersten Stunde. Er ist Direktor des Global Institute for Digital Transformation und einer der bekanntesten Experten für das Thema Intranet in Deutschland. Er war u.a. für das Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation (Fraunhofer IAO) und SAP Deutschland tätig. Während seiner Karriere im Consulting beriet er zahlreiche Unternehmen in den Themenfeldern Mitarbeiter- und Kundenportale, Intranet, Strategien sowie Geschäftsprozesse. Er hat maßgeblich an der Entwicklung der Portal Analyse und Design Methode (PADEM®) mitgewirkt. Er ist Autor und Mitautor einer Vielzahl von Publikationen im Themenfeld Electronic Business, unter anderem der „Marktübersicht Portal Software“ und der Studie „Unternehmensportale in der betrieblichen Praxis“ sowie des Grundlagenwerks „Unternehmensportale und Intranet – konzipieren, realisieren, betreiben“. Thorsten Riemke-Gurzki ist Professor für Web-Technologien, insbesondere Unternehmensportale, und Usability. Er leitet die Stuttgarter Intranet-Akademie. Er lehrt, forscht und berät in Stuttgart und ist Mitveranstalter des Stuttgarter SharePointForums.



Inhaltsverzeichnis

Die Autoren	5
Vorwort der Herausgeber	8
Infografik (Wie deutsche Firmen SharePoint einsetzen)	9
Management Summary – die wichtigsten Ergebnisse im Überblick	10
1 Methodik und Teilnehmer-Unternehmen	13
1.1 Teilnehmer mit Leitungsfunktion	16
1.2 Unternehmensgröße und Sektor	17
2 Stand der Anwendung – SharePoint Allgemein	19
2.1 Kernthesen	21
2.2 Einsatzbereiche	21
2.3 Zufriedenheit	24
3 Informations- und Dokumentenmanagement	27
3.1 Einordnung der Begrifflichkeiten	29
3.2 Kernthesen	29
3.3 Detaillierte Ergebnisse	30
3.3.1 Welche Rolle spielt SharePoint für das Dokumentenmanagement in Ihrem Unternehmen?	30
3.3.2 Herausforderungen beim Thema DMS	30
3.3.3 Für welche der folgenden Geschäftsanwendungen verwenden Sie SharePoint?	31
3.3.4 Akzeptanz: Wieviel Prozent Ihrer SharePoint-Nutzer verwenden SharePoint für die Ablage und den Zugriff auf Dokumente?	32
3.3.5 Mobiler und Offline Zugriff	33
3.4 Fazit Informations- und Dokumentationsmanagement	34
4 Business Process Management und Workflows	35
4.1 Einordnung der Begrifflichkeiten	37
4.2 Kernthesen	37
4.3 Detaillierte Ergebnisse	38
4.4 Fazit Business Process Management und Workflows	40
5 Usability	41
5.1 Einordnung der Begrifflichkeiten	43
5.2 Kernthesen	44
5.3 Detaillierte Ergebnisse	44
5.4 Akzeptanz einzelner Features	48
5.5 Fazit Usability	54

6 Social Business	57
6.1 Einordnung der Begrifflichkeiten	59
6.2 Kernthesen	59
6.3 Detaillierte Ergebnisse	60
7 Integration anderer Systeme in SharePoint	65
7.1 Einordnung der Begrifflichkeiten	67
7.2 Kernthesen	67
7.3 Detaillierte Ergebnisse	67
8 Projektvorgehen und Betrieb	71
8.1 Einordnung der Begrifflichkeiten	73
8.1.1 Konventionelles Wasserfallmodell	73
8.1.2 Microsoft Sure Step	73
8.1.3 Agile Projektentwicklung	74
8.2 Kernthesen	75
8.3 Detaillierte Ergebnisse	75
8.3.1 Bevorzugte Vorgehensweisen bei der Einführung	75
8.3.2 Problembereiche bei der Akzeptanz von SharePoint durch die Mitarbeiter	75
8.4 Fazit Projektvorgehen und Betrieb	81
9 Investitionsbereiche	83
9.1 Kernthesen	85
9.2 Investitionsverhalten der Unternehmen	85
9.2.1 Investitionen: Cloud oder On Premise?	85
9.2.2 Investitionen in Drittprodukte und Dienstleistungen	88
9.3 Fazit Investitionsbereiche	91
10 Gesamtbewertung	93
10.1 Fokus der Studie: Konkrete Einsatzszenarien und Bewertung von SharePoint in deutschen Anwenderunternehmen	95
10.2 Users Einsatz – SharePoint hat viele Gesichter	95
10.3 Users Problem – Herausforderungen mit SharePoint	98
10.4 Users Plan – SharePoint-Strategien	102
Abbildungs- und Tabellenverzeichnis	103
Abbildungsverzeichnis	103
Tabellenverzeichnis	104
Literaturverzeichnis	105
Partner	106

Vorwort der Herausgeber

Zum dritten Mal nach 2013 und 2015 wurde eine umfangreiche Anwenderstudie zum Thema SharePoint aufgelegt. Neu ist diesmal die Zusammenarbeit mit dem Fachportal www.SharePoint360.de.

Möglich wird diese Studie nicht zuletzt aufgrund der Unterstützung der Partner: harmon.ie, INOSOFT AG, IPI GmbH, HENRICHSEN AG, R.K. Profits, implexis Informationsmanagement GmbH und novaCapta. Software und Consulting GmbH / Smarter Business Solutions.

Hierfür unseren herzlichen Dank!

Microsoft SharePoint wird seit nunmehr 15 Jahren in zahlreichen Unternehmen für die Verwaltung von Content und die Abbildung von Geschäftsprozessen eingesetzt. Mit dem Weggang von Steve Ballmer und der Übernahme der Führung durch Satya Nadella wurde auch die generelle Strategie von Microsoft verändert. Cloud First – Mobile First heißt es seit mehr als zwei Jahren und dies gilt auch für die weitere Entwicklung von SharePoint. Nach längerer Unsicherheit über die Zukunft wird nach massivem Druck der Anwender im Sommer 2016 die neue On-Premise-Version SharePoint 2016 erwartet.

Grund genug die Anwendung und Zufriedenheit in einer ausführlichen Studie eingehender zu untersuchen. Folgende Themenbereiche werden im Rahmen der Studie betrachtet:

- Aktuelle Zufriedenheit mit den verschiedenen Funktionsbereichen von der Teamsite bis zur Enterprise Search
- Marktdurchdringung von Social Business, Mobile- und Cloud-Szenarien
- Investitionsplanung der Anwendercommunity
- Welche Rolle spielt SharePoint zukünftig?

Ziel der Studie ist es, interessierten Anwenderunternehmen und Dienstleistern ein realitätsnahes Bild über die aktuelle Nutzungssituation sowie die Zukunftserwartungen an die Software SharePoint zu formulieren.

Wir wünschen dem Leser einen hilfreichen Erkenntnisgewinn.

Stuttgart, im Juni 2016
Prof. Dr.-Ing. Thorsten Riemke-Gurzki
Prof. Dr.-Ing. Arno Hitzges

Wie deutsche Firmen SharePoint einsetzen

Einsatzszenarien, Hindernisse und Strategien



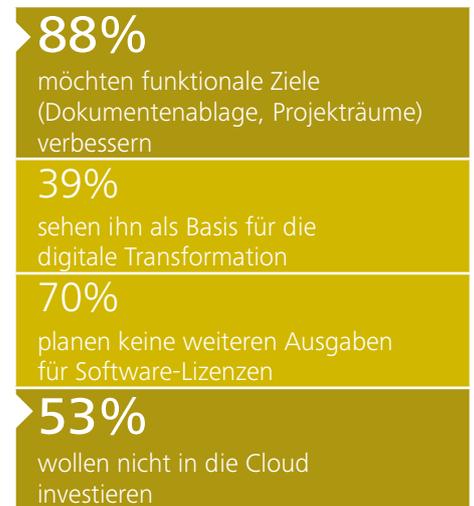
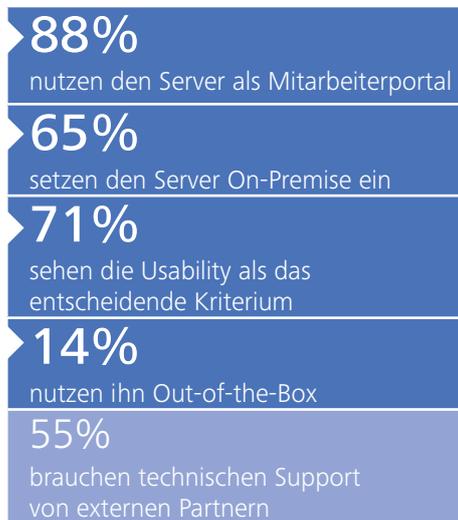
Users Einsatz



Users Problem



Users Plan



Für die Studie wurden im Zeitraum von Dezember 2015 bis Januar 2016 über 300 Geschäftsführer und Fachbereichsentscheider online befragt.

Goldsponsor



Silbersponsoren



Basissponsoren



Management Summary – die wichtigsten Ergebnisse im Überblick

Users Einsatz:

Intranet im Fokus

SharePoint zeichnet sich durch vielfältige Einsatzmöglichkeiten rund um Portale, Dokumentenmanagement und Geschäftsprozesse aus. Doch sein Kerneinsatzgebiet ist nach wie vor das Mitarbeiterportal beziehungsweise Intranet. Hierin sieht die klare Mehrheit der Studienteilnehmer (88 Prozent) den größten Nutzen und die klassische Teamsites haben mit Abstand die höchste Akzeptanz. Weiterhin gute Werte weisen Projekt-Sites sowie Such-Funktionen auf. Geht es im Weiteren um die konkrete Anwendungsnutzung, so priorisiert hier eine deutliche Mehrheit das Management von Dokumenten und Dateien, danach folgen Wissensmanagement, Contentmanagement und Workflows.

Cloud spielt (noch) keine Rolle

Microsoft drängt in die Cloud, doch die Begeisterung vor allem bei den deutschen Anwendern hält sich in Grenzen. Das belegt auch die vorliegende Studie mit einer deutlichen Präferenz von 65 Prozent der Unternehmen, die den Server im eigenen Rechenzentrum betreiben (On-Premise). Weitere 17 Prozent setzen sowohl auf interne Server, als auch auf extern gehostete Instanzen. Den selben Anteil nimmt schließlich SharePoint aus der Cloud ein – und zwar sowohl aus der Microsoft-Hand mit Office 365, wie auch in Form von bei Dienstleistern gehosteten Servern. Die Zahlen deuten darauf hin, dass das Thema bei den Anwendern erst ganz am Anfang steht.

Mobile Anwendungen noch verhalten

Wenn die Mitarbeiter auf Unternehmensinhalte oder Anwendungen über SharePoint zugreifen, dann geschieht dies meistens über den Arbeitsplatz-PC oder Laptop. Weniger als 25 Prozent verwenden dafür ihr Smartphone oder Tablet. Vor dem Hintergrund dieser Angaben wird deutlich, dass der mobile Zugriff auf Dokumente und Informationen bisher bei den Anwendern nur eine geringe Rolle spielt.

Standard vs. Anpassungen: Ohne Designänderungen geht kaum was

Die meisten Unternehmen geben sich nicht mit dem optischen Erscheinungsbild von SharePoint im Auslieferungszustand zufrieden, nur 14 Prozent setzen ihn Out-of-the-Box ein. Bei 60 Prozent sind zumindest optische Anpassungen des Portaldesigns an firmeneigene Designrichtlinien gefordert, 28 Prozent der Teilnehmer nehmen sogar umfangreichere Veränderungen an Site-Strukturen und Design vor. Allerdings wird hierbei auch immer ein gewisses Risiko eingeschränkter Updatefähigkeit in Kauf genommen.

Anwender zählen auf externe Partner

Komplexe Plattformen wie SharePoint generieren einen ständigen Bedarf an Administration, Wartung und Anpassung. 55 Prozent der befragten Unternehmen benötigen hierbei technischen Support von externen Partnern. Den Löwenanteil dieser Dienstleister bilden mit 75 Prozent die technischen IT-Beratungsunternehmen, während nur 20 Prozent für diese Aufgaben IT-Freelancer beauftragen.

Users Problem:

Nach wie vor Defizite bei der Usability

Das Thema Bedienbarkeit wird im SharePoint-Umfeld seit langem als kritischer und auch erfolgshemmender Faktor gesehen. Im Rahmen der vorliegenden Befragung gaben 40 Prozent an, dass sie von der SharePoint-Usability nicht überzeugt sind.

Durchwachsene Zufriedenheit mit Funktionsspektrum

Die Akzeptanz von SharePoint stellt für viele Unternehmen ein Problem dar. Die Studienteilnehmer gaben an, dass 50 Prozent der lizenzierten Mitarbeiter SharePoint nicht nutzen. Abnehmende Beliebtheit verzeichnet vor allem die MySite. Das von Microsoft stark fokussierte OneDrive wird nur von rund 40 Prozent überhaupt genutzt und 29 Prozent sind unzufrieden mit dem Funktionsumfang.

Social Collaboration mit Akzeptanzschwächen

Das Thema Social Collaboration galt über die vergangenen Jahre als der dominierender IT-Trend. Doch der Blick auf den realen Einsatz liefert zumindest im Umfeld der SharePoint-Anwenderunternehmen ein eher ernüchterndes Bild. Nur 30 Prozent nutzen solche Tools, und bei der Frage nach den Hinderungsgründen geben 54 Prozent an, dass sie keinen geschäftlichen Nutzen erkennen.

Gemischte Zukunftsperspektiven

Die Frage, wie gut sich die Unternehmen für die Zukunft gerüstet sehen, liefert ein gemischtes Bild. So sehen sich 33 Prozent organisatorisch schlecht gerüstet, auf der anderen Seite betrachten sich 90 Prozent als technisch gut aufgestellt für den zukünftigen Einsatz.

Users Plan:

Strategische und funktionale Ziele

Welche Ziele verfolgen Unternehmen mit ihrem SharePoint-Einsatz? An der Spitze stehen dabei mit 88 Prozent funktionale Ziele wie Dokumentenablage und Projekträume, danach folgt vernetztes Arbeiten und an dritter Stelle die Verbesserung der Geschäftsprozesse. Das aktuelle Trendthema Digitale Transformation haben ebenfalls viele Befragungsteilnehmer auf dem Schirm. 39 Prozent stufen SharePoint als die geeignete Plattform für das zukünftige Digital-Business ein.

Geringere Investitionen bei Softwarelizenzen, aber auch in der Cloud

Der Markt für SharePoint-Lizenzen ist relativ gesättigt, 70 Prozent planen hier in Zukunft keine weiteren Investitionen. Allerdings bleiben immer noch 30 Prozent, die offen für weitere Investitionen sind. Das bedeutet im Umkehrschluss allerdings nicht, dass die Unternehmen dafür stärker in der Cloud investieren wollen. Hierzu gaben 53 Prozent an, dass sie kein Geld für die Cloud ausgeben wollen.

Budget für Service und Integration

Die externen Mittel für SharePoint werden vor allem im Dienstleistungsbereich und für externe Partner eingesetzt. Wie teilen sich die Ausgaben in diesem Bereich auf? 37 Prozent wollen konkret in die Wartung von SharePoint investieren (Upgrades, Installationen oder

Release-Management). Aber auch die Integration mit Drittsystemen bewegt die Entscheider, 48 Prozent planen dafür Geld verfügbar zu machen. Weil der stärkste Budgetfokus auf Support sowie Anpassungen der eigenen individuellen Portalsoftware liegt, wollen 40 Prozent kein Budget für Drittsoftware mehr bereitstellen.

Fokus der Studie: ein reales Stimmungsbild des Einsatzes von SharePoint in deutschen Anwenderunternehmen

Die vorliegende Studie liefert eine aktuelle Bestandsaufnahme dazu, welche Entscheidungsstrukturen, Anwendungsszenarien, Funktionsumfänge, Strategien und Befindlichkeiten in Unternehmen in Bezug auf deren SharePoint-Nutzung vorherrschen.

Damit liefert sie eine valide Basis für mehr Transparenz und Orientierung für diejenigen Unternehmen, die SharePoint als technologisches Schwungrad auf dem Weg zu ihrer digitalen Transformation sehen, der Wissensarbeit eine hohe Bedeutung beimessen und kollaborative Arbeitsstrukturen fördern möchten. Aber auch für alle Marktteilnehmer, die wissen möchten, wie der Endanwender SharePoint sowie Office365 konkret nutzt, welche Rolle die Software im Zusammenspiel mit anderen Fachbereichen spielt, nach welchen Kriterien Anwenderunternehmen investieren, wo genau Akzeptanzprobleme liegen und ob Unternehmen durch den SharePoint-Einsatz bereits geschäftlichen Nutzen aufweisen können.

Diese Überlegungen bildeten den Ausgangspunkt für die Kernfragen der Studie:

- Wie zufrieden sind die Business-Entscheider mit SharePoint?
- Für welche Aufgabenstellung wird SharePoint heute maßgeblich genutzt?
- Wie wird SharePoint gehostet?
- Welche strategischen Ziele verfolgen Unternehmen mit SharePoint?
- Wie entscheidend ist die Usability bei der Einführung der Portalsoftware?
- Wo sehen die Business-Entscheider die größten Hindernisse für die Einführung von unternehmensinternem Social Business?
- Welche Enterprise-Social-Network-Software nutzen sie?
- In welche SharePoint-Bereiche planen Unternehmen zu investieren?

- 1.1 Teilnehmer mit Leitungsfunktion
- 1.2 Unternehmensgröße und Sektor

Die vorliegende Studie ist eine explorative Befragung von SharePoint-Nutzern. Die Teilnahme wurde über Pressemitteilungen, Websites, soziale Netzwerke, aber auch durch E-Mailings von Beratungsunternehmen und Anwendergruppen beworben. Bedingt durch diesen Ansatz bildet die Studie die gesamte deutsche Unternehmenslandschaft nicht repräsentativ ab. Der Fragebogen wurde insgesamt 330 Mal aufgerufen. Wie bei Online-Befragungen üblich gab es – je nach Frage – eine gewisse Zahl an Personen, die entweder eine einzelne Frage nicht beantwortet (bzw. übersprungen) haben oder aber auch die Beantwortung des Fragebogens aufgrund der großen Anzahl an Fragen irgendwann ganz abgebrochen haben. Um eine gute Verteilung/Abbildung aller Teilnehmer zu erhalten, wurden die Fragen in thematischen Gruppen gestellt, die dynamisch randomisiert in den Fragebogen eingefügt wurden. Je nach gegebenen Antworten, gab es einzelne Vertiefungsfragen, welche nur bestimmten Gruppen (z. B. nur Anwendern oder Dienstleistern) präsentiert wurden.

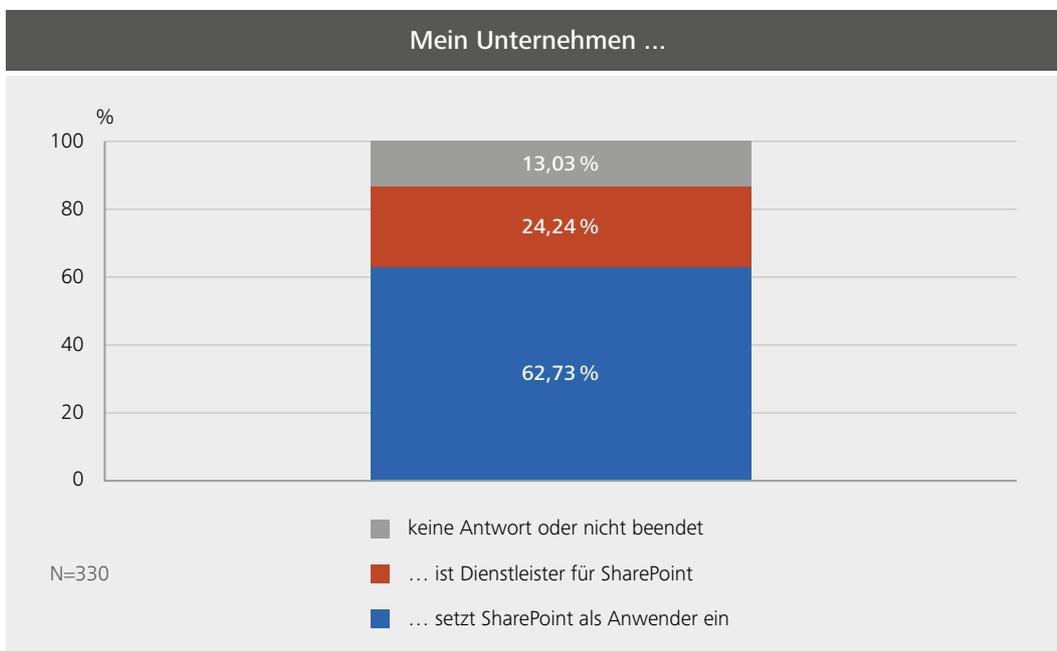


Abbildung 1: Teilnehmer – Anwender und Dienstleister

Insgesamt umfasste der Fragebogen 10 Fragegruppen mit durchschnittlich 4 bis 5 Fragen. Vollständig ausgefüllt wurde der Fragebogen von 191 Teilnehmern.

Der besseren Lesbarkeit wegen wurde in der Regel bei den einzelnen Fragen die Zahl derjenigen, die diese Frage nicht gezeigt bekommen haben oder nicht beantwortet haben aus der Grundgesamtheit herausgerechnet. Die jeweilige Grundgesamtheit, derjenigen die eine Frage beantwortet haben, wird jeweils im Diagramm angegeben.

Die Teilnehmer qualifizierten sich nach Art des Unternehmens in 207 SharePoint-Anwender und 80 SharePoint-Dienstleister. 43 Fragebögen enthielten dazu keine Aussage. Die Studie fokussiert primär die Anwenderunternehmen.

1.1 Teilnehmer mit Leitungsfunktion

Über 44 Prozent der Teilnehmer aus Anwenderunternehmen haben eine Leitungsfunktion inne. Die meistgenannte Funktion ist Leiter/in IT, welche von 25 Prozent der Studienteilnehmer genannt wird. Der Anteil der CIO in der Befragung liegt bei 6,43 Prozent. In der Antwortkategorie „Sonstiges“ finden sich weitere Leitungsfunktionen, wie zum Beispiel Geschäftsleitung oder Leiter Business Development.



Abbildung 2: Teilnehmer – Funktion im Unternehmen (Anwender)

Bei der Betrachtung aller Teilnehmer mit Anwendern und Dienstleistern sinkt der Anteil der explizit genannten Leitungsfunktionen leicht (Abbildung 3). Unter „Sonstiges“ sind aber auch hier weitere Leitungsfunktionen zu finden.

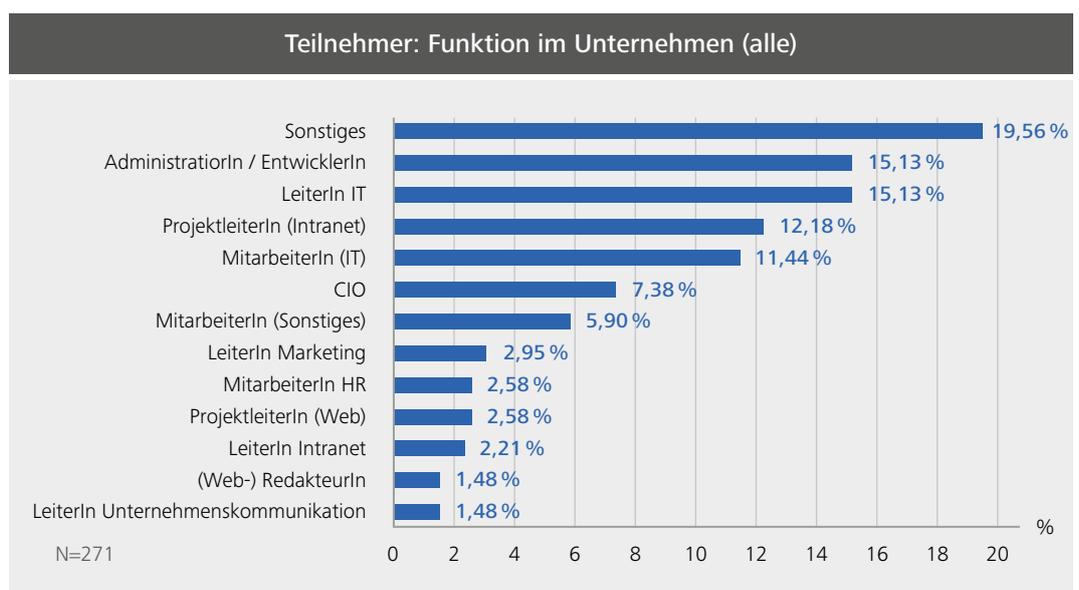


Abbildung 3: Teilnehmer – Funktion im Unternehmen (alle Teilnehmer)

1.2 Unternehmensgröße und Sektor

Die Studie deckt alle Unternehmensgrößen ab (*Abbildung 4*). Auf der Anwenderseite liegt der Schwerpunkt bei größeren Unternehmen: Rund 65 Prozent der Anwender kommen aus Unternehmen mit mehr als 500 Mitarbeitern, wohingegen bei Dienstleistern nur rund 22 Prozent in diese Kategorie fallen.

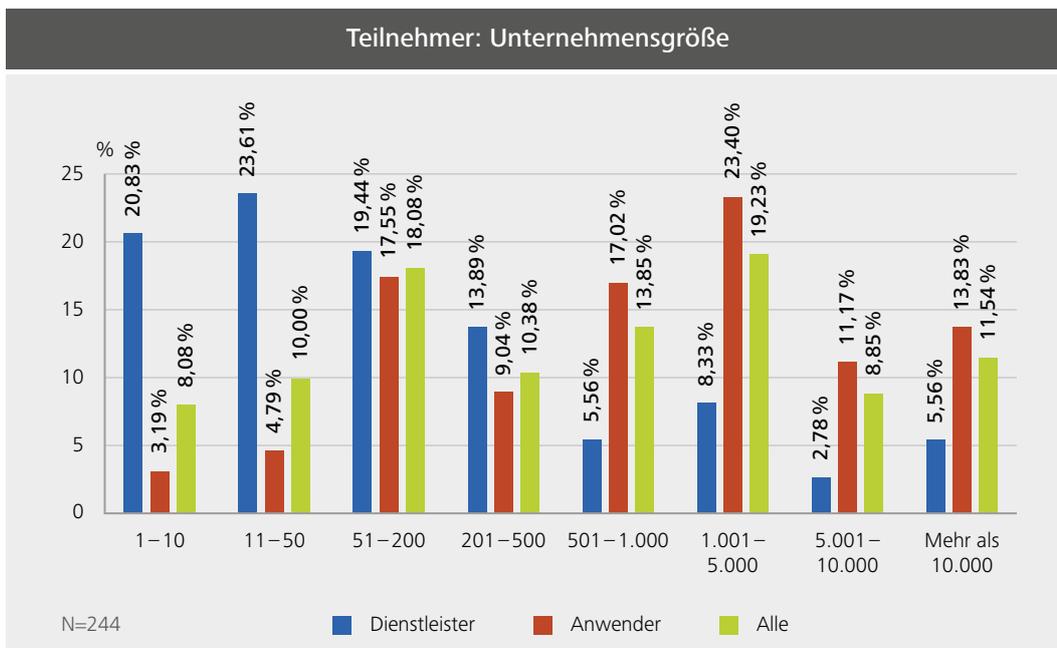


Abbildung 4: Teilnehmer – Unternehmensgröße

Neben den 27 Prozent SharePoint-Dienstleistern in der Befragung ist mit rund 72 Prozent die Mehrheit Anwenderunternehmen zuzuordnen. Diese Anwenderunternehmen stammen wiederum zu 40 Prozent aus der Industrie. Öffentliche Einrichtungen sind mit 8 Prozent vertreten. Medizin, soziale Einrichtungen und Dienste folgen mit 5 Prozent. Verkehr und Logistik sowie Handel liegen gleichauf bei 4 Prozent. Unternehmen des Handwerks stellen 3 Prozent der Befragten. Der Bereich Telekommunikation ist mit 2 Prozent vertreten. Der Finanzsektor liegt mit Banken und Versicherungen bei insgesamt 2 Prozent.

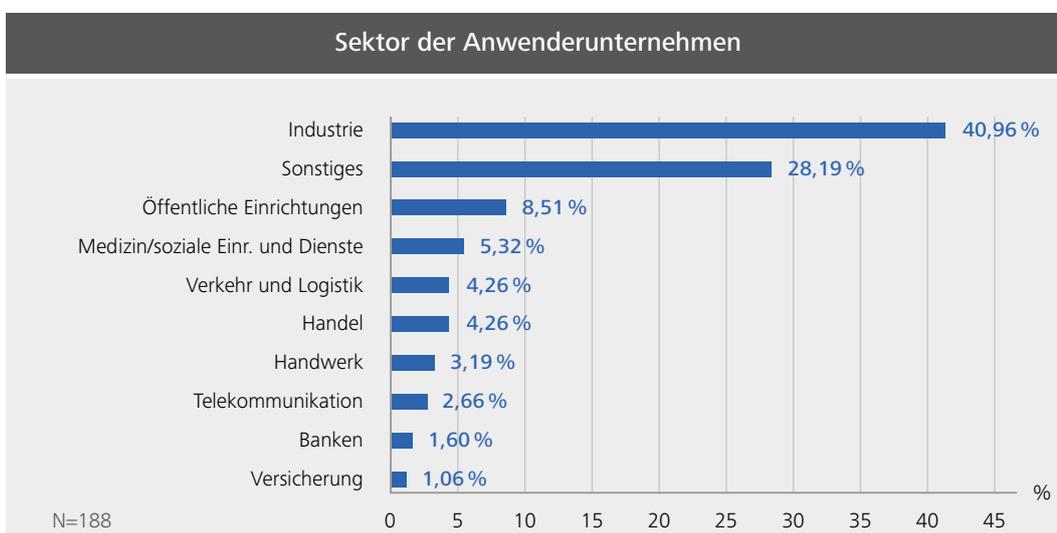


Abbildung 5: Teilnehmer – Sektor (Anwender)

Unter „Sonstiges“ haben sich rund 28 Prozent der Befragten zugeordnet. Hier bilden vor allem die Gruppen der Informationstechnik und der Beratung einen großen Anteil. Diese Anwender haben sich nicht als SharePoint-Berater zugeordnet. Hieraus ist zu schließen, dass sie in anderen Bereich tätig sind. In dieser Kategorie finden sich verschiedene weitere Branchen, unter anderem Bau und Immobilien, Energie und Recht.

Stand der Anwendung – SharePoint Allgemein



- 2.1 Kernthesen
- 2.2 Einsatzbereiche
- 2.3 Zufriedenheit



2.1 Kernthesen

- Die meisten Kunden vertrauen auf SharePoint 2013.
- Haupteinsatzgebiet ist das klassische Mitarbeiterportal, nur wenige nutzen SharePoint als Web Content Management System.
- Das kollaborative Dokumentenmanagement ist der wichtigste Anwendungsbereich von SharePoint.
- Bevorzugte Hosting-Variante ist ganz klar die On-Premise Installation, 1/6 der Kunden vertrauen auf Cloud beziehungsweise Hybrid-Lösungen.
- Die Zufriedenheit bei Teamsite und Suche ist sehr hoch, in anderen Bereichen ist durchaus noch Potential vorhanden.

2.2 Einsatzbereiche

Der dominierende Teil der Befragten nutzt SharePoint in der Version 2013 oder 2010 (Abbildung 6). Nur weniger als 10 Prozent nutzen noch Altsysteme wie SharePoint 2007 oder gar 2003. Knapp 15 Prozent arbeiten mit der Cloud-Lösung von SharePoint Online oder Office 365.

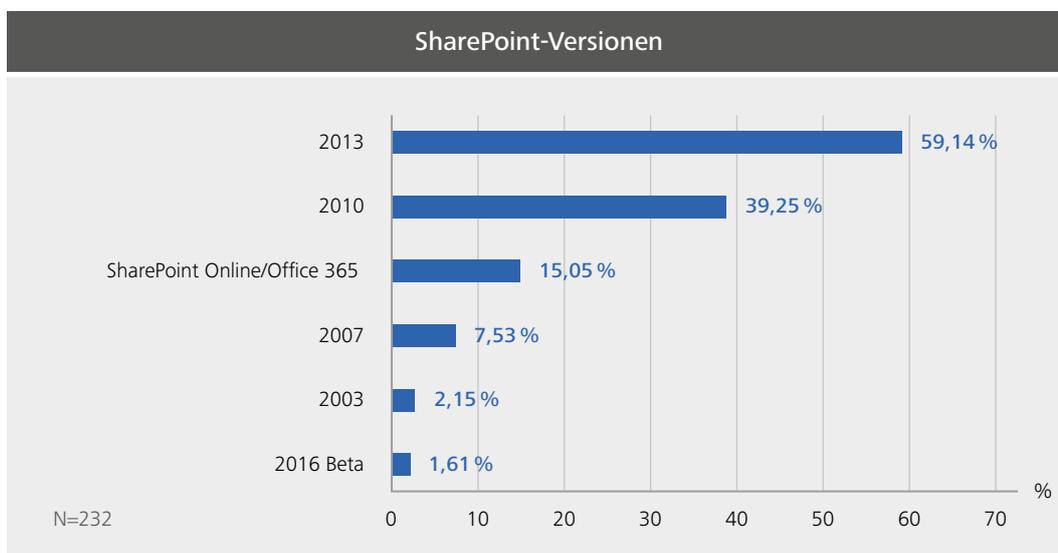


Abbildung 6: Einsatz SharePoint-Versionen (Anwender und Dienstleister)

Dieses Verhältnis ist bei SharePoint-Dienstleistern und Anwendern nahezu gleich, wobei bei den Anwendern die Nutzung der Cloud etwas niedriger ist (13 Prozent) und auch weniger „Altsysteme“ SharePoint 2003/2007 im Einsatz sind (5,12 Prozent).

Die Einsatzbereiche von SharePoint liegen deutlich im Bereich Mitarbeiterportal (87 Prozent), also im Einsatz als Intranet. Als zweithäufigster Bereich wird das Partnerportal oder Extranet genannt. Immerhin haben 42,76 Prozent aller Befragten ein solches Portal auf Basis von SharePoint im Einsatz. Reduziert man die Grundgesamtheit um die Unternehmen, die ein solches Portal überhaupt nicht betreiben, so zeigt sich ein Einsatzverhältnis

von SharePoint zu „Andere Software“ von nahezu 4:3. Das heißt, dass auch hier SharePoint sehr stark positioniert ist.

Nicht ganz so gut ist die Position von SharePoint in den Bereichen Endkundenportal, Geschäftskundenportal und Lieferantenportal. Hier liegt das Verhältnis von SharePoint zu „Andere Software“ bei circa 1:2, wobei nur jeweils knapp die Hälfte der Befragten überhaupt solche Portale betreiben. Hier sind insbesondere die größeren Unternehmen aktiv.

Am schlechtesten scheint das Standing von SharePoint im Bereich der Unternehmens-Website zu sein. Auch wenn die Version 2010 hier einen Entwicklungsschwerpunkt hatte und marketingtechnisch diesbezüglich sehr gepusht wurde. Nur jeder fünfte Befragte nutzt SharePoint für den Internetauftritt. 68 Prozent der Befragten setzen hier auf Spezialsoftware für das Web Content Management.

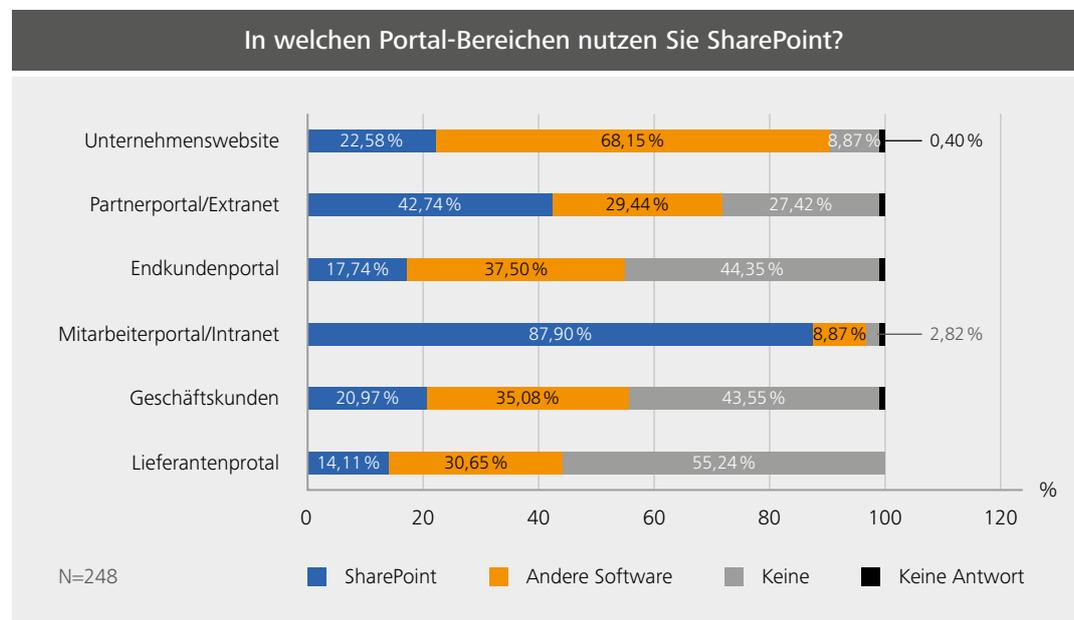


Abbildung 7: Nutzung von SharePoint in Portalbereichen (Anwender und Dienstleister)

Hinterfragt man die konkreten Aufgabenstellungen, in denen SharePoint eingesetzt wird, so zeigt sich ein weitgehend vorhersehbares Bild. Nahezu alle Unternehmen sehen SharePoint als Mittel der Wahl für das Thema Dokumentenmanagement beziehungsweise als Ersatz für die Dateiablage. Hier ist auch die bereits aktive Durchdringung mit 85 Prozent schon sehr weit fortgeschritten. Knapp 10 Prozent planen die Nutzung für die Zukunft.

Eine große Durchdringung hat SharePoint auch als Plattform beziehungsweise System für die Pflege von redaktionellen Inhalten und Prozessabläufen erreicht. Knapp die Hälfte der Befragten nutzt SharePoint bereits aktiv in den Bereichen Wissensmanagement, Content Management und Workflows. Immerhin 22 bis 27 Prozent planen hier noch den weiteren Ausbau.

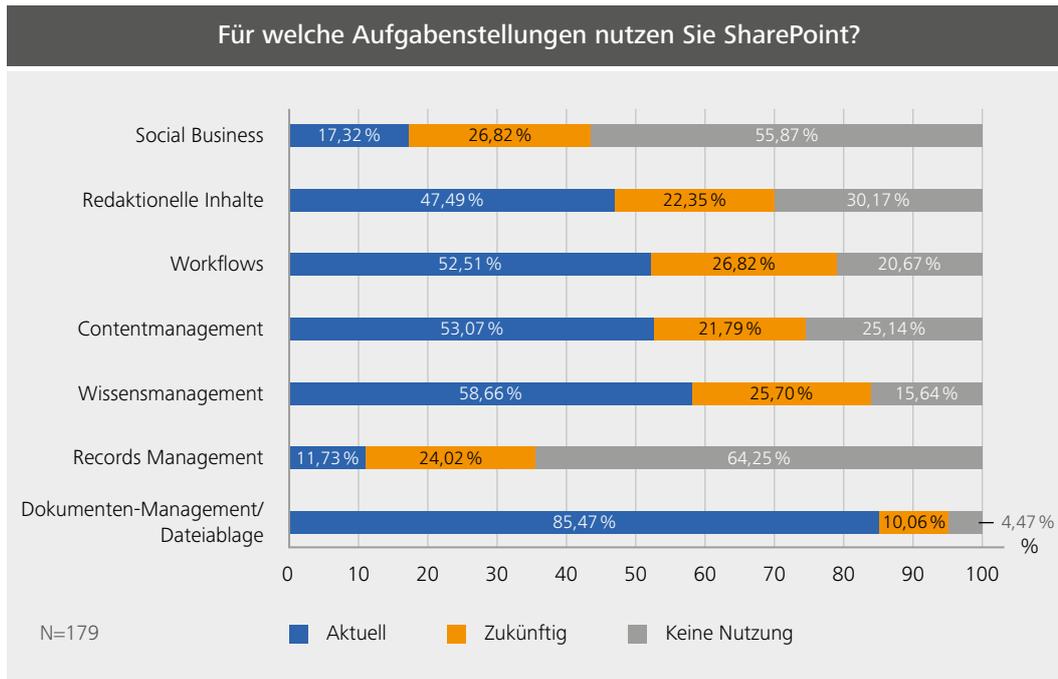


Abbildung 8: Aufgabenstellung und Einsatzbereiche

Deutlich zurückhaltender werden allerdings die Themen Social Business und das traditionelle Records Management/DMS behandelt. Die Gründe dafür werden sehr unterschiedlich sein: Im Bereich Social Business ist grundsätzlich noch eine Zurückhaltung bei den Unternehmen zu sehen (*Abbildung 9*). Im Bereich Records Management/DMS dagegen gibt es meist eine längere Unternehmenshistorie und geeignete Spezialsysteme sind bereits etabliert.

Beim Hosting vertrauen die befragten Unternehmen der On-Premise-Lösung im eigenen Haus (*Abbildung 9*). Von dem restlichen Drittel werden die Optionen einer hybriden Lösung und einer reinen Cloud-Lösung in etwa gleichhäufig eingesetzt (jeweils 17 Prozent).

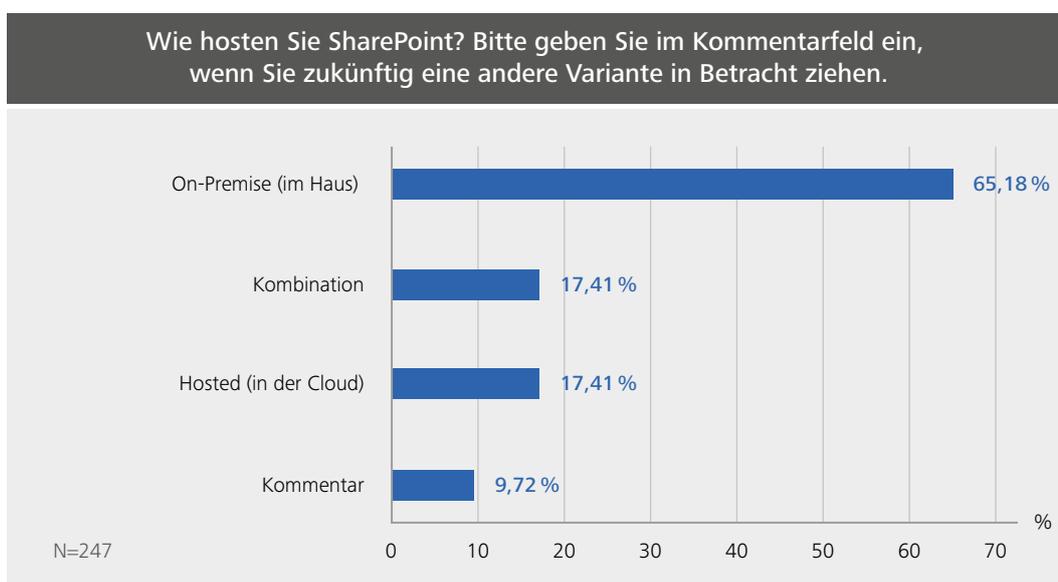


Abbildung 9: Hosting von SharePoint

Zu dieser Frage gab es zahlreiche Kommentare, in denen sehr häufig auf Datenschutzgründe verwiesen wurde. Auch besteht die Befürchtung, bei reinen Cloud-Lösungen zu abhängig vom Software-Lieferanten zu werden und bezüglich Updates und Neuerung in der Software zu sehr getrieben zu werden.



Abbildung 10: Strategische Ziele

Fragt man die Teilnehmer nach den mit dem SharePoint-Einsatz verbundenen strategischen Zielen, so stehen vor allem eine Verbesserung von Dokumenten- und Projektablagen sowie das vernetzte Arbeiten im Vordergrund (83 bis 88 Prozent). Als nächster großer Bereich werden Ziele im Bereich der Prozessverbesserung (72 Prozent) gesehen. Überraschend ist, dass Kostensenkungen nur bei knapp einem Viertel der Beteiligten als Ziel angesetzt werden. Das heißt nur wenige Unternehmen haben das Ziel, durch SharePoint konkret andere Softwarelizenzen oder Systeme zu substituieren.

Überraschend ist, dass fast 40 Prozent das Schlagwort „Digitale Transformation“ als eines der strategischen Ziele des SharePoint-Einsatzes sehen.

2.3 Zufriedenheit

Schaut man sich die Zufriedenheit der Anwender an, so sieht man deutlich, dass die höchste Zufriedenheit im Bereich der klassischen Teamsite (circa 80 Prozent zufrieden beziehungsweise eher zufrieden) und im Bereich des Dokumentenmanagements (circa 81 Prozent zufrieden beziehungsweise eher zufrieden) liegt. Ebenfalls gute Werte haben die seit 2010 integrierte Fast-Suchmaschine und die Projekt-Websites. Dies entspricht im Wesentlichen den Vorjahreswerten, wobei tendenziell die Nutzung der Suche gestiegen ist. Rückläufig dagegen scheint die Nutzung und Zufriedenheit mit der MySite zu sein, dies könnte unter anderem mit der Ankündigung seitens Microsoft zukünftig auf YAMMER zu setzen zusammenhängen.

Mittelmäßig ist die Verbreitung und Zufriedenheit von Workflows, Community Site und OneDrive mit 9 bis 12 Prozent.

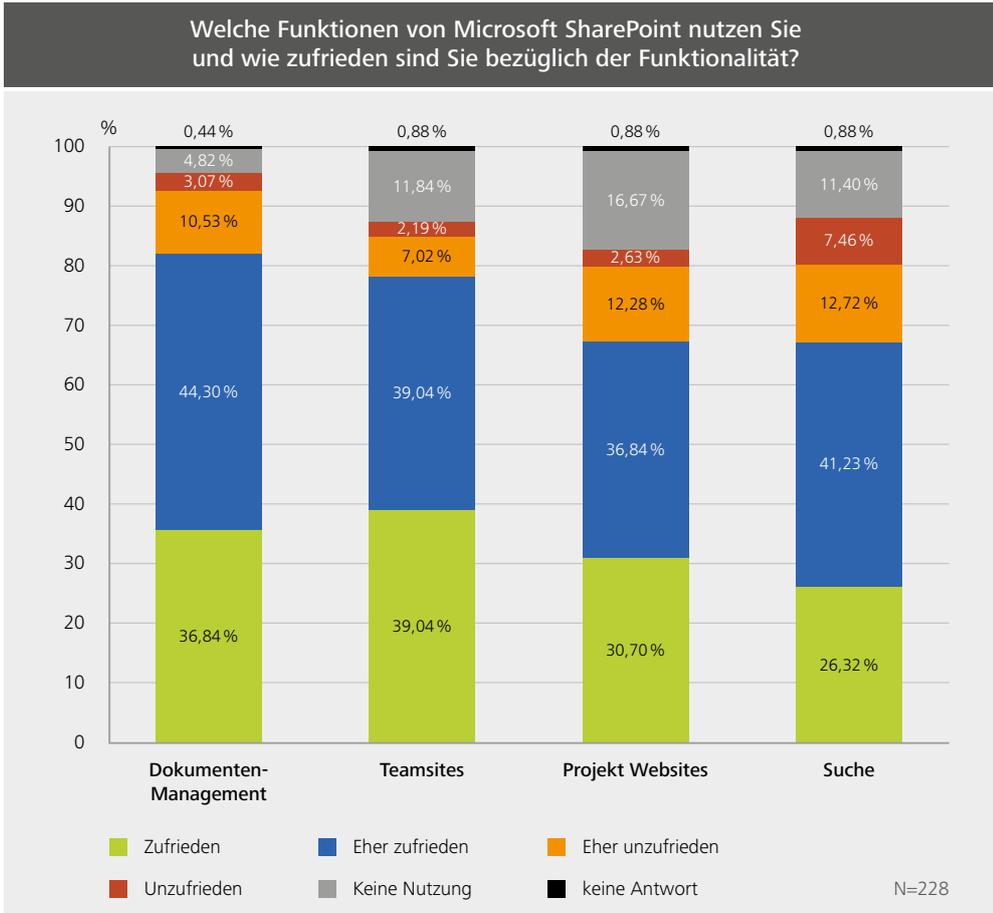


Abbildung 11: Nutzung von und Zufriedenheit mit SharePoint-Funktionen (hohe Zufriedenheit)

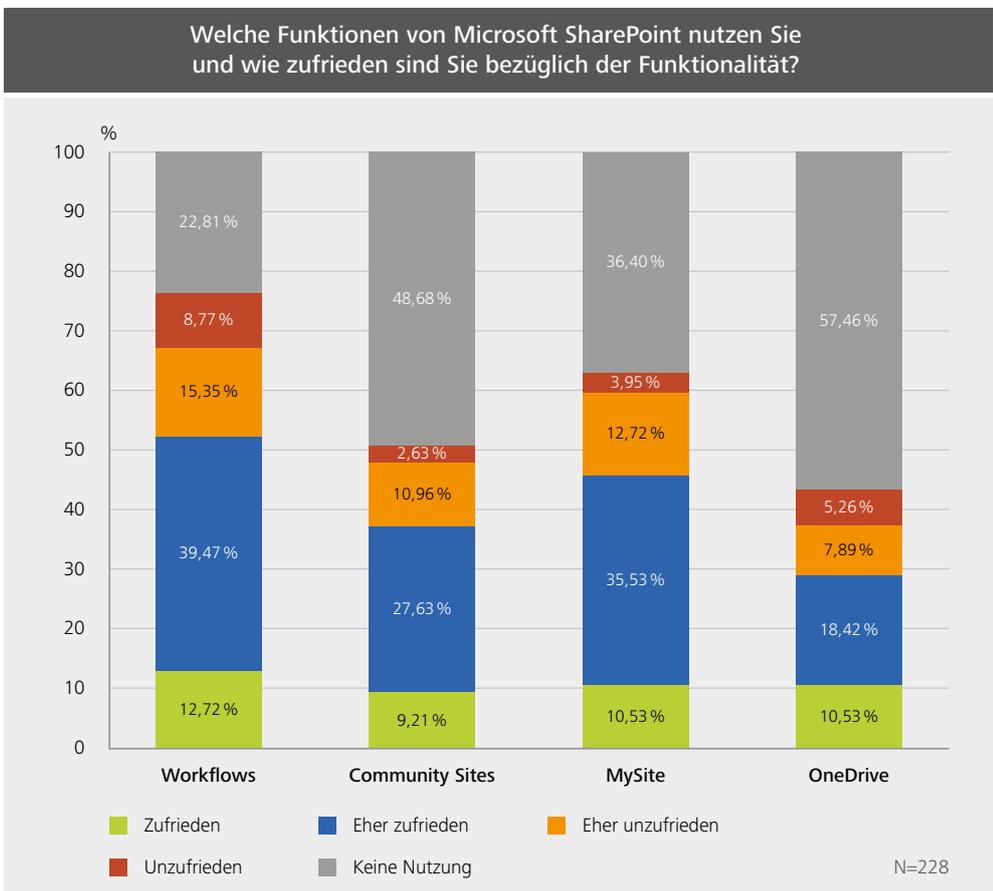


Abbildung 12: Nutzung von und Zufriedenheit mit SharePoint-Funktionen (mittlere Zufriedenheit)

Eher schwach ist die Verbreitung von und Zufriedenheit mit den klassischen Web 2.0 Themen wie Wikis, Blogs, Newsfeed, Instant Messaging, Umfragen und Diskussionsforen. Hier liegen die Werte der eher zufriedenen Kunden zwischen 4 bis 8 Prozent. Während je nach Einsatzgebiet zwischen 15 bis 25 Prozent eher unzufrieden sind. Generell werden diese Bereiche auch häufig nicht genutzt.

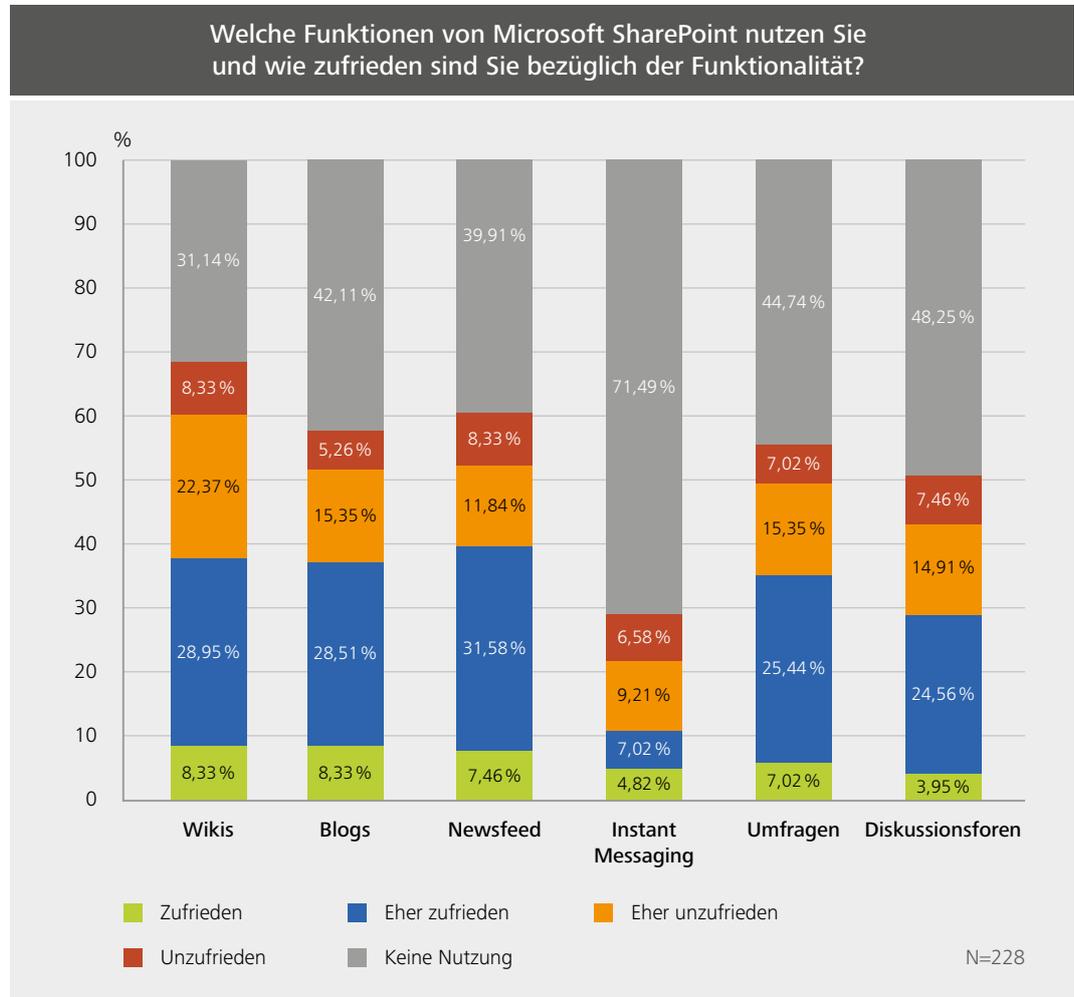


Abbildung 13: Nutzung von und Zufriedenheit mit SharePoint-Funktionen (schlechte Zufriedenheit)

- 3.1 Einordnung der Begrifflichkeiten**
- 3.2 Kernthesen**
- 3.3 Detaillierte Ergebnisse**
 - 3.3.1** Welche Rolle spielt SharePoint für das Dokumentenmanagement in Ihrem Unternehmen?
 - 3.3.2** Herausforderungen beim Thema DMS
 - 3.3.3** Für welche der folgenden Geschäftsanwendungen verwenden Sie SharePoint?
 - 3.3.4** Akzeptanz: Wieviel Prozent Ihrer SharePoint-Nutzer verwenden SharePoint für die Ablage und den Zugriff auf Dokumente?
 - 3.3.5** Mobiler und Offline Zugriff
- 3.4 Fazit Informations- und Dokumentationsmanagement**



3.1 Einordnung der Begrifflichkeiten

Unter Dokumentenmanagement im klassischen Sinne wird die Verwaltung elektronischer Geschäftsdokumente mit Hilfe von Software oder Datenbanken verstanden. Als Software werden sogenannte Dokumenten Management Systeme, kurz DMS eingesetzt. Dabei spielen vor allem Funktionen wie Erzeugung, Erfassung, Indizierung, Verwaltung, Aufbereitung, Bereitstellung, Verteilung, Sicherung und Bewahrung von elektronischen Dokumenten eine wichtige Rolle. Auf einem Server kann jeder berechtigte Anwender nach Dateinamen, Dateieindung, Größe und Änderungsdatum suchen. Zu typischen Dokumenten Management-Funktionalitäten gehören die Pflege von Metadaten oder Verschlagwortungen. So zum Beispiel Kundennummern oder Auftragsdatum. Außerdem sind visualisierte Ordnerstrukturen, Checkin- und Checkout-Funktionen, Versionierungen sowie die Metadatenverwaltung grundlegende Funktionen von DMS.

Mit SharePoint und Office 365 lassen sich Dokumente und Informationen in Unternehmen für den gemeinsamen (kollaborativen) Zugriff online verwalten. Ähnlich wie bei anderen modernen Dokumenten Management Systemen, lassen sich Dokumente für die gemeinsame Bearbeitung von mehreren Mitarbeitern erstellen, speichern, freigeben, hochladen, bearbeiten und archivieren.

Dazu werden den Dokumenten eindeutige IDs zugeordnet. Mit Hilfe von Dokumentenmappen, also SharePoint-Ordern, können zusammenhängende Dokumente verwaltet werden. Eine Versionsverwaltung macht dabei Änderungen in Dokumenten sichtbar.

Für die Offline-Synchronisation wurden im Laufe der verschiedenen SharePoint-Versionen unterschiedliche Konzepte, wie Synchronisation mit Outlook, SharePoint Workspaces oder OneDrive for Business, entwickelt und zur Verfügung gestellt.

In den verschiedenen Versionen von SharePoint wurden vor allem die „kollaborativen“ Funktionalitäten sehr weit ausgebaut. Inzwischen ist es möglich Dokumente einfach zu „sharen“ zu „liken“ und auch zu „bewerten“. Mit den Office-Web-Apps ist auch die Bearbeitung der Dokumente im Browser leicht möglich.

3.2 Kernthesen

- Dokumentenmanagement mit SharePoint bezieht sich vor allem auf die „lebenden Dokumente“.
- Der Umgang mit Metadaten stellt die größte Herausforderung im Dokumentenmanagement-Bereich dar.
- Bei der Erschließung der Nutzer ist noch Luft nach oben.
- Projektmanagement und Wissensmanagement sind die bevorzugten Nutzungsszenarien.
- Bei der Dokumentenbearbeitung spielt der mobile Zugriff nur eine geringe Rolle.

3.3 Detaillierte Ergebnisse

3.3.1 Welche Rolle spielt SharePoint für das Dokumentenmanagement in Ihrem Unternehmen?

Der zentrale Schwerpunkt beim Einsatz von SharePoint für das Dokumentenmanagement liegt eindeutig im Bereich Office-Dokumente (*Abbildung 14*). Mehr als 90 Prozent aller Anwender setzen SharePoint für die Verwaltung von Office-Dokumenten ein. Als wichtigste Dokumententypen wurden Unterlagen für die Projektabwicklung und Arbeitsdokumente genannt. Immerhin verwalten auch 64 Prozent der Anwender „Nicht-Office-Dokumente“ wie PDF, Formulare, Zeichnungen und Bilder im SharePoint.

Nur knapp 20 Prozent nutzen SharePoint auch für die revisionssichere Archivierung. Hier ist der Einsatz von Third-Party Komponenten besonders hoch.

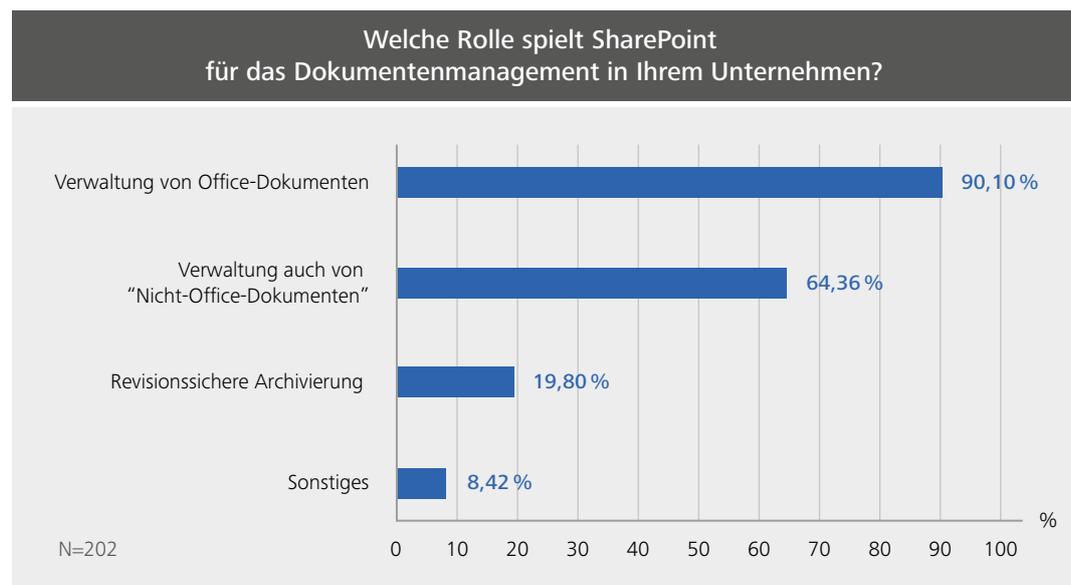


Abbildung 14: Rolle von SharePoint für das Dokumentenmanagement

3.3.2 Herausforderungen beim Thema DMS

Als größte Herausforderung im Bereich DMS wurde der effiziente Umgang mit Metadaten genannt. Hier liegt die Problematik vermutlich weniger im Funktionsumfang von SharePoint, da dieses mit dem „Managed Metadaten Feature“ eine leistungsfähige Taxonomieverwaltung anbietet und durch die „Enterprise Keywords“ auch eine „unstrukturierte“ Verschlagwortung ermöglicht. Erfahrungsgemäß ist vielmehr der organisatorische Hintergrund sowie die Disziplin der Anwender das größere Problem.

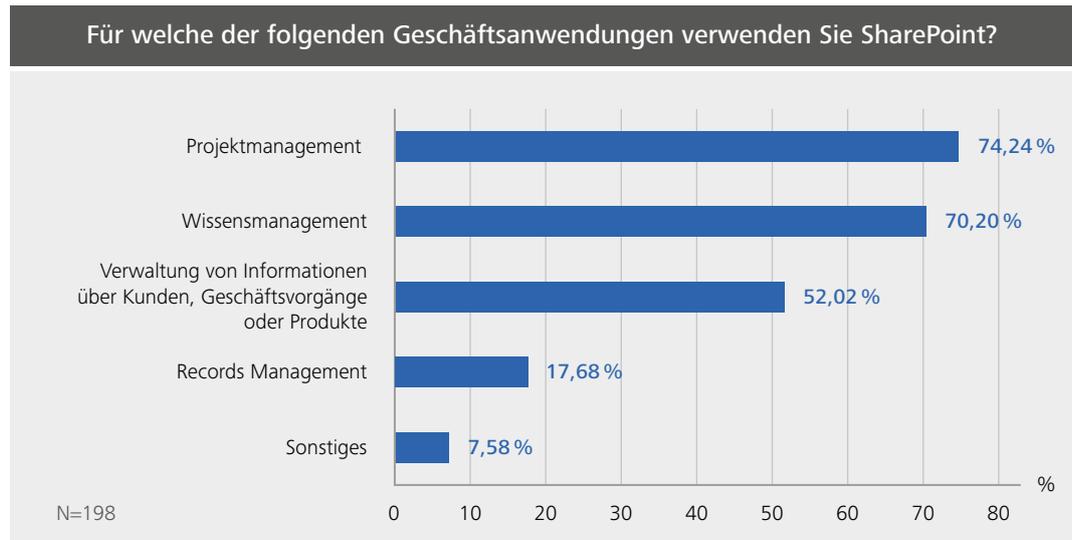


Abbildung 16: Verwendung der DMS Funktionalitäten bei Geschäftsanwendungen

Wie bereits erfasst, bestätigt sich auch bei dieser Frage, dass SharePoint nur von wenigen Anwendern (17,68 Prozent) auch für das Records Management beziehungsweise das „klassische“ Dokumentenmanagement (mit einer revisionssicheren Archivierung) eingesetzt wird.

3.3.4 Akzeptanz: Wieviel Prozent Ihrer SharePoint-Nutzer verwenden SharePoint für die Ablage und den Zugriff auf Dokumente?

Die oben genannten Herausforderungen führen dazu, dass der Durchdringungsgrad, also der prozentuale Anteil der tatsächlich aktiven Nutzer im Unternehmen, noch sehr durchwachsen ist. Im Durchschnitt nutzen weniger als 50 Prozent aller im Unternehmen lizenzierten SharePoint-User die Funktionalität für das Dokumentenmanagement aktiv (Abbildung 17).

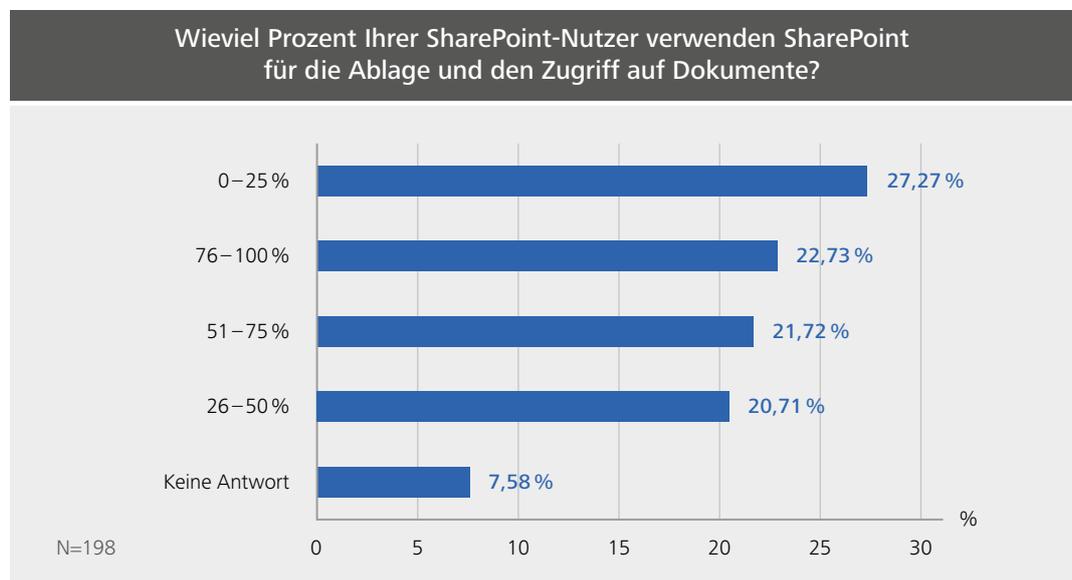


Abbildung 17: DMS – Ablage und Zugriff auf Dokumente

3.3.5 Mobiler und Offline Zugriff

Im Bereich Informations- und Dokumentenmanagement scheint der Zugriff auf die Dokumente noch im Wesentlichen vom Desktop oder Laptop zu erfolgen. Zwei Drittel aller Befragten gaben an, dass weniger als 25 Prozent per Smartphone oder Tablet auf die Dokumente zugreifen.

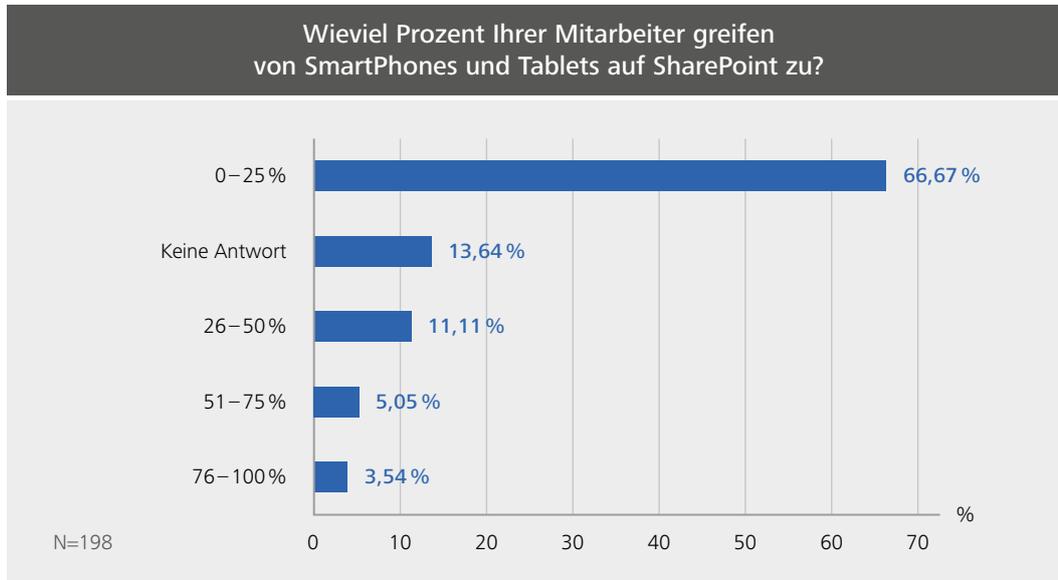


Abbildung 18: DMS – Mobiler Zugriff

Aufgrund dieser geringen Nutzung ist auch naheliegend, dass das Thema Offline-Synchronisation für den mobilen Einsatz ebenfalls von geringer Bedeutung zu sein scheint.

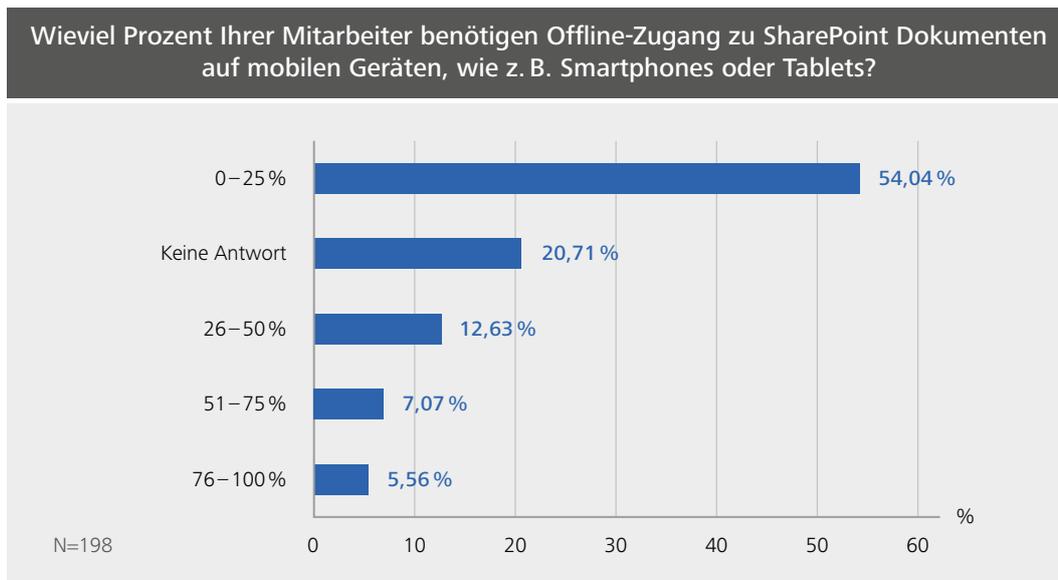


Abbildung 19: DMS – Offline-Zugang beim mobilen Zugriff

3.4 Fazit Informations- und Dokumentationsmanagement

Informations- und Dokumentenmanagement mit SharePoint bezieht sich vor allem auf die sogenannten „lebenden Dokumente“. Das sind vor allem Office-Dokumente, an denen mehrere Personen aktiv arbeiten. Archivierungspflichtige Geschäftsdokumente werden nur von einem Fünftel der Befragten in SharePoint verwaltet. Hier ist vor allem das Thema „Revisionssicherheit“ für die Anwender ein Hinderungsgrund.

Generell stellt der Umgang mit Metadaten die größte Herausforderung im Bereich Dokumentenmanagement dar. Zum einen muss die Organisation zunächst überhaupt ein eigenes „Metadaten-Konzept“ haben. Zum anderen müssen aber auch die Anwender von der Sinnhaftigkeit überzeugt werden und dann ausreichend Disziplin beweisen, was den meisten relativ schwerfällt.

Da die Akzeptanz bei den Mitarbeitern noch steigerungsfähig ist, besteht bei der Erschließung der aktiven Nutzer in den meisten Unternehmen noch deutlich Luft nach oben.

Die beste Akzeptanz findet sich in den Bereichen Projektmanagement und Wissensmanagement, hier liegen die Nutzerzahlen bei über 70 Prozent. Dahingehen spielt der mobile Zugriff nur eine sehr geringe Rolle.

Business Process Management und Workflows



- 4.1 Einordnung der Begrifflichkeiten
- 4.2 Kernthesen
- 4.3 Detaillierte Ergebnisse
- 4.4 Fazit Business Process Management und Workflows



4.1 Einordnung der Begrifflichkeiten

Prozessmanagement, Geschäftsprozessmanagement (GPM) oder auch Business Process Management (BPM) umfasst die Identifikation, die Gestaltung, die Dokumentation, die Implementierung und die Steuerung sowie die damit verbundene Optimierung von Prozessen in Unternehmen. Dabei werden nicht nur technische Fragestellungen, sondern vor allem auch organisatorische Hintergründe, wie zum Beispiel die Organisationskultur, die strategische Ausrichtung oder das Einbinden und Führen aller Prozessbeteiligten betrachtet.

Das strategische Prozessmanagement beinhaltet die planenden, kontrollierenden und steuernden Aktivitäten, die notwendig sind, um die Geschäftsprozesse eines Unternehmens an der Unternehmensstrategie auszurichten und diese zu unterstützen. Es hat die Aufgabe, die mittel- bis langfristige Ausrichtung, Ausgestaltung und Ausstattung sicher zu stellen. Des Weiteren dient es zur Ermittlung aller strategischen Entscheidungen, die sich an den Erfordernissen des Marktes und der Prozessvision orientieren, die im Idealfall im Dialog zwischen Führungsebene und Mitarbeitern erarbeitet wird. Ziel ist der Auf- und Ausbau von prozessbezogenen Erfolgspotenzialen, die dazu beitragen, die Wettbewerbsfähigkeit und Existenz des Unternehmens zu sichern.

Jedes Unternehmen ist einzigartig und jedes Unternehmen hat seine ganz speziellen Prozesse, die zur Differenzierung sowie zu Vorteilen gegenüber den Wettbewerbern beitragen und durch den effizienten Einsatz der betrieblichen Ressourcen den wirtschaftlichen Erfolg des Unternehmens sicherstellen.

Ein Workflow ist eine Abfolge von Handlungen in einer Organisation. Im Gegensatz zum Geschäftsprozess legt man dabei detailliert Wert auf die operative Ebene, indem die Arbeitsablaufbeschreibungen den Prozess in Bestandteile unterteilen, die auf IT-Ebene eindeutig sind. Die Unterstützung durch verschiedene Anwendungen und Datenbanken soll helfen, Arbeitsablaufmodelle zu nutzen und die Arbeitsabläufe der Organisation sicherzustellen.

Unter Verwendung eines Workflow-Management-Systems, können Geschäftsprozesse analysiert und gestaltet werden. Auch gleichzeitig und aufeinander folgende Prozesse wie Rollen, Aufgaben, Bedingungen, Zeiten und Zusammenhänge werden so koordiniert.

4.2 Kernthesen

- SharePoint setzt sich auch als Workflow-Plattform durch.
- Nach der IT nutzen vor allem auch die Bereiche Marketing, Personal, Vertrieb und Entwicklung SharePoint-Prozesse.
- Die Standardfunktionalität im Bereich Workflow reicht nur sehr selten aus, in der Regel werden Erweiterungen durch Programmierung benötigt.
- Unter den Third-Party Tools ist Nintex das führende Mittel der Wahl.

4.3 Detaillierte Ergebnisse

Die Workflow-Komponenten von SharePoint werden durchaus von sehr vielen Unternehmen genutzt. 60 Prozent geben an, dass sie SharePoint zur Abbildung von Workflows einsetzen. Dabei ist die überwiegende Zahl an Unternehmen auch eher zufrieden mit der Funktionalität (siehe Abbildung 22).

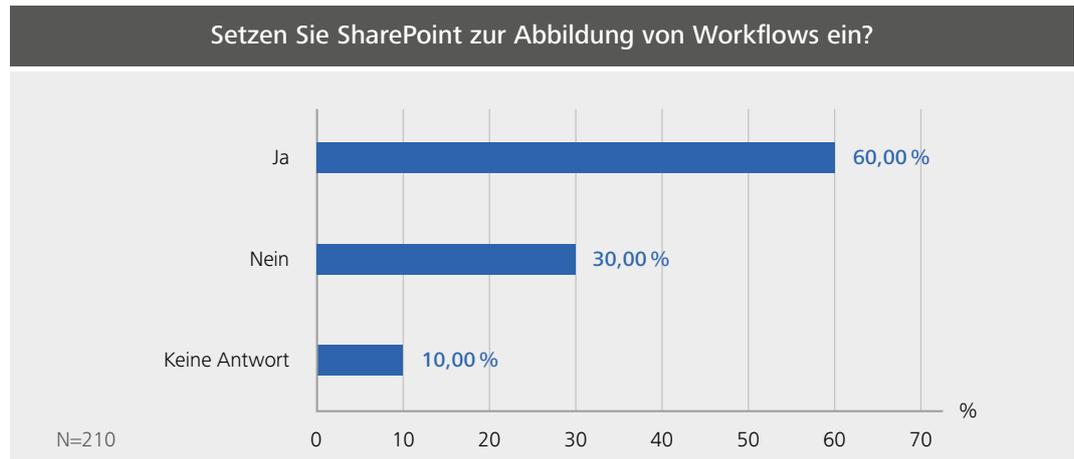


Abbildung 20: Einsatz SharePoint Workflows

Am häufigsten werden Prozessbereiche in der IT wie zum Beispiel das Ticketmanagement durch SharePoint-Workflows unterstützt. Immerhin 82 Prozent, die aktuell Workflow-Funktionalitäten von SharePoint nutzen, setzen diese unter anderem im IT-Umfeld ein.

Aber auch in den Fachbereichen Personal, Marketing, Vertrieb und Entwicklung werden SharePoint-Prozesse genutzt (41 bis 47 Prozent).

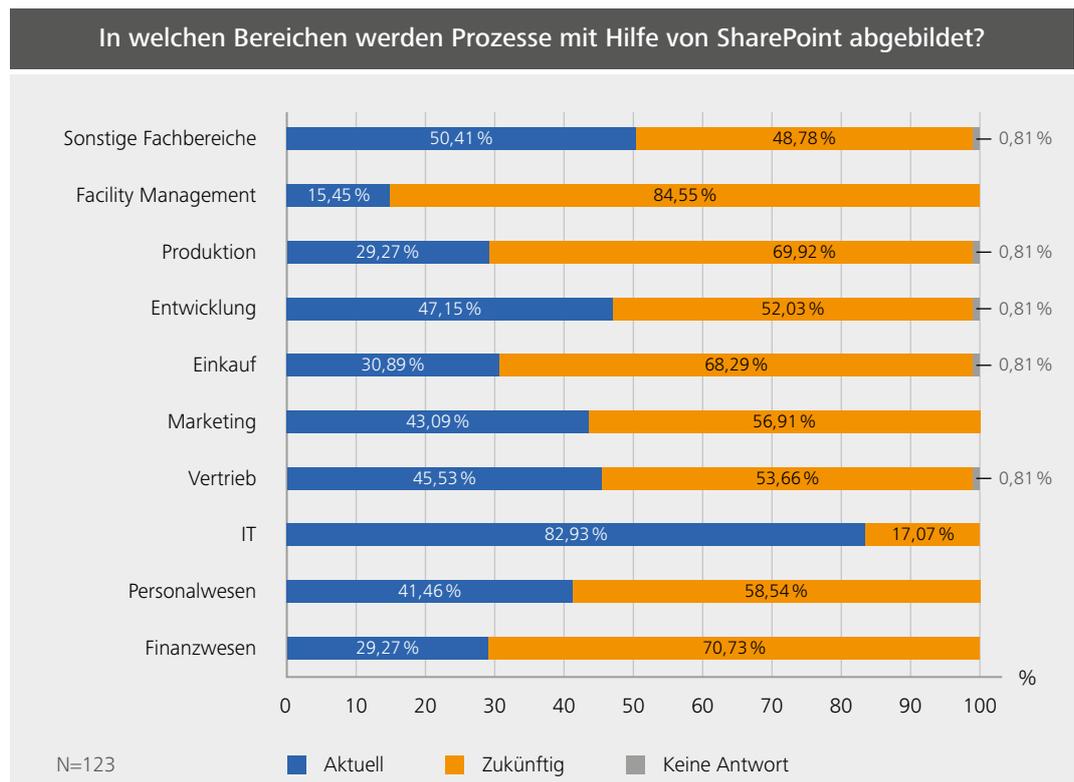


Abbildung 21: Bereiche, in denen Prozesse mit SharePoint abgebildet werden

Als Lösungsansatz für die fehlende Funktionalität sehen die meisten Unternehmen die Entwicklung von individuell programmierten Komponenten. Die Hälfte der Befragten setzt dabei auf eigene Entwickler. Knapp 40 Prozent nutzen hierfür externe Dienstleister.

Unter den Third-Party-Anbietern von Standardwerkzeugen im Bereich Workflows hat sich ganz klar Nintex durchgesetzt. Mehr als 30 Prozent der Anwender nutzen diese Komponente. Lediglich K2 agiert mit knapp 4 Prozent noch oberhalb der Wahrnehmungsschwelle.

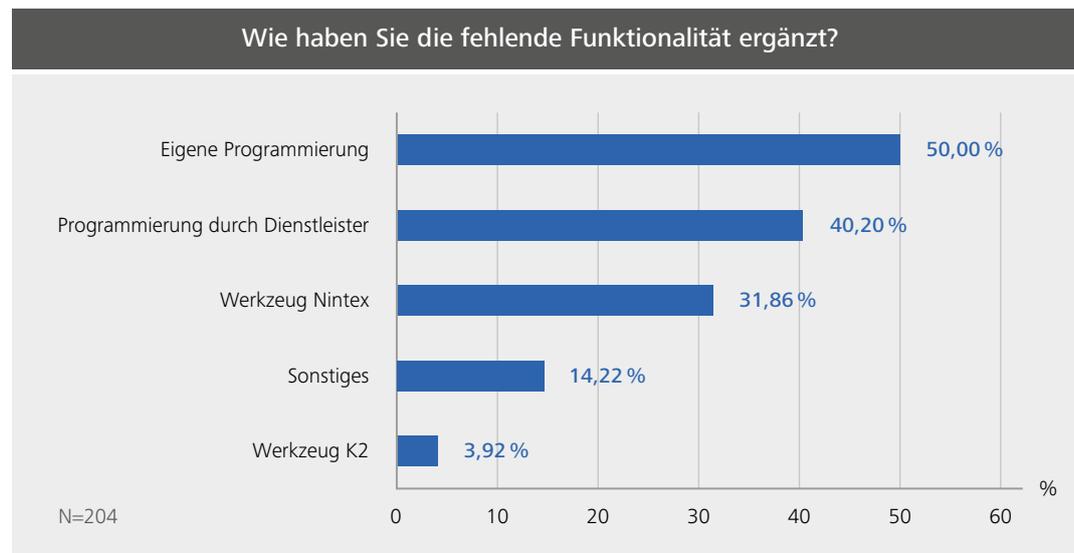


Abbildung 24: Ergänzungen

4.4 Fazit Business Process Management und Workflows

Insgesamt kann im Bereich Business Process Management und Workflows festgestellt werden, dass sich SharePoint zunehmend als Plattform durchsetzt. Auch wenn sicherlich die Hauptnutzung im Bereich der IT liegt (zum Beispiel: als Ticketsystem), so setzen inzwischen auch die Bereiche Marketing, Personal, Vertrieb und Entwicklung SharePoint-Prozesse ein. Dabei reicht die Standardfunktionalität im Bereich Workflow nur sehr selten aus, in der Regel werden Erweiterungen durch Programmierung benötigt. Unter den Third-Party Tools ist Nintex das führende Mittel der Wahl.

Usability



- 5.1 Einordnung der Begrifflichkeiten
- 5.2 Kernthesen
- 5.3 Detaillierte Ergebnisse
- 5.4 Akzeptanz einzelner Features
- 5.5 Fazit Usability



5.1 Einordnung der Begrifflichkeiten

Usability ist ein Schlagwort, an dem heute kein Unternehmen mehr vorbeikommt. Doch: Was ist Usability eigentlich? Im deutschen Sprachraum wird Usability in der Regel mit Gebrauchstauglichkeit gleichgesetzt. Die Norm DIN EN ISO 9241-11 definiert die Gebrauchstauglichkeit als „(...) das Ausmaß, in dem ein Produkt durch bestimmte Benutzer in einem bestimmten Nutzungskontext genutzt werden kann, um bestimmte Ziele effektiv und effizient und zufriedenstellend zu erreichen.“ In dieser Definition stecken viele variable Aspekte (*Abbildung 25*): Verschiedene Nutzer können die Gebrauchstauglichkeit unterschiedlich beurteilen. Des Weiteren sind die Zielerreichung mit diesem Werkzeug (Effektivität) und der Aufwand für die Zielerreichung (Effizienz) enthalten.



Abbildung 25: Gebrauchstauglichkeit und ihre Aspekte

Auch können verschiedene Nutzungskontexte, wie zum Beispiel einmalige Eingabe oder Hauptarbeitsmittel, eine Rolle spielen und inwieweit das Werkzeug zur vollständigen Problemlösung beiträgt oder nur ein Teil davon ist (Ausmaß). Letzter Faktor ist die Zufriedenstellung des Benutzers. Bereits an diesem Faktor wird deutlich, dass die Gebrauchstauglichkeit nicht objektiv messbar ist. Gebrauchstauglichkeit kann nur unter definierten Faktoren in Experimenten und statistischen Auswertungen erfasst werden. Dieses sind die klassischen Usability-Tests, bei dem Software oder auch ein Gerät mit Probanden im Labor getestet wird.

Software sollte die verschiedenen Anforderungen von Nutzergruppen unterstützen. Ein Beispiel hierfür ist Microsoft Word. Der Anfänger sucht im Menü nach dem Speichern Dialog und wird durch geeignete Beschriftungen dorthin geführt. Dem Power-User ist das zu umständlich. Er muss nichts mehr lernen und will schnell die Funktion ausführen. Für ihn gibt es den Tastatur-Shortcut zum Speichern.

Usability wird heute stark durch andere Begriffe, wie zum Beispiel dem der User Experience ergänzt. User Experience beschränkt sich nicht nur auf die Nutzung selbst, sondern erweitert diese um die Erwartungen des Nutzers und das Erlebnis des Produkts.

Usability ist als entscheidender Faktor auch bei Unternehmenssoftware erkannt worden. Sie hilft Fehler bei der Nutzung oder Zeitverzögerungen und damit in beiden Fällen Kosten zu vermeiden. Bei Web-basierten Angeboten aus der Cloud spielen zunehmend Aspekte der User Experience eine Rolle. Anwendungen müssen nicht nur einfach benutzbar sein, sie müssen sich auch gut anfühlen. In diesem Punkt macht Unternehmenssoftware gerade große Fortschritte.

5.2 Kernthesen

- Usability ist als wichtiges Entscheidungskriterium fest verankert.
- Die Bedeutung von Usability steigt trotz hohem Niveau weiter.
- Benutzerfreundlichkeit von SharePoint im Zwiespalt: Die Mehrheit von 57,79 Prozent attestiert SharePoint eine gute bis sehr gute Usability. Über 40 Prozent stufen sie als befriedigend bis mangelhaft ein.
- Die Mehrheit der Unternehmen führt nur grundlegende Design-Anpassungen durch.
- Mobiler Zugriff im Trend: SharePoint wird in 58 Prozent der Unternehmen von Tablet und in 42 Prozent von Smartphones aus genutzt.

5.3 Detaillierte Ergebnisse

Usability ist ein entscheidendes Auswahlkriterium für die Auswahl von Portal-Software. Insgesamt stufen rund 71 Prozent der befragten Anwender dies als sehr wichtig ein (*Abbildung 26*).

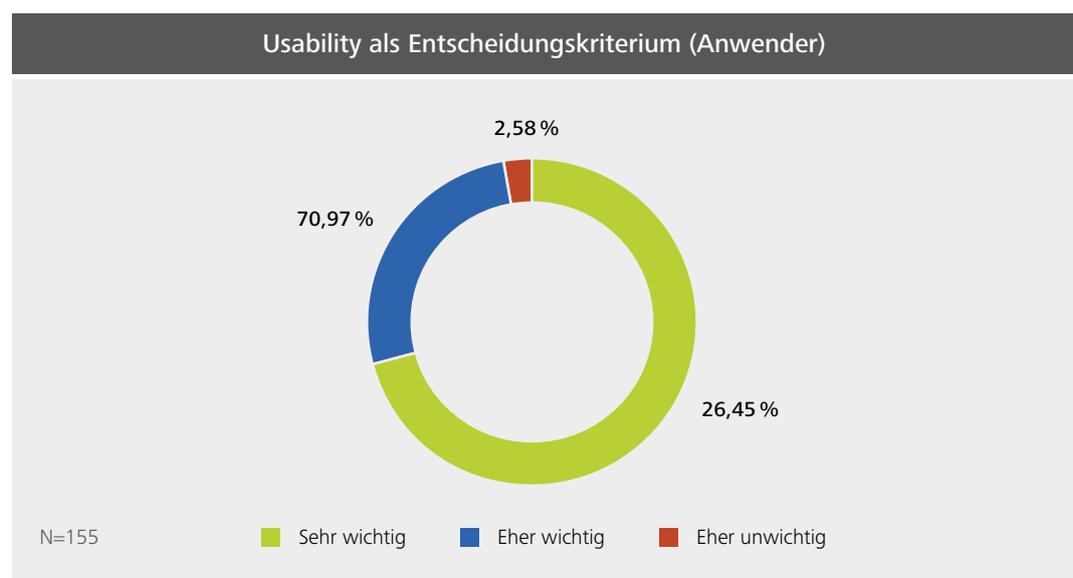


Abbildung 26: Usability als Auswahlkriterium

Für weitere 26 Prozent ist dies eher wichtig. Nur für 2 Prozent ist die Benutzbarkeit ein eher unwichtiges Auswahlkriterium für eine Software. Kein Studienteilnehmer aus Anwenderunternehmen sah Usability als unwichtiges Kriterium an. Die Dienstleister halten das Thema zu 86 Prozent für sehr wichtig und zu 11 Prozent als wichtig. Eher unwichtig ist es nur für 1 Prozent.

In der Studie 2015 gaben rund 48 Prozent aller Befragten (Anwender und Dienstleister) an, dass Usability eine ausschlaggebende Rolle spielt. In der vorliegenden Studie stufen 71 Prozent Usability als sehr wichtiges Kriterium ein. Die Awareness für das Thema Usability hat sich damit nochmals deutlich erhöht. Usability ist zu einem wichtigen Auswahlkriterium für Software geworden.

Doch erfüllt SharePoint die Erwartungen der Nutzer? Eine sehr gute Bewertung geben SharePoint nur 5 Prozent der Teilnehmer. Immerhin ein „gut“ vergibt die Mehrheit der Teilnehmer (52 Prozent). Damit ist eine Mehrheit von insgesamt mehr als 57 Prozent eher zufrieden mit der Usability von SharePoint. Tendenziell eher unzufrieden sind insgesamt 41 Prozent. Hier enthalten sind 10 Prozent, die die Usability von SharePoint als mangelhaft einstufen.

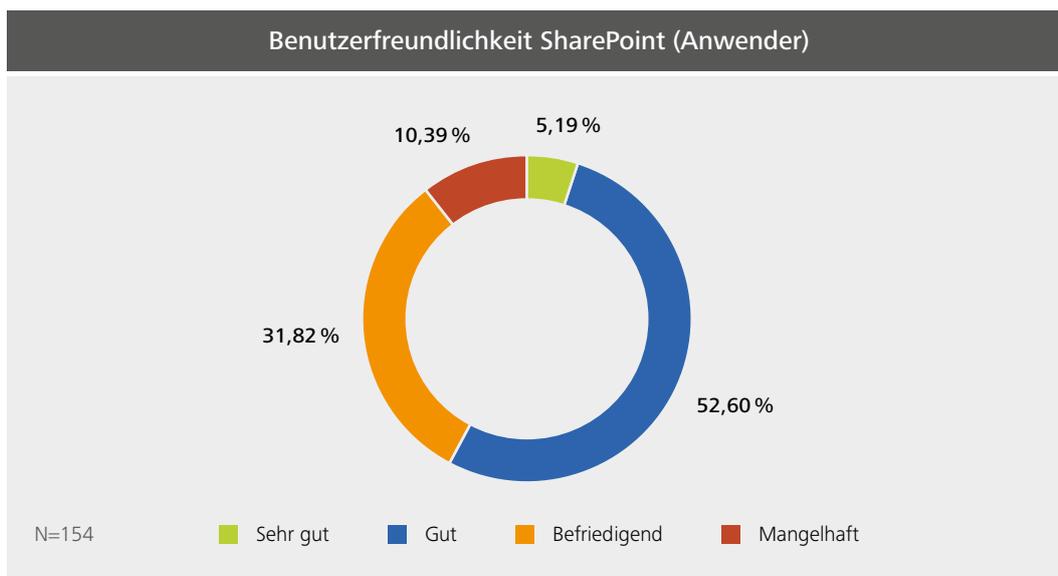


Abbildung 27: Beurteilung der Benutzerfreundlichkeit (Anwender)

Die Dienstleister beurteilen die Benutzerfreundlichkeit von SharePoint deutlich positiver als die Anwender (Abbildung 28). Bei den Dienstleistern beurteilen 7,69 Prozent die Usability von SharePoint als sehr gut und 61,54 Prozent als gut. Nur 23,08 Prozent stufen sie als befriedigend bzw. 7,69 Prozent als mangelhaft ein.

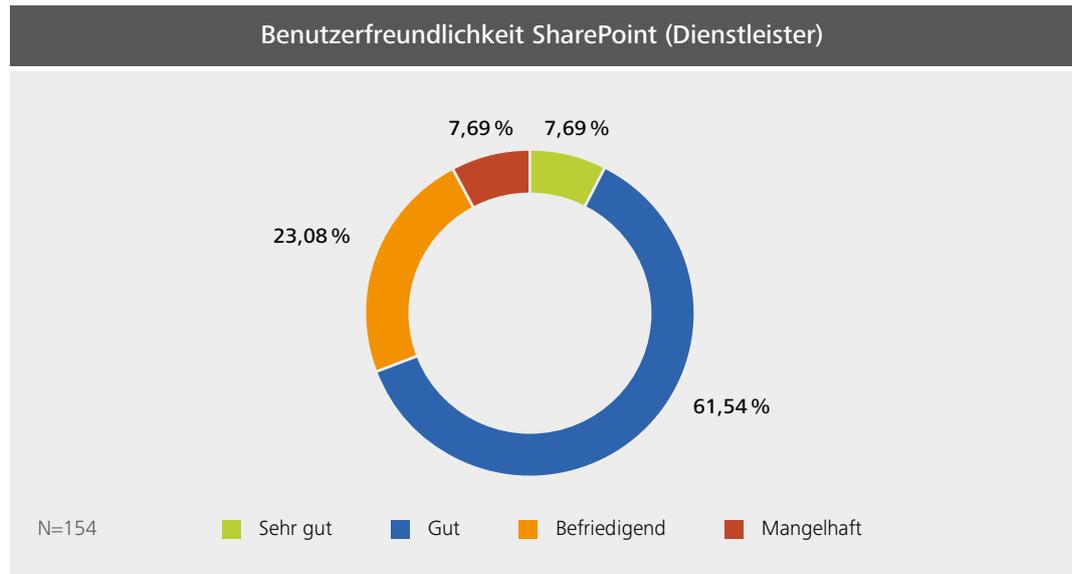


Abbildung 28: Beurteilung der Benutzerfreundlichkeit (Dienstleister)

Benutzerfreundlichkeit steht im Fokus von Microsoft. Sind diese Bemühungen von Erfolg gekrönt? Eine vergleichende Betrachtung der Einschätzung der Nutzer ist nur bedingt möglich. Die Version 2003 wird nur noch von einer sehr geringen Zahl von vier Anwendern in dieser Studie eingesetzt. Gleiches gilt für die Version 2007 mit zehn Anwendern. Abbildung 29 ist daher in der Aussagekraft eingeschränkt zu sehen. Allerdings lässt sich feststellen, dass kein klar positiver Trend in den Zahlen erkennbar ist.

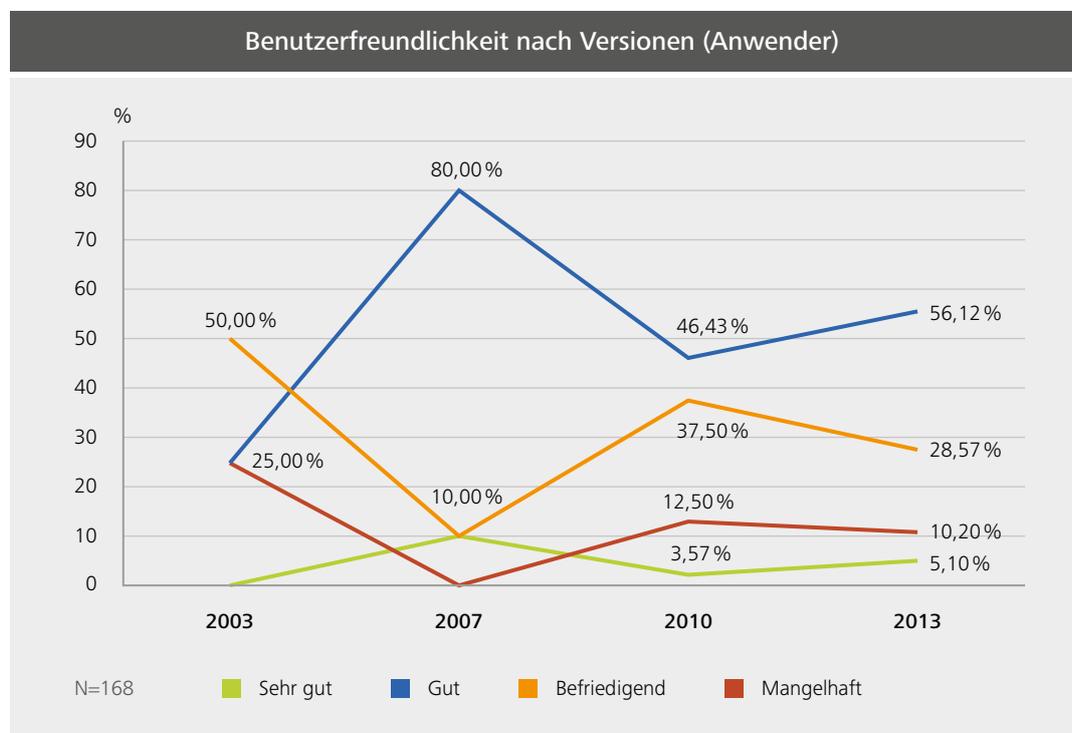


Abbildung 29: Benutzerfreundlichkeit nach Versionen (Anwender)

Die Werte für die Versionen 2010 und 2013 basieren auf deutlich größeren Fallzahlen. Dennoch ist auch hier ein positiver Trend nicht klar zu sehen.

SharePoint wird von der Mehrheit der Unternehmen optisch angepasst. Rund 87 Prozent der Befragten nehmen Anpassungen vor (Abbildung 30). Auf die einfach umzusetzende Änderung der Farben und des in SharePoint dargestellten Logos beschränken sich fast 60 Prozent.

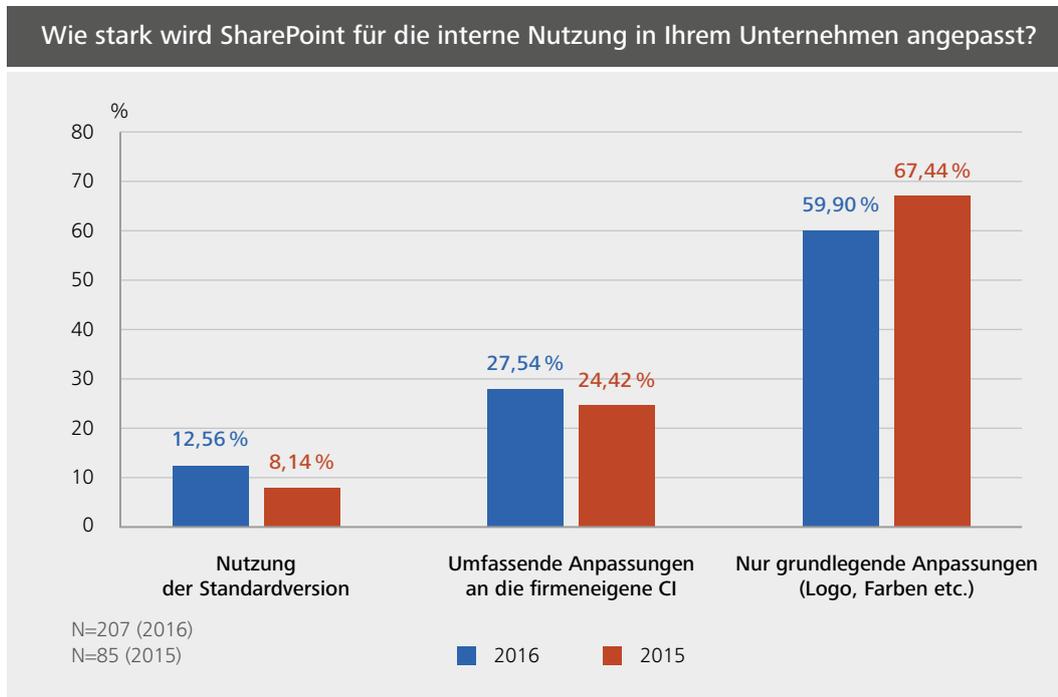


Abbildung 30: Anpassung der Software (Anwender und Dienstleister)

Während grundlegende Anpassungen einfach und mit geringem Aufwand durchzuführen sind, erfordern umfassende Anpassungen an firmeneigene Vorgaben einen hohen Aufwand. Bei diesen Anpassungen muss die Upgrade-Fähigkeit des Systems nach Möglichkeit erhalten werden. Umfassende Anpassungen am Aussehen von SharePoint führen 27,54 Prozent durch. Das Out-of-the-Box Standarddesign von SharePoint nutzen 12,56 Prozent der Befragten. Im Vergleich zum Vorjahr ergaben sich nur geringe Änderungen, aus denen sich kein konkreter Trend ableiten lässt.

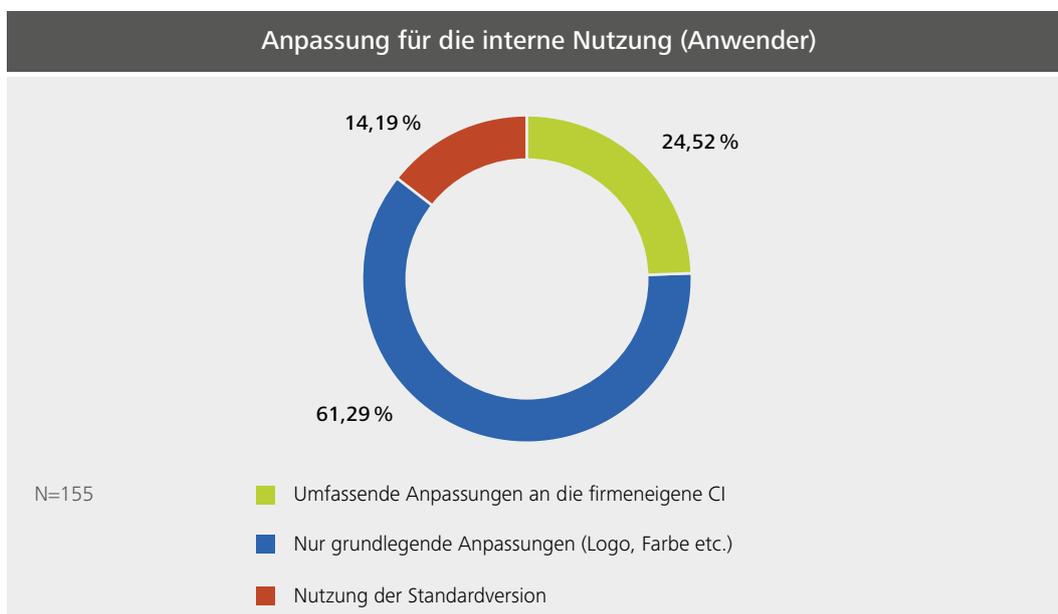


Abbildung 31: Anpassung für die interne Nutzung (Anwender)

Die Zahlen für die Anwenderunternehmen weichen leicht von der Summe aller Befragten ab (Abbildung 31). Nur grundlegende Anpassungen nehmen 61,29 Prozent vor. Umfassende Anpassungen führt rund ein Viertel der befragten Anwenderunternehmen durch. Die „Out-of-The-Box“-Variante liegt bei rund 14 Prozent.

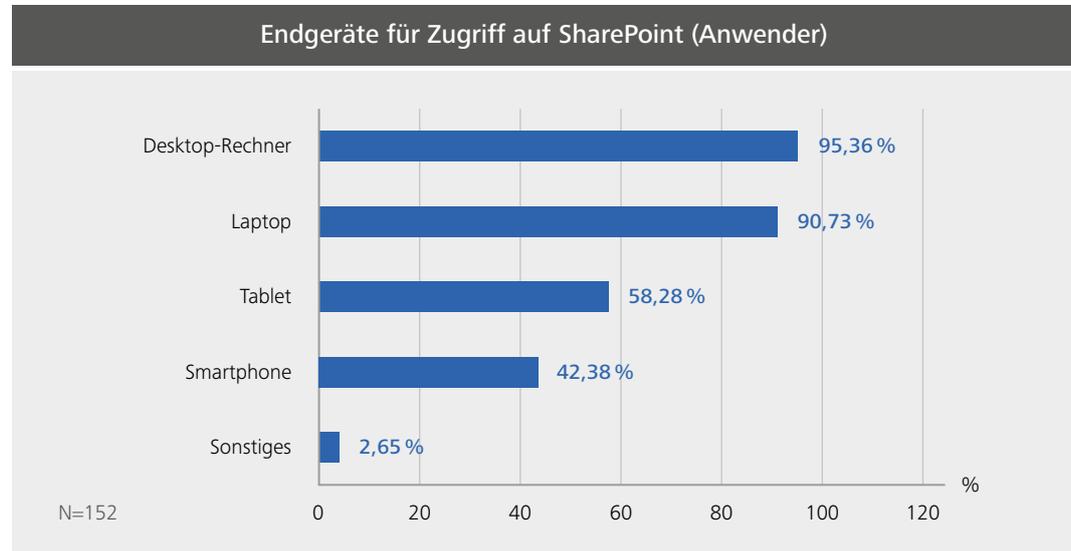


Abbildung 32: Endgeräte für den Zugriff

SharePoint kann von verschiedenen Endgeräten aus genutzt werden. In 95,36 Prozent der befragten Unternehmen werden Desktop-Rechner für den Zugang zu SharePoint eingesetzt. Dicht darauf folgt der Laptop in 90,73 Prozent der Unternehmen. Die Mehrzahl der Befragten (58,28 Prozent) setzt im Unternehmen Tablets für den Zugriff auf SharePoint ein. Über 42 Prozent der Unternehmen setzen Smartphones für den Zugriff auf SharePoint ein. Obwohl die Frage nicht den Umfang des Einsatzes in den Unternehmen untersucht, ist bereits der Anteil der Unternehmen, die mobile Endgeräte wie Tablet oder Smartphone in irgendeiner Form einsetzen bemerkenswert. Unter der Rubrik „Sonstiges“ sind Nennungen anderer Endgeräte, wie zum Beispiel Thin Clients, summiert.

5.4 Akzeptanz einzelner Features

Microsoft SharePoint bietet zahlreiche Features für die Unterstützung der Produktivität der Nutzer an. Die Studie untersucht die Zufriedenheit mit ausgewählten Features, wie zum Beispiel Drag & Drop, die für Microsoft-Produkte typischen Ribbon-Menüs aber auch zentrale Features wie die Suche und den Bereich Barrierefreiheit.

Eine Funktion, die die Nutzer bei der Arbeit mit Dokumenten unterstützt, ist das Drag & Drop. Dokumente können innerhalb von SharePoint mittels Drag & Drop verschoben werden. Es kann aber auch für das Hochladen von Dokumenten von einem lokalen Rechner verwendet werden. Das Dokument wird hierzu per Drag in das im Browser geöffnete SharePoint gezogen (Drag) und dort fallengelassen (Drop). Der Upload des Dokuments erfolgt dann automatisch.

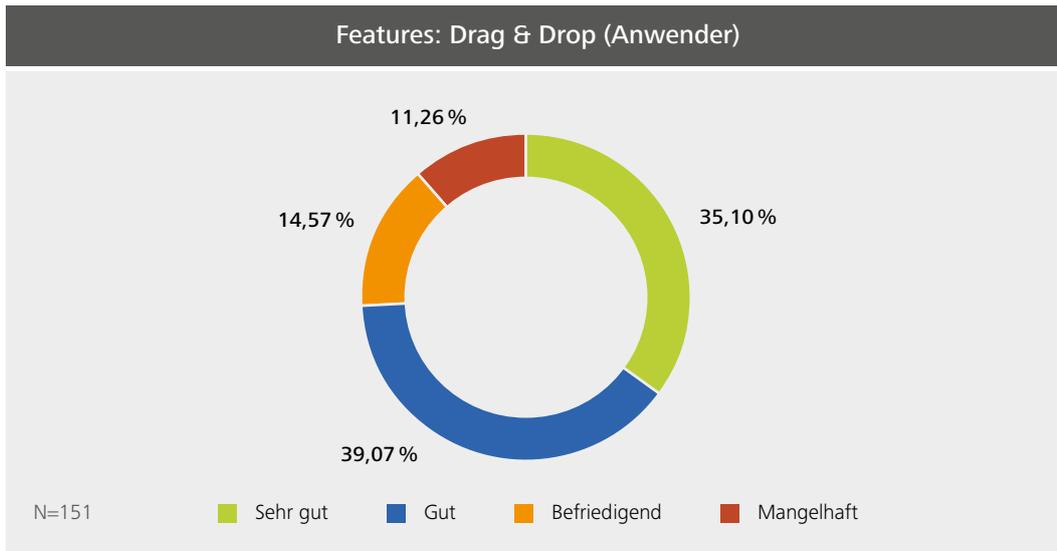


Abbildung 33: Bewertung der Features: Drag & Drop

Die Drag & Drop-Funktion wird von rund 75 Prozent der Befragten als gut bis sehr gut bewertet (Abbildung 33). Alleine 35,1 Prozent halten diese Funktion für sehr gut. Weitere 39,07 Prozent finden diese Funktion gut. Aus Nutzersicht befriedigend ist das Drag & Drop für 14,57 Prozent. Als mangelhaft stufen 11,26 Prozent der Befragten die Funktion ein.

Die Drag & Drop Funktion wird von der deutlichen Mehrheit der Befragten positiv bewertet. Dies lässt darauf schließen, dass die Funktion überwiegend bekannt ist und als hilfreich angesehen wird.

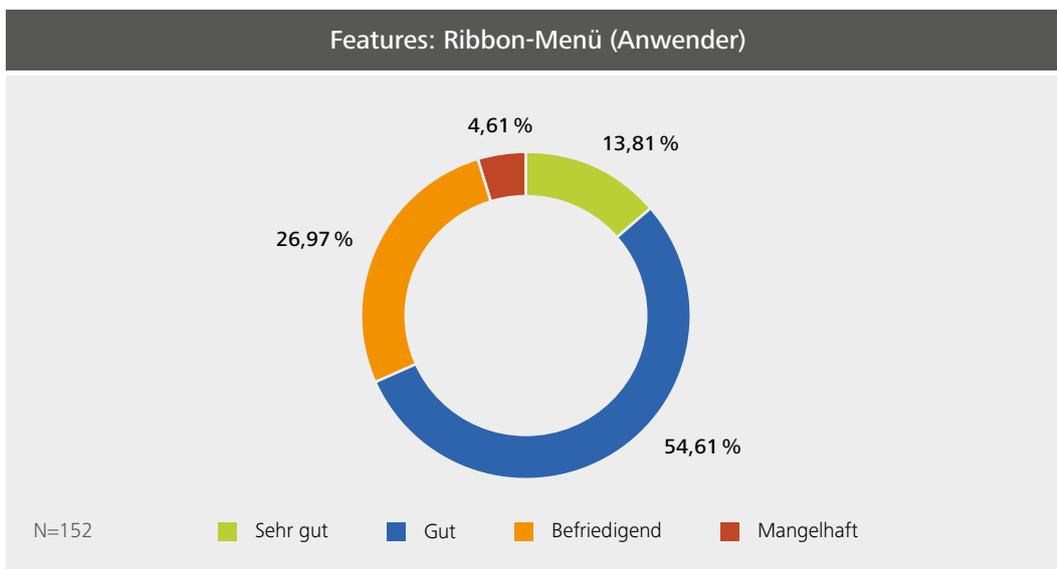


Abbildung 34: Bewertung der Features: Ribbon-Menü

Ribbon Menus sind aus der Verknüpfung von Symbolen und dem klassischen Menu hervorgegangen. Das Konzept wurde von Microsoft für das Office-Paket entwickelt, in dem zahlreiche Funktionen auf engem Raum untergebracht werden müssen. Später wurde das Konzept für andere Microsoft-Produkte und auch SharePoint übernommen. In SharePoint werden die Ribbons im Standard, im Gegensatz zu Office, erst nach einem Klick sichtbar.

68,42 Prozent der Befragten bewerten die Funktion positiv (*Abbildung 34*). Der Anteil an sehr guten Bewertungen ist mit 13,82 Prozent jedoch deutlich geringer als bei Drag & Drop. Für gut befinden die Funktion 54,61 Prozent. Lediglich befriedigend sehen 26,97 Prozent der Befragten die Ribbon-Menüs in SharePoint. Nur 4,61 Prozent bewerten die Ribbon Menüs als mangelhaft. Die Anlehnung an die Bedienung von Office führt an dieser Stelle offenbar zu positiven Effekten: Die Nutzer sind mit der Bedienung vertraut und sind damit auch in einer Web-basierten Umgebung zufrieden.

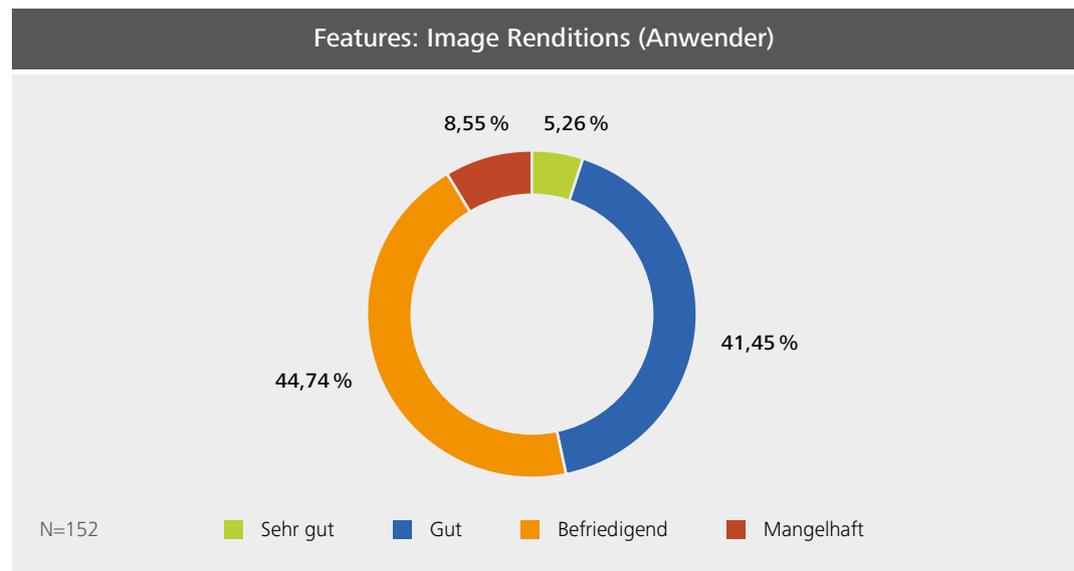


Abbildung 35: Bewertung der Features: Image Renditions

Image Renditions tragen zur Nutzbarkeit auf verschiedenen Endgeräten im Rahmen von Responsive Design bei. Image Renditions ermöglichen die Anzeige von einmalig hochgeladenen Bildern in verschiedenen Auflösungen und Seitenverhältnissen. Hierzu wird das Bild serverseitig neu als eine Rediton berechnet. Das aufwendige Einstellen und Verwalten von Bildern in verschiedenen Auflösungen und Abmessungen entfällt.

Etwas weniger als die Hälfte der Befragten (46,71 Prozent) bewerten diese Funktion als sehr gut oder gut (*Abbildung 35*). Hiervon bewerten lediglich 5,26 Prozent die Funktion als sehr gut, der verbleibende Teil von 41,45 Prozent als gut. Der größte Anteil (44,74 Prozent) stuft die Image Renditions als befriedigend ein. Unzufrieden sind 8,55 Prozent.

Die Suche in Informationssystemen ist in der Praxis immer wieder ein heißes Eisen. Die Benutzbarkeit lässt bei manchen Systemen zu wünschen übrig und führen zu Frust bei den Nutzern. Nicht so bei den SharePoint-Nutzern: Nur 8,55 Prozent bewerten die Suche als mangelhaft. Das Prädikat befriedigend vergeben 25 Prozent (*Abbildung 36*). Bei dieser Funktion geben mehr als 66 Prozent der Befragten die Wertung gut (41,45 Prozent) oder sehr gut (25 Prozent) ab. Die Suche in SharePoint erfüllt für die meisten der Befragten die Anforderungen. Dies ist für diese Funktion ein guter Wert.

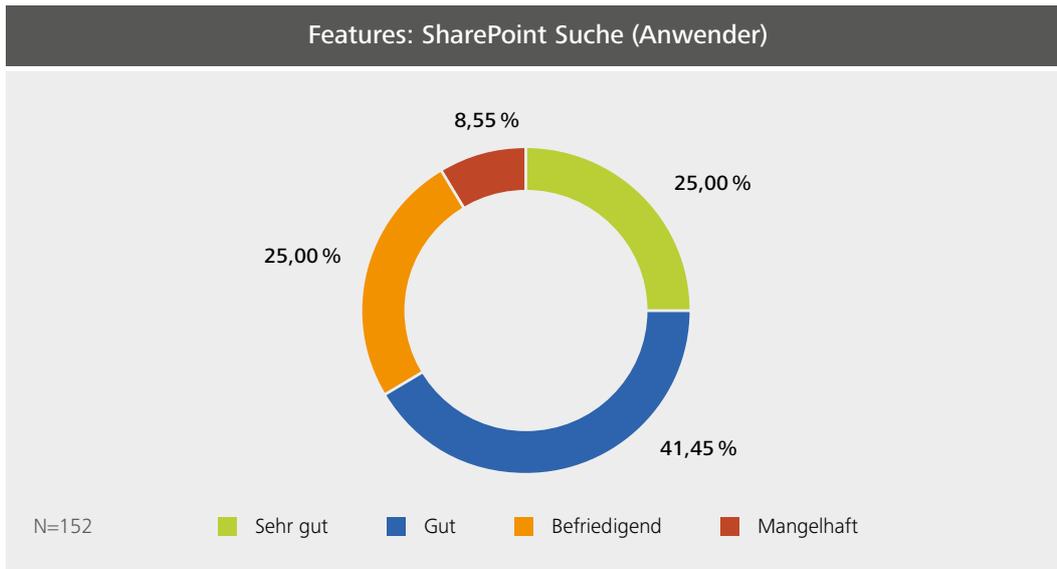


Abbildung 36: Bewertung der Features: Suche

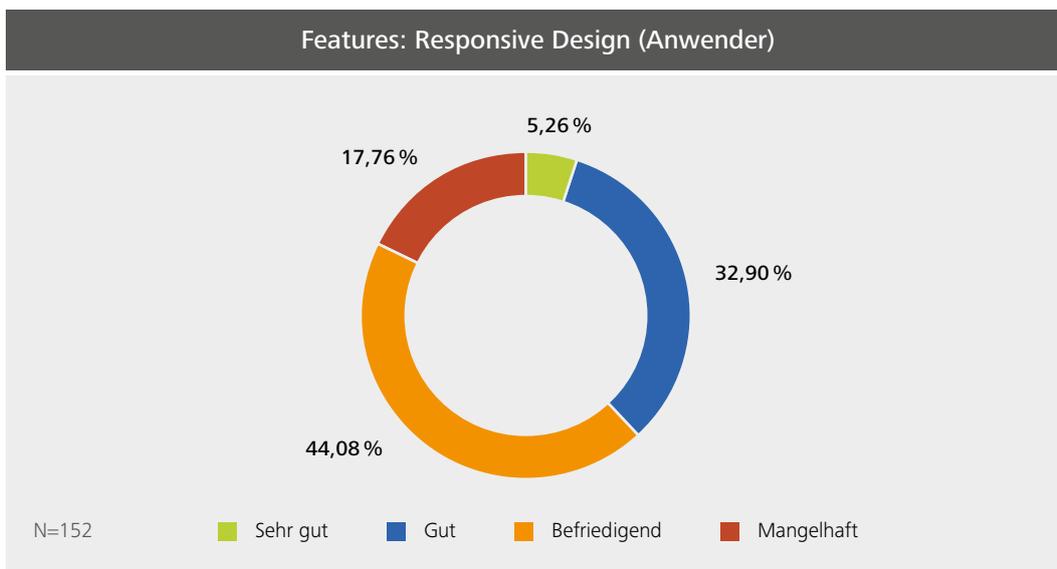


Abbildung 37: Bewertung der Features: Responsive Design

Unter Responsive Web Design wird die automatische Anpassung des Layouts und der Gestaltung an die aktuell vorhandene Bildschirmgröße und Auflösung verstanden. So können Inhalte bei geringen Bildschirmgrößen weggelassen oder bei mobilen Geräten untereinander statt nebeneinander angeordnet werden. Responsive Web Design basiert auf der Web-Technologie Cascading Style Sheets (CSS). Responsive Web Design gehört nach der Intranet Themen und Trends Studie 2015 (Riemke-Gurzki, 2015) zu den Top-Themen.

So richtig zufrieden ist die Mehrheit der SharePoint-Nutzer mit den Funktionen ihrer Software aber nicht: 17,76 Prozent sind mit den Funktionen für das Responsive Design unzufrieden (Abbildung 37). Für befriedigend erachten die Funktion 44,08 Prozent und für gut rund ein Drittel der Studienteilnehmer. Sehr hilfreich finden 5,26 Prozent der Befragten das Feature. Gerade vor dem Hintergrund der steigenden Bedeutung von mobilen

Endgeräten und der zunehmenden Endgeräte-Diversität besteht aus Sicht der Anwender bei dieser Funktion Verbesserungsbedarf.

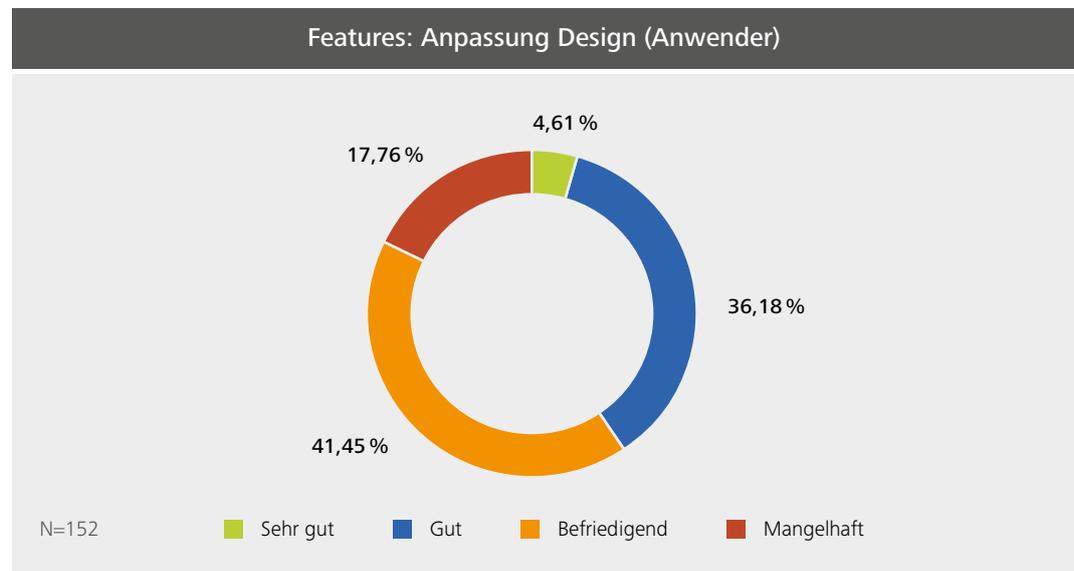


Abbildung 38: Bewertung der Features: Anpassen des Designs

Eine Anpassung des Standard-Designs kann verschiedene Gründe haben. Ein Grund ist die Anpassung an die optischen Gestaltungsrichtlinien (CD) des jeweiligen Unternehmens. Auf der anderen Seite können auch funktionale Erwägungen eine Rolle spielen. Beschränkt sich ein Unternehmen nicht nur auf die Konfiguration der Oberfläche und greift tiefer in die Gestaltung ein, kann dies zu Inkompatibilitäten bei Upgrades kommen.

Die Features von SharePoint zur Anpassung des Designs werden von 17,76 Prozent der Befragten als mangelhaft beurteilt (Abbildung 38). Rund 41 Prozent stufen diese Funktionen mit befriedigend ein. Die Bewertung gut liegt mit 36,18 Prozent in ähnlicher Größenordnung. Die Bewertung sehr gut vergeben 4,61 Prozent. Insgesamt gesehen ist die Funktionalität in SharePoint ausbaufähig.

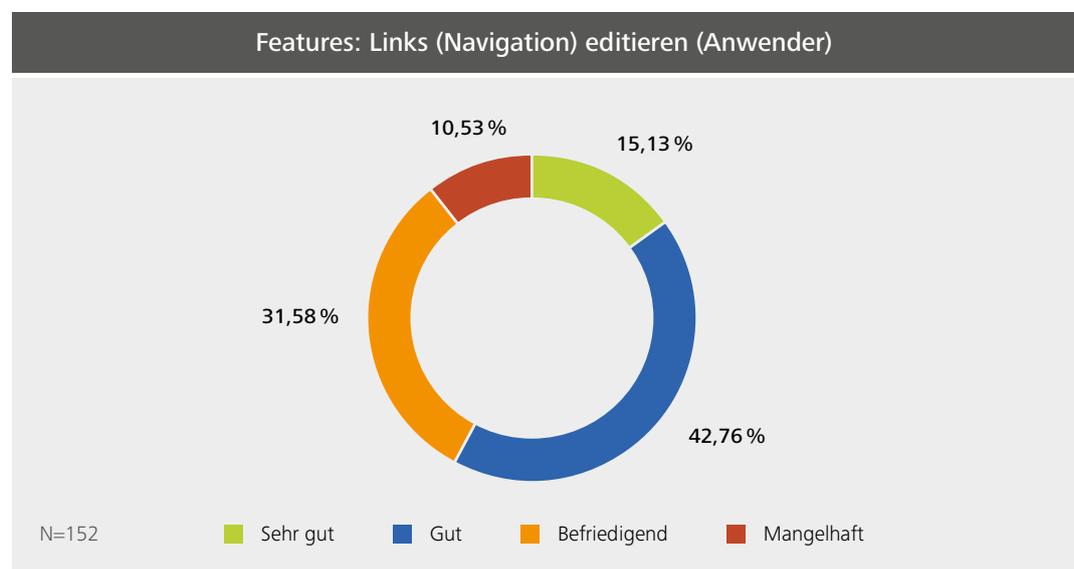


Abbildung 39: Bewertung der Features: Links (Navigation) editieren

Die Bearbeitung der Navigation wird von knapp 58 Prozent der Befragten positiv bewertet: 15,13 Prozent stufen diese als sehr gut und 42,76 Prozent als gut ein (*Abbildung 39*). Dem gegenüber stehen 31,58 Prozent, die die Bearbeitung eher befriedigend sehen und weitere 10,53 Prozent, die diese als mangelhaft beurteilen.

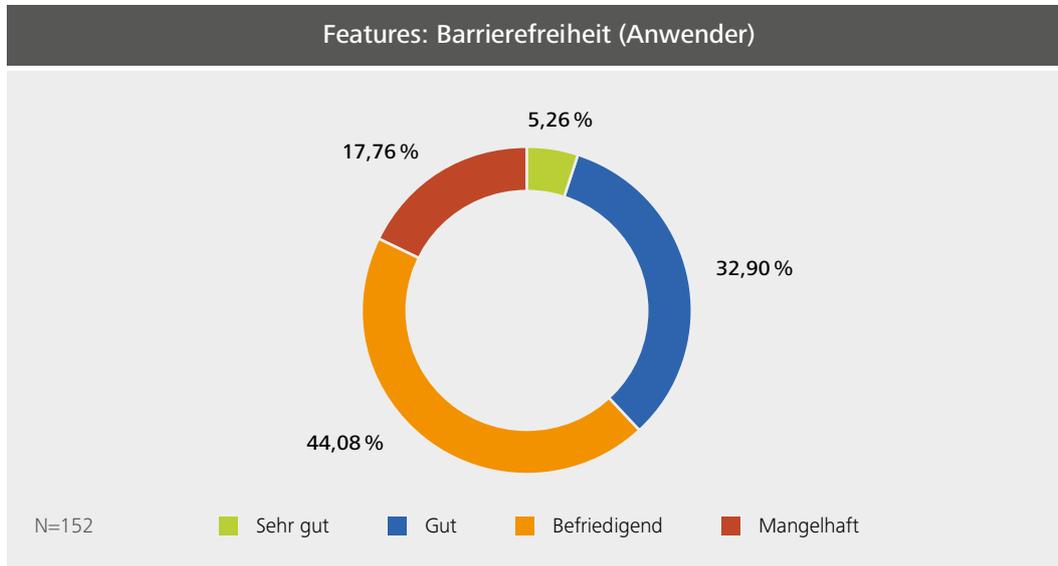


Abbildung 40: Bewertung der Features: Barrierefreiheit

Der Paragraf 4 des Gesetzes zur Gleichstellung behinderter Menschen (BGG) definiert Barrierefreiheit als: „Barrierefrei sind bauliche und sonstige Anlagen, Verkehrsmittel, technische Gebrauchsgegenstände, Systeme der Informationsverarbeitung, akustische und visuelle Informationsquellen und Kommunikationseinrichtungen sowie andere gestaltete Lebensbereiche, wenn sie für behinderte Menschen in der allgemein üblichen Weise, ohne besondere Erschwernis und grundsätzlich ohne fremde Hilfe zugänglich und nutzbar sind.“¹ Das BGG und die damit verbundene Barrierefreie-Informationstechnik-Verordnung (BITV) sind verbindlich für öffentliche Einrichtungen. Im privatwirtschaftlichen Bereich stehen Unternehmen jedoch vor den gleichen Herausforderungen der Integration von Mitarbeitern mit Beeinträchtigungen.

Die Funktionen für die Barrierefreiheit werden überwiegend negativ beurteilt (*Abbildung 40*). Rund 47 Prozent der Befragten stufen diese als befriedigend ein. Der Anteil negativer Bewertungen ist mit 17,76 Prozent ebenfalls hoch. Für gut befinden die Barrierefreiheit von SharePoint 32,90 Prozent der Befragten. Ein sehr gut wurde von 5,26 Prozent vergeben. Fasst man die Kategorien „befriedigend“ und „mangelhaft“ zusammen, so ergibt sich der schlechteste Wert aller in der Studie erfragten Features von SharePoint.

¹ Gesetz zur Gleichstellung behinderter Menschen (Behindertengleichstellungsgesetz – BGG) – § 4 Barrierefreiheit

5.5 Fazit Usability

Usability ist ein wesentliches Kriterium für die Auswahl von Software geworden. Die Usability von SharePoint wird überwiegend von den Anwendern positiv beurteilt. Bei der Betrachtung ausgewählter Features gibt sich jedoch ein differenziertes Bild (*Abbildung 41*, *Abbildung 42*). Funktionen wie Drag & Drop und die Ribbon Menus haben ihre Kritiker, werden aber insgesamt betrachtet mehrheitlich positiv gewertet.

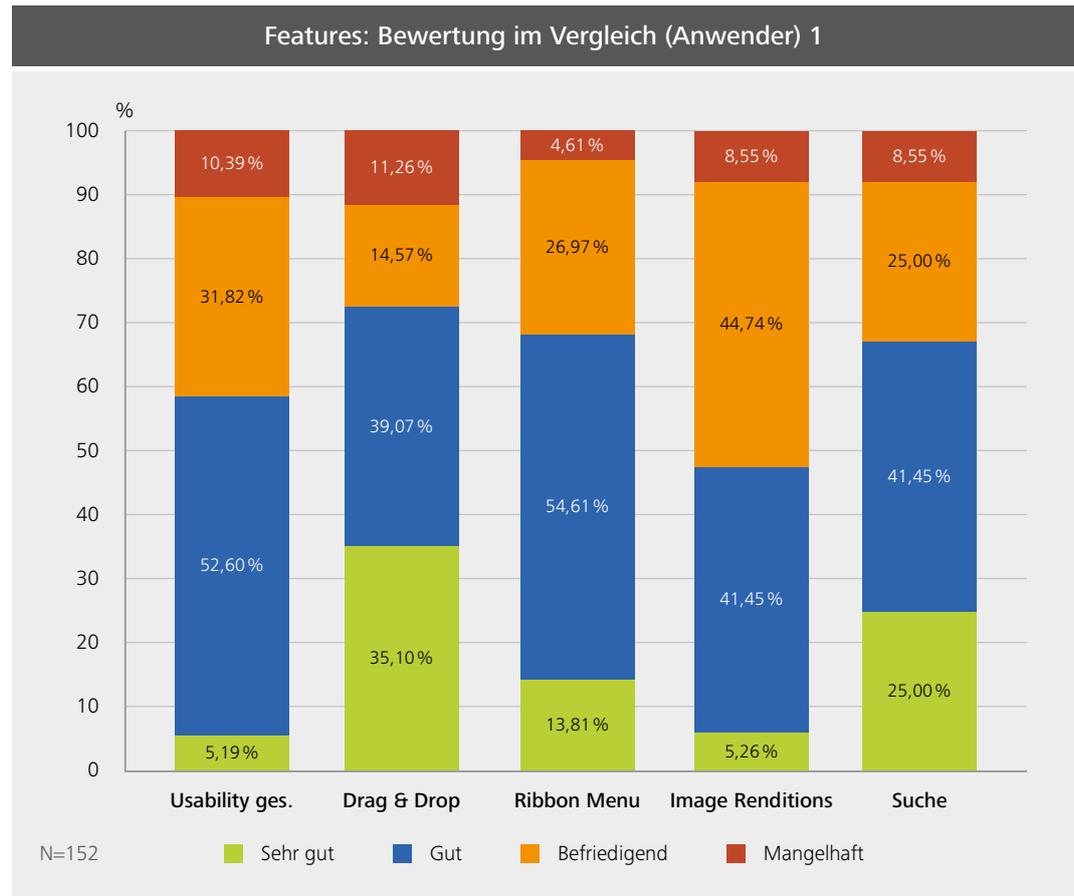


Abbildung 41: Bewertung von Features (1)

Dem gegenüber stehen Features wie die Anpassung des Designs, das ebenso ein offensichtliches Verbesserungspotenzial bietet, wie die Image Renditions. Noch schlechter wird das Responsive Design bewertet. Die Barrierefreiheit von SharePoint wurde mehrheitlich kritisch gesehen.

Insgesamt sind die Anwender zufrieden, auch wenn Verbesserungen möglich sind. Auffällig ist, dass die Verbesserungen bei Betrachtungen der letzten beiden Versionen vor der Version 2016 keine signifikante Verbesserung aus Sicht der Anwender gebracht haben.

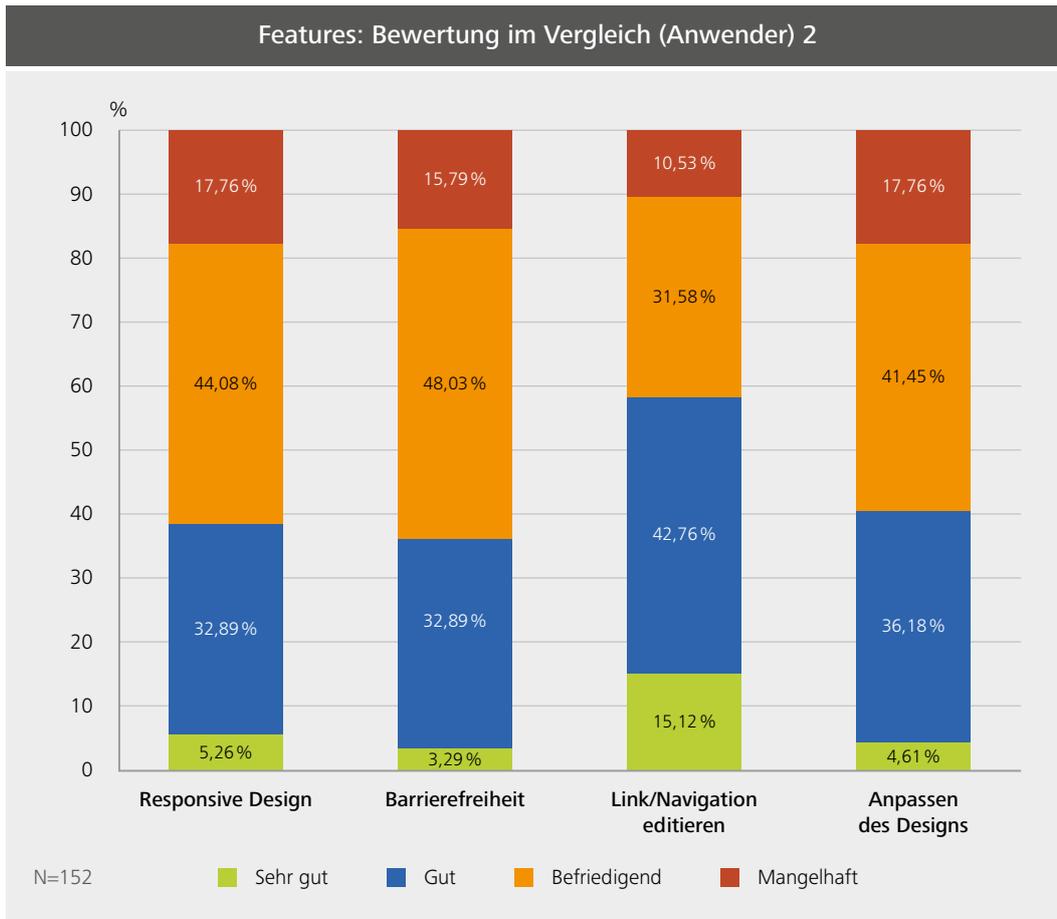


Abbildung 42: Bewertung von Features (2)

Social Business



- 6.1 Einordnung der Begrifflichkeiten
- 6.2 Kernthesen
- 6.3 Detaillierte Ergebnisse



6.1 Einordnung der Begrifflichkeiten

Unter dem Begriff Social Business versteht der Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien (BITKOM) in einer Studie von 2013 alle Aktivitäten in einem Unternehmen, die auf Social Media, Social Software und Social Networks setzen, um effizientere, effektivere und nützlichere Verbindungen zwischen Menschen, Informationen und Ressourcen herzustellen – sowohl innerhalb als auch außerhalb des Unternehmens.² Es handelt sich hierbei um digitale Medien und Technologien, die es den Anwendern ermöglichen, Inhalte einzeln oder in Gemeinschaft zu erstellen, zu teilen und sich untereinander zu vernetzen und so formell oder informell zu kommunizieren. Die entsprechenden Technologien und Plattformen werden als Social Business bezeichnet. Sie reichen von Blogs über Activity Streams bis zu Enterprise Instant Messaging. Social Business kann intern und extern betrieben werden.

Extern kann Social Business zum Beispiel für das Marketing, den Vertrieb, aber auch für den Kundenservice eingesetzt werden. Marketing bedeutet in diesem Fall die individuelle personalisierte Ansprache des Kunden. Die ursprünglichen Mittel Telefon, Fax, Post- oder E-Mail-Sendungen werden heute durch Social Media-Kanäle, wie zum Beispiel Facebook ergänzt. Die Kunden haben hierdurch die Möglichkeit, direkt mit dem Anbieter in Kontakt zu treten. Extern können diese Möglichkeiten für die Kundenmitbestimmung, Ideen für Produkte und Services oder auch Feedbackmöglichkeiten zur Kundenzufriedenheit genutzt werden. Für die Personalbeschaffung spielt die externe Anwendung von Social Business ebenfalls eine große Rolle. In Zeiten des Fachkräftemangels ist die Gewinnung von Talenten ein wichtiger Wettbewerbsfaktor. Ein Dialog mit potenziellen Bewerbern über Social Media ist dabei ein wichtiger Baustein.

Intern kann Social Business ebenso wie extern in unterschiedlichen Bereichen eingesetzt werden. Der größte Anwendungsbereich ist die interne Unternehmenskommunikation. Unternehmerische Entscheidungen werden kommuniziert und multimedial erläutert. Enterprise Social Networks erlauben eine bi- und multilaterale Unternehmenskommunikation und damit einen echten Dialog zwischen Mitarbeitern und Unternehmen. Aber auch für die Vernetzung und Zusammenarbeit der Mitarbeiter in Projekten werden Social Media-Technologien zunehmend zum Standard.

6.2 Kernthesen

- Top-Hindernisse für das Social Intranet: Mitarbeiter nutzen es nicht und kein nachweislicher geschäftlicher Nutzen.
- Dienstleister setzen häufiger Social Media ein als Anwenderunternehmen.
- Rund 30 Prozent der Anwenderunternehmen setzen intern Social Media ein.

² BITKOM Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e. V. (2016), Einsatz und Potenziale von Social Business für ITK-Unternehmen

- 26,8 Prozent der Anwender planen ein Enterprise Social Network, von diesen die Hälfte in den nächsten 12 Monaten.
- Nur rund 12,59 Prozent sehen keine Hindernisse bei internem Einsatz von Social Media.
- Top-Nutzen von Social Intranet: Verbesserung der Vernetzung von Mitarbeitern.

6.3 Detaillierte Ergebnisse

Die Studie untersucht, ob SharePoint-Anwender und Dienstleister Social Media einsetzen und welcher Nutzen entstehen kann. Im Rahmen der Befragung wurden auch mögliche Hemmnisse erhoben.

Social Media wird aus der historischen Entwicklung heraus in der Regel zuerst extern eingesetzt. Doch: Sind die Dienstleister den Anwenderunternehmen in diesem Punkt voraus? Im Vergleich von Anwendern und Dienstleistern zeigt sich tatsächlich eine große Differenz: Nur 29,41 Prozent der SharePoint-Anwender setzen extern Social Media ein. Im Vergleich dazu sind es bei den Dienstleistern mit 62 Prozent deutlich mehr als die Hälfte. Etwas weniger als die Hälfte der Anwender (48,37 Prozent) plant auch nicht die externe Nutzung. Bei den Dienstleistern liegt dieser Anteil mit 30 Prozent deutlich niedriger. In Planung sind externe Aktivitäten bei 13,73 Prozent der Anwender. Auf Dienstleisterseite sind es nur 4 Prozent. Dies ist mit dem bereits hohen Nutzungsgrad zu erklären. Bei den Anwendern wissen 8,5 Prozent nicht, ob das eigene Unternehmen Social Media extern einsetzt. Die externe Unternehmenskommunikation scheint zumindest bei einem kleinen Teil der Befragten nicht nach innen zu wirken.

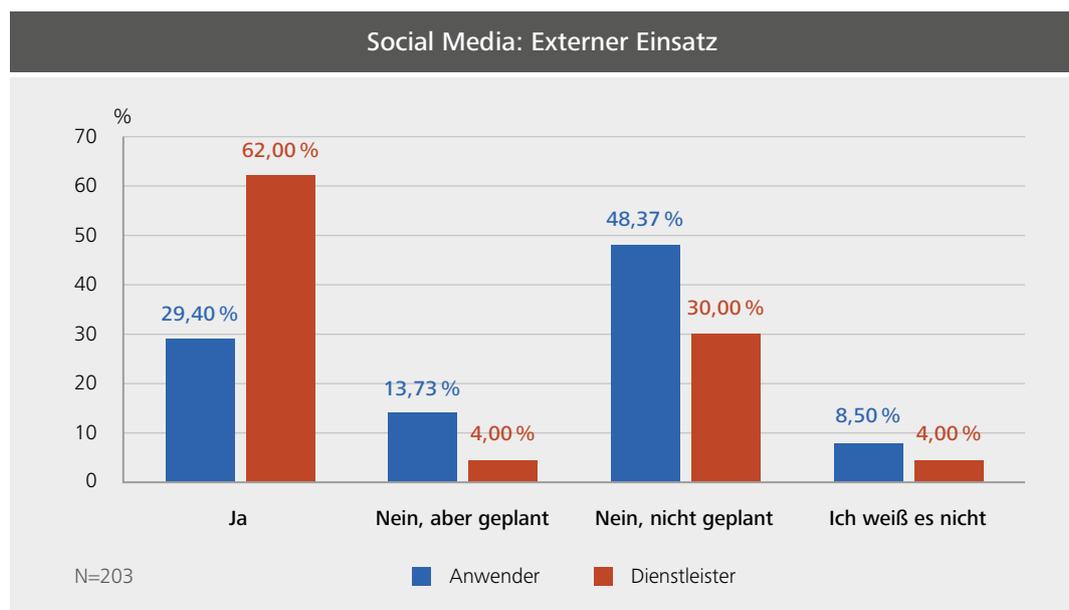


Abbildung 43: Einsatz von Social Media (extern)

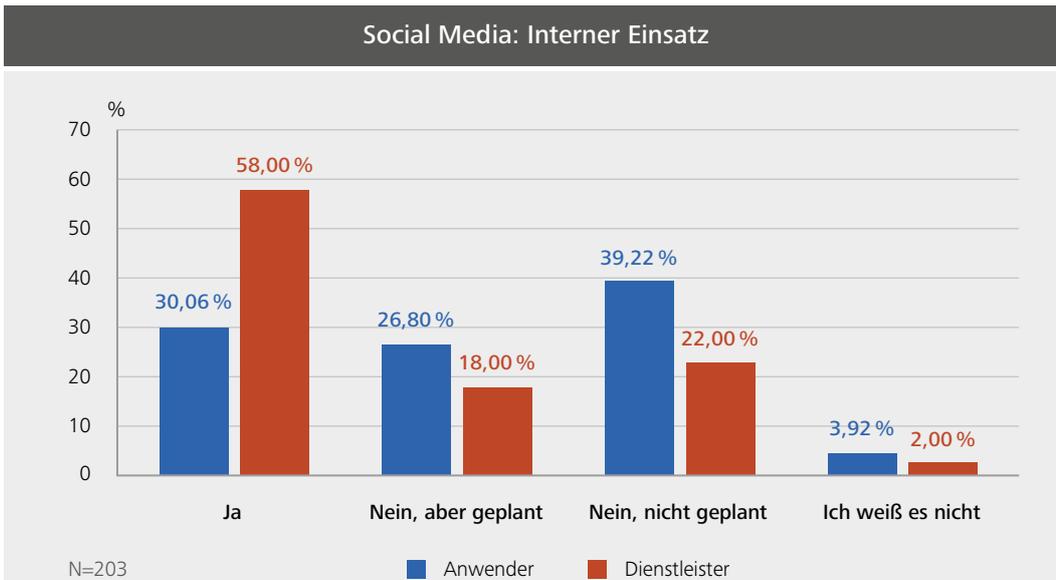


Abbildung 44: Einsatz von Social Media (intern)

Wenn es bereits bei der externen Nutzung eine große Schere zwischen Dienstleistern und Anwenderunternehmen gibt, ist diese auch in der internen Nutzung zu finden? Rund 39 Prozent der Anwenderunternehmen setzen intern kein Social Media ein (Abbildung 44). Jedoch planen 26,8 Prozent den Einsatz in der Zukunft. Rund 30 Prozent der Anwender setzen Social Media intern ein. Dies ist im Vergleich zu den Dienstleistern ebenfalls ein geringer Wert: Hier setzen 58 Prozent Social Media intern ein. Auch ist der Anteil der Dienstleister, die keine Lösung planen, mit 22 Prozent niedriger als bei den Anwendern. In Planung ist Social Media im internen Einsatz bei 18 Prozent.

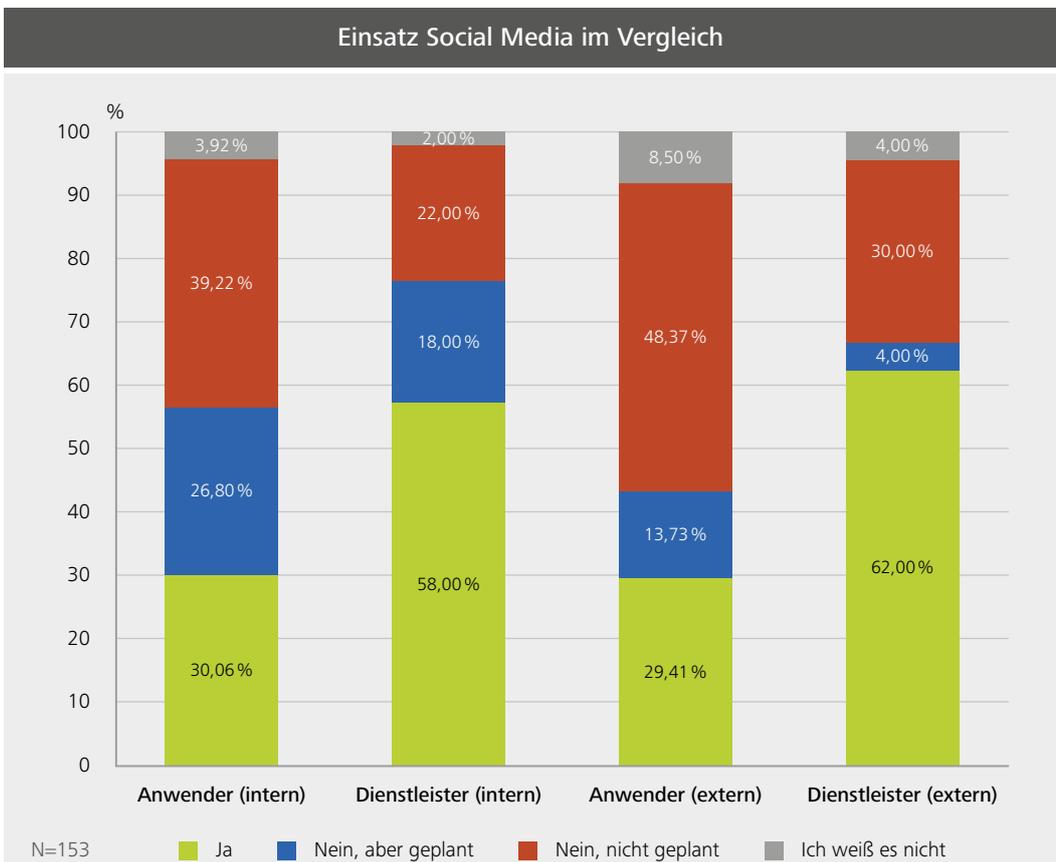


Abbildung 45: Einsatz von Social Media im Vergleich

Der direkte Vergleich (*Abbildung 45*) verdeutlicht die Vorreiterrolle der Dienstleister im Bereich Social Media. Sowohl in der internen als auch in der externen Anwendung liegen die Anwender zurück. Es erscheint nur folgerichtig, dass neue Technologien von Dienstleistern früher aufgegriffen werden, als bei Anwenderunternehmen. Besonders zu beachten ist, dass bei den Anwendern der interne Einsatz gleichauf mit der externen Nutzung liegt und mehr Projekte intern geplant werden als für den externen Einsatz. Social Media im internen Einsatz haben daher für die kommenden Jahre ein deutliches Potenzial.

Die Teilnehmer wurden entsprechend nach dem Nutzen von Social Business im internen Bereich befragt und konnten dabei mehrere Faktoren auswählen. An erster Stelle steht bei den Anwenderunternehmen mit 76,97 Prozent die Verbesserung der Vernetzung der Mitarbeiter untereinander (*Abbildung 46*). Dies ist vor allem in größeren bzw. räumlich verteilten Organisationsstrukturen ein Vorteil. Die Verbesserung der internen Zusammenarbeit steht an zweiter Stelle und wird von 65,79 Prozent der Unternehmen genannt.

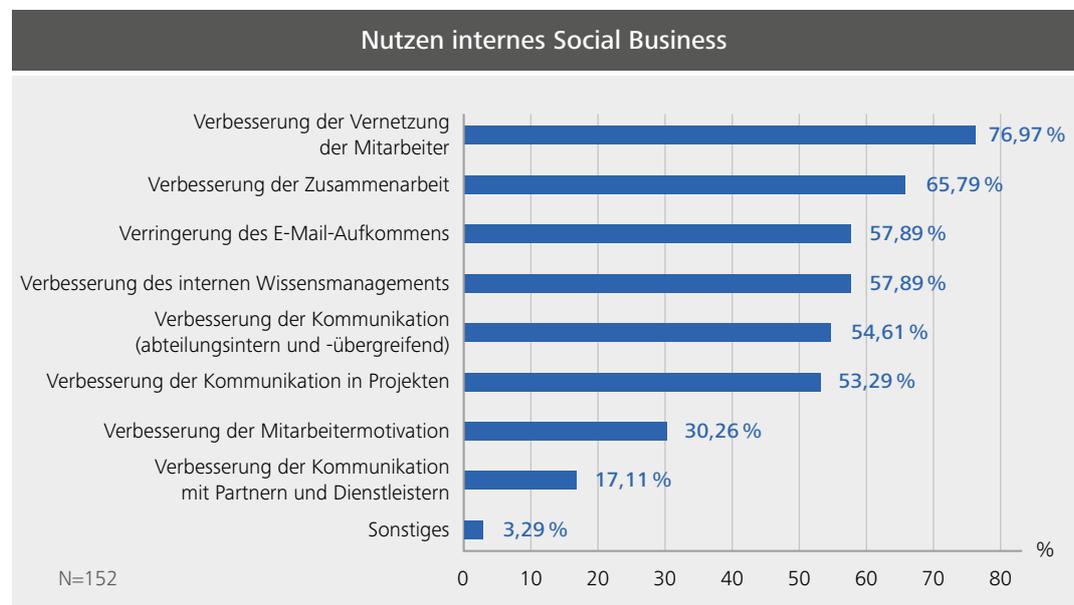


Abbildung 46: Social Business: Einschätzung des Nutzens

Die Verringerung des E-Mail-Aufkommens sehen 57,89 Prozent gleichauf mit der Verbesserung des internen Wissensmanagements. Das bekannte Beispiel der Firma ATOS, die 200 Prozesse „E-Mail-frei“ gestaltet und damit eine Reduzierung von E-Mails um 60 Prozent erreicht hat, zeigt, dass dies einen möglichen Nutzen von Social Media darstellen kann³. Von 54,61 Prozent der Befragten wird eine Verbesserung der abteilungsinternen und -übergreifenden Kommunikation als Vorteil gewertet. Auch verbessert Social Media nach Meinung von 53,29 Prozent der Anwender die Kommunikation in Projekten. Rund ein Drittel sieht eine Verbesserung der Mitarbeitermotivation. Die Verbesserung der Kommunikation mit Partnern und Dienstleistern findet sich mit 17,11 Prozent an letzter Stelle. Unter „Sonstiges“ wird mehrheitlich „kein Nutzen“ angegeben. Darüber hinaus wird Schaden durch Zeitverschwendung oder ein persönliches Wollen, dem jedoch das Management entgegensteht, genannt. Ferner findet sich in diesem Punkt auch „keine Meinung“ wieder.

³ <http://atos.net/en-us/home/we-are/zero-email/zero-email-insights-and-stories/gartner-report-atos-no-email-initiative-provides-valuable-lessons-on-driving-big-change-through-social-collaboration.html>

Der Einführung von Social Business im internen Bereich können verschiedene Hindernisse entgegenstehen. Die Teilnehmer aus Anwenderunternehmen wurden daher in Bezug auf mögliche Probleme befragt. Es waren mehrere Nennungen möglich.

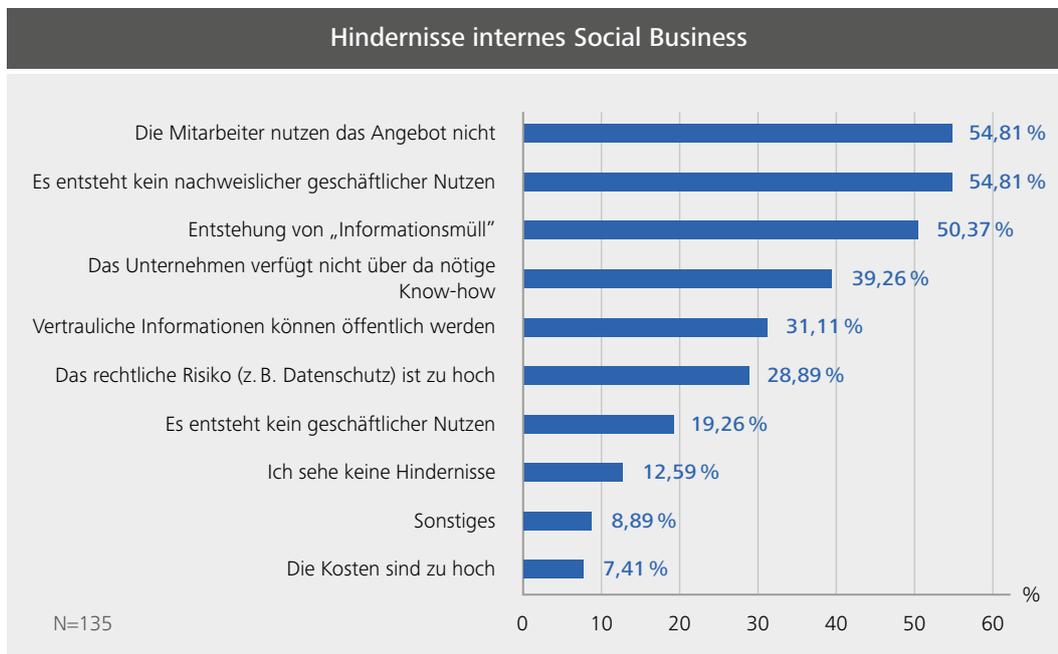


Abbildung 47: Hindernisse für Social Business (intern)

Als größte Hindernisse für internes Social Business werden mit 54,81 Prozent die mangelnde Nutzung des Angebots durch die Mitarbeiter und der fehlende Nachweis des geschäftlichen Nutzens angegeben (*Abbildung 47*). Eine mangelnde Nutzung kann verschiedene Gründe haben. Ein Grund kann die Planung des Angebots vorbei an den Anforderungen der Nutzer sein. Auch eine fehlende digitale Kultur kann ein Problem darstellen. Dieser Aspekt findet sich auch unter den Nennungen unter „Sonstiges“ wieder. Der geschäftliche Nutzen entsteht bei Social Media in der Regel indirekt durch qualitative Verbesserungen und ist damit schwer zu quantifizieren.

Ein Entstehen von „Informationsmüll“ befürchten 50,37 Prozent. Rund ein Drittel sieht das fehlende Know-how und die Angst vor der Veröffentlichung vertraulicher Informationen als Herausforderung. Rund ein Viertel der Befragten sieht in dem Thema rechtliche Risiken. Gleich gar keinen geschäftlichen Nutzen vermuten 19,26 Prozent. Kosten stellen hingegen nur eine geringe Hürde da: Nur 7,41 Prozent geben dies als Hindernis für Social Business an.

Nach der produktneutralen Studie *Intranet Themen und Trends 2015* (Riemke-Gurzki, 2015) sehen rund 73 Prozent der Unternehmen Herausforderungen bei der Umsetzung von Social Intranets, rund 11 Prozent sehen keine Hindernisse. SharePoint-Anwender weichen somit nur geringfügig vom Ergebnis dieser Befragung ab: Bei ihnen sehen 12,59 Prozent keine Hindernisse.

Unter dem Bereich „Sonstiges“ summieren sich verschiedene Aspekte, unter anderem Kultur, Reifegrad, fehlende Funktionen in SharePoint, Risiko und organisatorische Probleme (Betriebsrat, fehlendes Interesse des Managements).

Wird Social Media intern eingesetzt, stellt sich direkt die Frage nach den Produkten, die die SharePoint-Anwender einsetzen. Führend wird von den Befragten SharePoint benannt gefolgt vom Yammer. Abgeschlagen liegt IBM Connections vor einem breiten Feld an sonstigen Systemen.

Wie zuvor analysiert planen fast 27 Prozent der Anwender Social Business intern einzuführen. Diese Teilnehmer wurden gebeten den Zeitraum für die Einführung zu nennen.

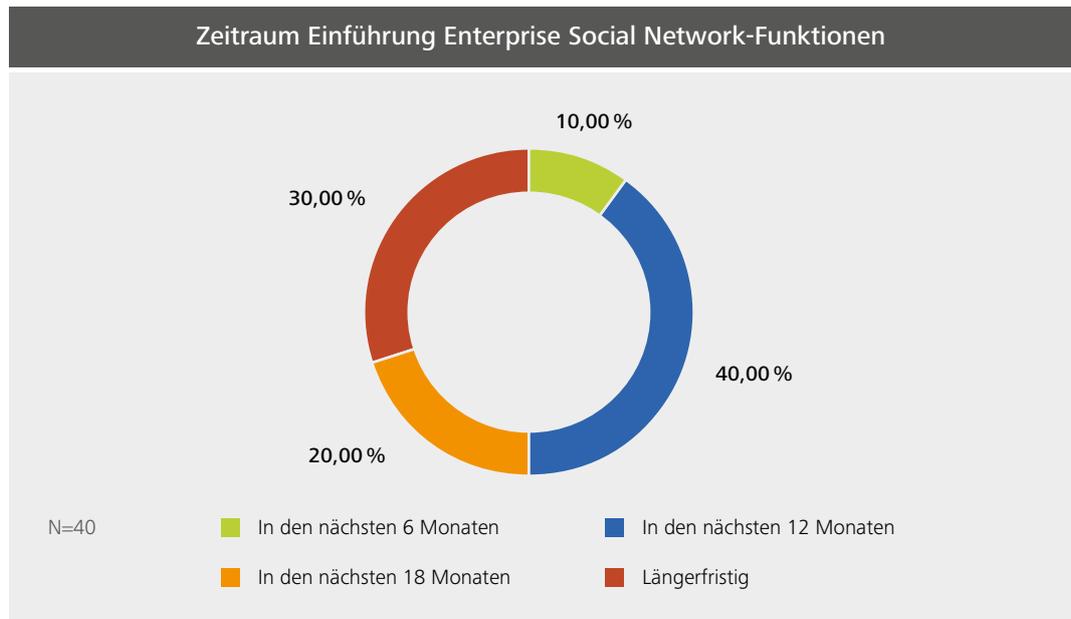


Abbildung 48: Zeitraum Einführung Enterprise Social Network-Funktionen

Die Hälfte dieser Unternehmen plant die Einführung innerhalb der kommenden 12 Monate. Hierin ist ein Anteil von 10 Prozent enthalten, der bereits innerhalb von sechs Monaten Funktionen einführen möchte. Eine Einführung in 18 Monaten planen 20 Prozent. Längerfristig bereiten sich 30 Prozent auf die Einführung vor. Diese Zahlen zeigen, dass ausgehend vom Zeitpunkt der Befragung kurzfristig ein Bedarf für Software und Beratung bei SharePoint-Anwendern im Bereich Enterprise Social Networks entsteht.

Integration anderer Systeme in SharePoint



- 7.1 Einordnung der Begrifflichkeiten
- 7.2 Kernthesen
- 7.3 Detaillierte Ergebnisse



7.1 Einordnung der Begrifflichkeiten

Microsoft SharePoint ist als System zum Beispiel für die Ablage von Dokumenten oder als Kollaborationsplattform für Projekte alleinstehend verwendbar. Der Nutzen der Plattform erhöht sich jedoch deutlich, wenn SharePoint mit anderen Systemen verbunden wird. Aus der projektbezogenen Kollaborationsplattform kann in Verbindung mit dem ERP-System eine vollständige Projektumgebung werden, bei der die Abrechnung der Arbeitszeiten automatisch erfolgt. Mit solchen Integrationslösungen entfallen Arbeitsschritte und tragen damit zur Reduzierung der Arbeitszeit beziehungsweise zur Erhöhung der Datenqualität bei. Auch kann hierdurch der Schulungsaufwand auf ein System reduziert werden. Mitarbeiter müssen nicht mehr verschiedene Systeme bedienen können. Dem gegenüber stehen Kosten, die für jede Integration anfallen.

7.2 Kernthesen

- Über 40 Prozent der SharePoint-Anwender integrieren Systeme in Microsoft SharePoint.
- Am integrationsfreudigsten ist die Gruppe der Unternehmen mit 501 bis 5.000 Mitarbeitern.
- Am häufigsten wird mit 36,51 Prozent Projektmanagement-Software in SharePoint integriert.
- Single Sign On wird bei 79,22 Prozent der SharePoint-Anwender über ein Active Directory realisiert.

7.3 Detaillierte Ergebnisse

Der erhofften Prozessoptimierung durch Integration einzelner Systeme stehen die Kosten gegenüber, die für jede Integration anfallen. Daher stellt sich die Frage, ob die SharePoint-Anwender diese Kosten scheuen oder Systeme integrieren. Abbildung 49 zeichnet ein differenziertes Bild.

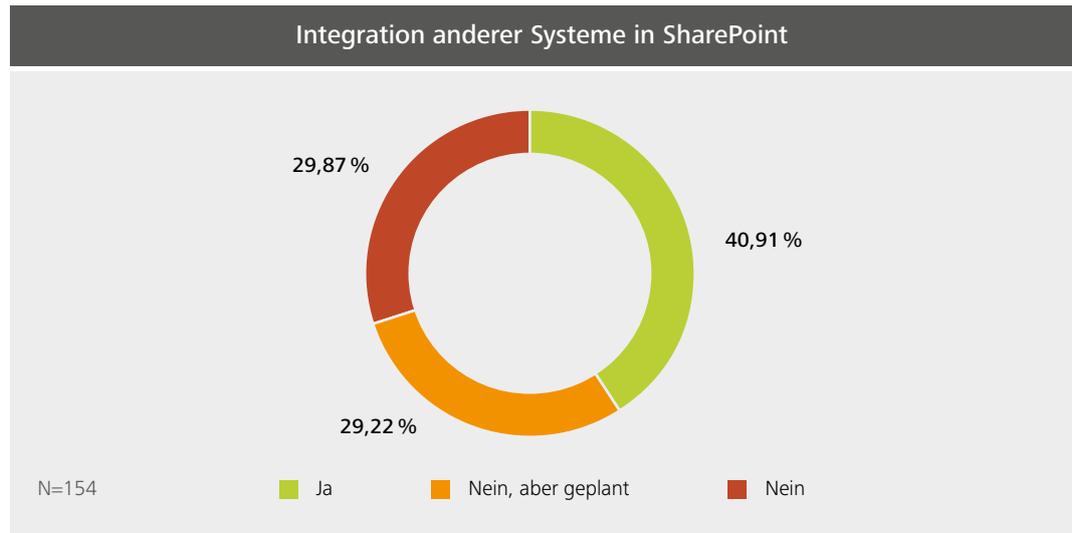


Abbildung 49: Integration anderer Systeme in SharePoint

Über 40 Prozent der Befragten integrieren andere Systeme in SharePoint. Bei 29,22 Prozent ist eine Integration bisher nicht vorhanden, aber in Planung. Nicht vorhanden und auch nicht geplant ist eine Integration bei 29,87 Prozent der Teilnehmer. Hieraus ist zu schließen, dass hier ein Markt für Produkte und Dienstleistungen vorhanden ist. Welche Unternehmen integrieren Systeme in SharePoint? Tun dies ausschließlich die großen Unternehmen oder ist dies auch bei kleinen Firmen der Fall?

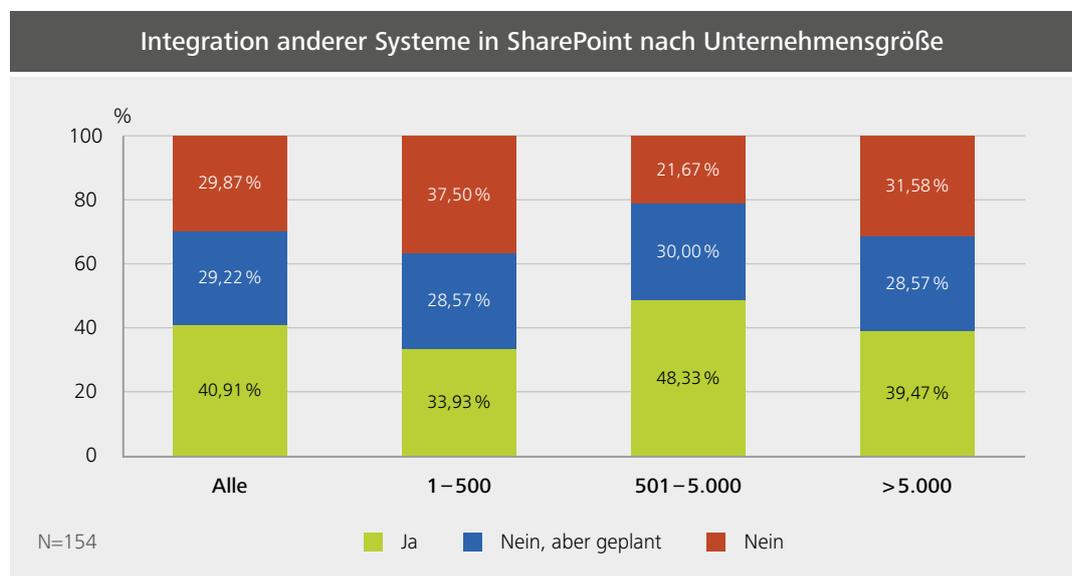


Abbildung 50: Integration anderer Systeme in SharePoint nach Unternehmensgröße

Bei einer nach Unternehmensgröße differenzierten Betrachtung (*Abbildung 50*) zeigt sich, dass die Unterschiede in der Praxis nicht ganz so deutlich sind, wie vielleicht zu erwarten ist. Am integrationsfreudigsten ist die Gruppe der Unternehmen mit 501 bis 5.000 Mitarbeitern. Kleinere, aber auch größere Unternehmen neigen weniger zu Integrationslösungen. In einer detaillierteren Betrachtung der Anwender, die Systeme integrieren, wurde untersucht, welche Arten von Systemen in SharePoint integriert werden.

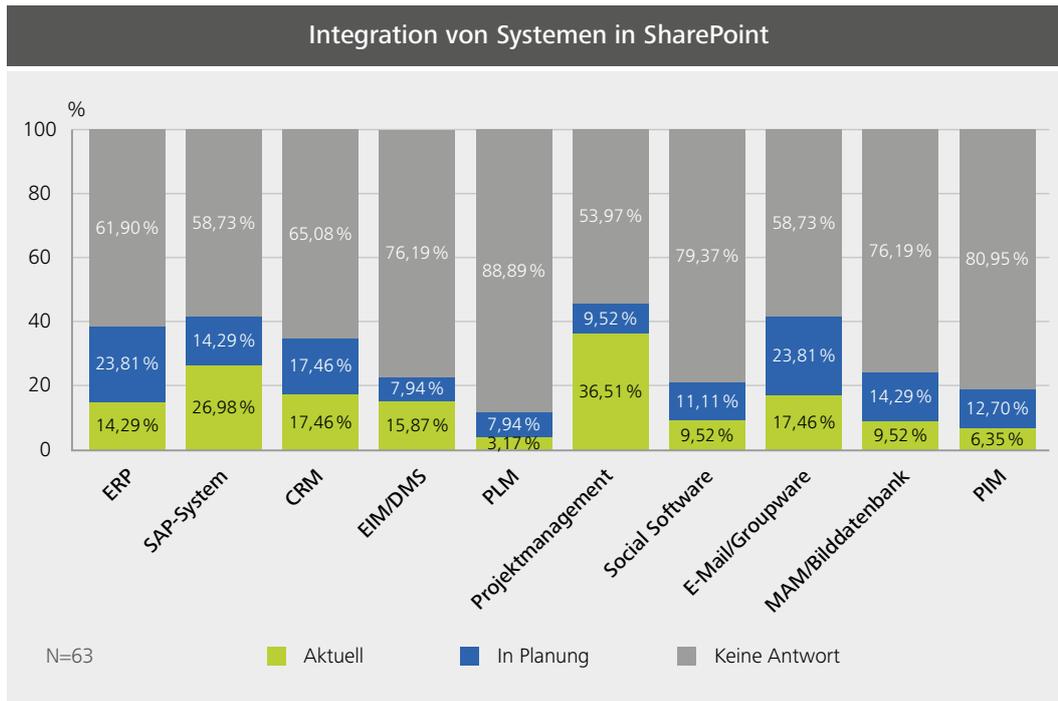


Abbildung 51: Integration von Systemen in SharePoint (Systemtypen)

Am häufigsten wird mit 36,51 Prozent Projektmanagement-Software in SharePoint integriert. An zweiter Stelle stehen SAP-Systeme. Warenwirtschaftssysteme/ERP-Systeme im Allgemeinen liegen bei 14,29 Prozent. Den dritten Platz teilen sich mit je 17,46 Prozent Customer-Relationship-Management-Systeme (CRM) und E-Mail/Groupware. Enterprise Information Management (EIM)- und Dokumentenmanagement-Systeme (DMS) liegen bei der Integration mit 15,87 Prozent auf dem vierten Platz. Unter 10 Prozent liegen Social Software, Media Asset Management (MAM)/Bilddatenbank-Systeme, Produktinformationsmanagement-Systeme (PIM). Der letzte Platz der Integration geht bei der Integration an Product Lifecycle Management Systeme (PLM).

Die Analyse der in Planung befindlichen Systeme verändert das Bild leicht: Hier stehen die geplante Integration von ERP-Systemen und E-Mail/Groupware mit 23,81 Prozent an erster Stelle. Der zweite Platz geht an CRM-Systeme (17,46 Prozent). Auf dem dritten Platz finden sich mit 14,29 Prozent gemeinsam MAM/Bilddatenbanken und SAP-Systeme. Hierauf folgen PIM-Systeme mit 12,7 Prozent. Social Software liegt bei 11,11 Prozent. Das Thema Projektmanagement scheint bei vielen Unternehmen bereits abgeschlossen zu sein. Immerhin 9,52 Prozent planen eine Integration. EIM/DM und PLM sind nur für wenige Unternehmen ein Integrationsthema für die Zukunft.

Die meisten betrieblichen Informationssysteme bringen eine eigene Nutzerverwaltung mit. Damit die Nutzer sich nicht für jedes System ein separates Login merken müssen, wird Single Sign On eingesetzt. Single Sign On (SSO) erlaubt nach einer einmaligen Authentifizierung den weiteren Zugriff auf alle in das SSO einbezogenen Systeme. Dieses Single Sign On kann mit verschiedenen Techniken realisiert werden. Dies wurde in einer Frage mit der Möglichkeit zur Mehrfachnennung untersucht.

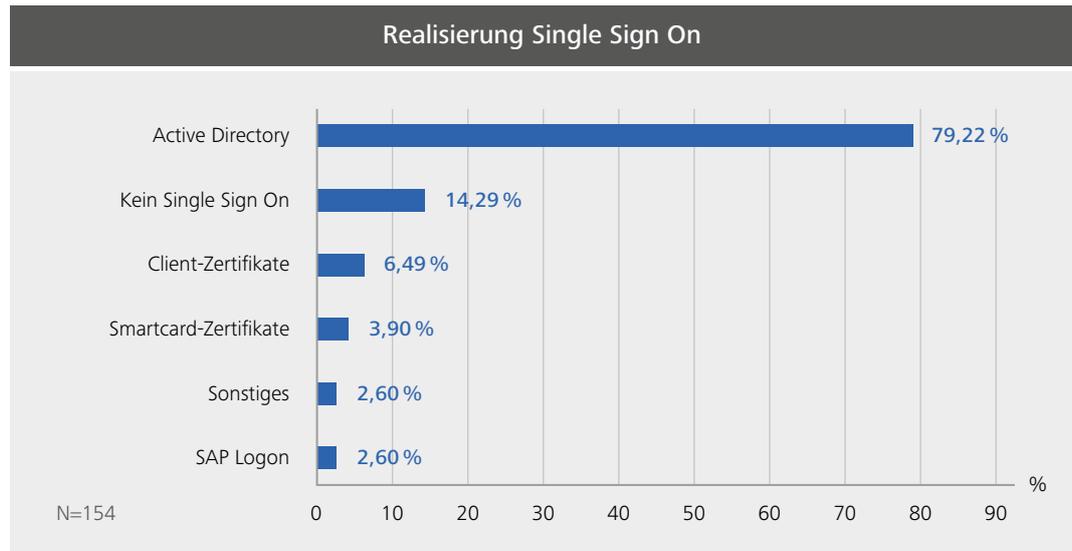


Abbildung 52: Realisierung Single Sign On

Dabei nutzt mit 79,22 Prozent die überwiegende Mehrheit Active Directory als Lösung. Client-Zertifikate werden von 6,49 Prozent eingesetzt. SmartCard-basierte Zertifikate verwenden nur 3,9 Prozent. Ebenfalls unter SharePoint-Anwendern abgeschlagen ist SAP Logon. Sonstige Verfahren und Unentschlossene liegen bei 2,6 Prozent.

Projektvorgehen und Betrieb



8.1 Einordnung der Begrifflichkeiten

8.1.1 Konventionelles Wasserfallmodell

8.1.2 Microsoft Sure Step

8.1.3 Agile Projektentwicklung

8.2 Kernthesen

8.3 Detaillierte Ergebnisse

8.3.1 Bevorzugte Vorgehensweisen bei der Einführung

8.3.2 Problembereiche bei der Akzeptanz von SharePoint durch die Mitarbeiter

8.4 Fazit Projektvorgehen und Betrieb



8.1 Einordnung der Begrifflichkeiten

In diesem Kapitel der Studie werden Fragen zum Vorgehen im Projekt und Fragen zum Betrieb in Hinsicht auf Zeit, Kosten, Verantwortlichkeiten, Wartung und erfüllte Erwartungen von SharePoint näher beleuchtet. Gefragt wurde zunächst, ob es sich um agiles Projektvorgehen oder ein Vorgehen nach dem konventionellen Wasserfallmodell handelt.

8.1.1 Konventionelles Wasserfallmodell

In der Softwareentwicklung ist das Wasserfallmodell ein lineares Vorgehensmodell, das dadurch gekennzeichnet ist, dass es in Phasen organisiert ist. Alle Ergebnisse gehen als bindende Vorgaben, ähnlich einen Wasserfall, in die nächste Phase mit ein, wobei jede Phase einen definierten Start- und Endpunkt mit festgelegten Ergebnissen hat. In sogenannten Meilensteinsitzungen am Ende einer jeden Phase werden Ergebnisdokumente verabschiedet. Wichtige Dokumente dabei sind das Lasten- und das Pflichtenheft. Es gibt in der Unternehmenspraxis viele eigene Ausprägungen des Modells und es wird häufig verwendet. Die Bezeichnung kommt von der grafischen Darstellung in fünf bis sechs Kaskaden. Iterative Aspekte können eingeführt werden um Rücksprünge im Wasserfallmodell zu erlauben, falls es Korrekturbedarf in der aktuellen Phase gibt und der Fehler in der nächsthöheren Stufe behoben werden kann. Das Wasserfallmodell wird immer dann angewendet, wenn Anforderungen und Leistungen sowie Prozesse in der ersten Planungsphase sehr genau beschrieben sind.

8.1.2 Microsoft Sure Step

Die von Microsoft propagierte Sure Step-Methode ist im Prinzip ein typischer Vertreter des Wasserfallmodells.

In der Praxis werden solche strikt phasenorientierten Methoden häufig als zu starr wahrgenommen. Insbesondere in Projekten mit hochkomplexer Software, wie zum Beispiel SharePoint, fällt es den Anwendern schwer, in einer frühen Phase eine Design-Entscheidung zu treffen, ohne genauere Kenntnisse wie sich die Software „anfühlt“. Daher geht der Trend in den letzten Jahren verstärkt zu sogenannten agilen Softwareprojekten.

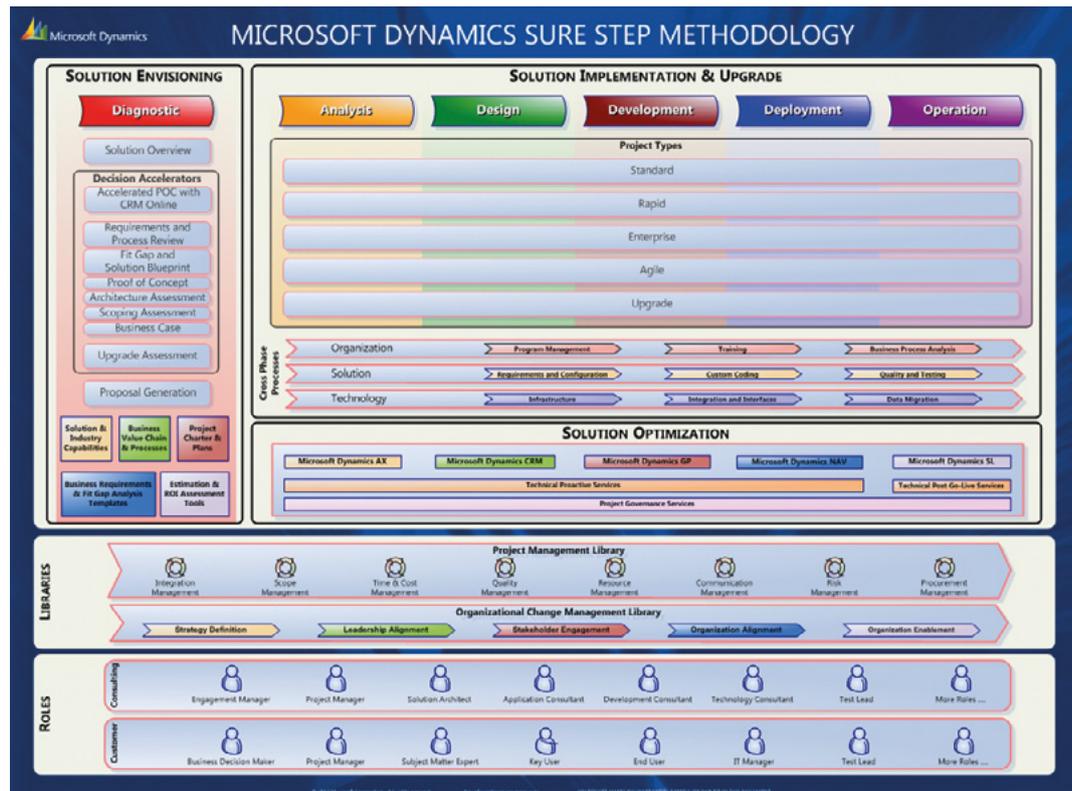


Abbildung 53: Microsoft Dynamics Sure Step Methodology⁴

8.1.3 Agile Projektentwicklung

Im engeren Sinne ist Agile Projektentwicklung eine Methode, die auf Agilität (Wendigkeit oder Gewandtheit) ausgerichtet ist und die in einem Prozess den Aufwand möglichst geringhält. Dabei ist zu beachten, dass nicht streng nach Plan gearbeitet werden sollte, denn sonst erhält man ein Ergebnis, das zwar dem Plan entspricht, nicht aber den tatsächlichen Anforderungen. Aus diesem Leitsatz lassen sich einige Prinzipien ableiten, die dem agilen Modelling und dem Extreme Programming folgen. Ziel ist es den Entwicklungsprozess von Software effizienter zu gestalten, indem die Bürokratie abgebaut wird und der menschliche Faktor stärker berücksichtigt wird. Dabei soll die Entwurfsphase auf ein Minimum reduziert werden, um so früh wie möglich zu einer ausführbaren Software zu kommen, welche dann in regelmäßigen Terminen mit kurzen Zeitabständen dem Auftraggeber präsentiert und zur Abstimmung gegeben wird. So entsteht die Flexibilität auf neue Anforderungen vom Auftraggeber einzugehen und damit die Zufriedenheit mit der Lösung zu erhöhen.

⁴ <https://blogs.msdn.microsoft.com/mvpawardprogram/2012/08/27/microsoft-dynamics-sure-step-methodology-revisited/>

8.2 Kernthesen

- Unternehmen gehen weg vom Wasserfallmodell hin zu agileren Projektmanagementmethoden.
- Akzeptanz zu schaffen ist die Hauptherausforderung in den Projekten.
- Strategische Planung und ausreichende Budgets verbessern die Akzeptanz deutlich.
- Bei Dienstleistern wird vor allem das technische Detailwissen erwartet.

8.3 Detaillierte Ergebnisse

8.3.1 Bevorzugte Vorgehensweisen bei der Einführung

Bei der Einführung von SharePoint vertrauen die meisten Unternehmen auf eine agile Vorgehensweise (59,51 Prozent).

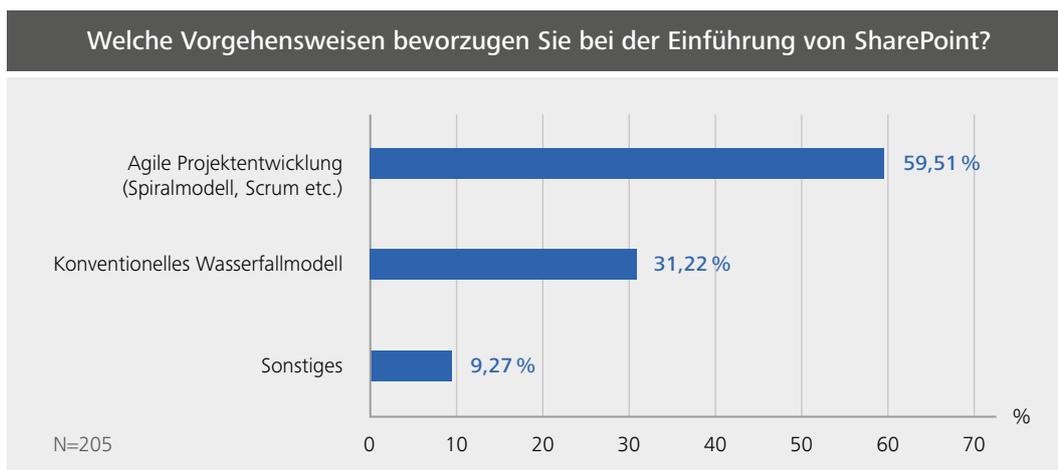


Abbildung 54: Vorgehensweise bei der Einführung

Viele der Befragten gaben an, dass sie kombinierte Lösungen, also strukturierte Phasenmodelle mit integrierten agilen Projektphasen, einsetzen. Generell ist festzustellen, dass insbesondere kleinere Unternehmen eher zu individuellen Vorgehensweisen als zu genormten Methoden tendieren. Konkret wurde die Microsoft Sure Step-Methode nur von sehr wenigen Befragten angesprochen.

8.3.2 Problembereiche bei der Akzeptanz von SharePoint durch die Mitarbeiter

Überraschend hoch war die Einschätzung von Hindernissen bezüglich der Akzeptanz von SharePoint bei den Mitarbeitern. Die Befragten sehen in allen angesprochenen Bereichen eher deutlich größere als kleinere Hürden. In der Regel lag die Einschätzung für größere Problembereiche zwischen 45 und 60 Prozent, während die Einschätzung für geringe Probleme nur zwischen rund 25 und 35 Prozent pendelte.

Als größter Problembereich wurde die Zeit eingeschätzt, die die Mitarbeiter aufgrund der Anforderungen im Kerngeschäft zur Auseinandersetzung/Einarbeitung in SharePoint nicht haben. Mehr als 64 Prozent sehen dies als das Hauptproblem an. Vielfach wird erwartet, dass ein Werkzeug wie SharePoint quasi nebenbei in die Nutzung übernommen wird.

Dazu kommt, dass bei den Mitarbeitern häufig auch eine geringe Akzeptanz für Änderungen vorhanden ist. Nahezu 60 Prozent aller Befragten sehen diesen Bereich als große beziehungsweise eher große Herausforderung. Nur 12 Prozent der Befragten sehen diese Probleme als eher klein beziehungsweise als nicht vorhanden an.

An dritter Stelle der größten Problemgebiete steht die Bedienbarkeit und Komplexität. Immerhin noch für 54 Prozent ein größeres Problem. Dies macht deutlich, dass bei der Einführung von SharePoint unbedingt ausreichend Schulungen und Support im Servicebereich eingeplant werden sollten.

Silo- und Konkurrenzdenken der Mitarbeiter stehen, laut Einschätzung von rund 50 Prozent der Befragten, ebenfalls der Akzeptanz einer „Kollaborationsplattform“ im Wege. Und immerhin noch 47 Prozent bemängeln eine zu geringe Unterstützung des Managements bei der Einführung von SharePoint.

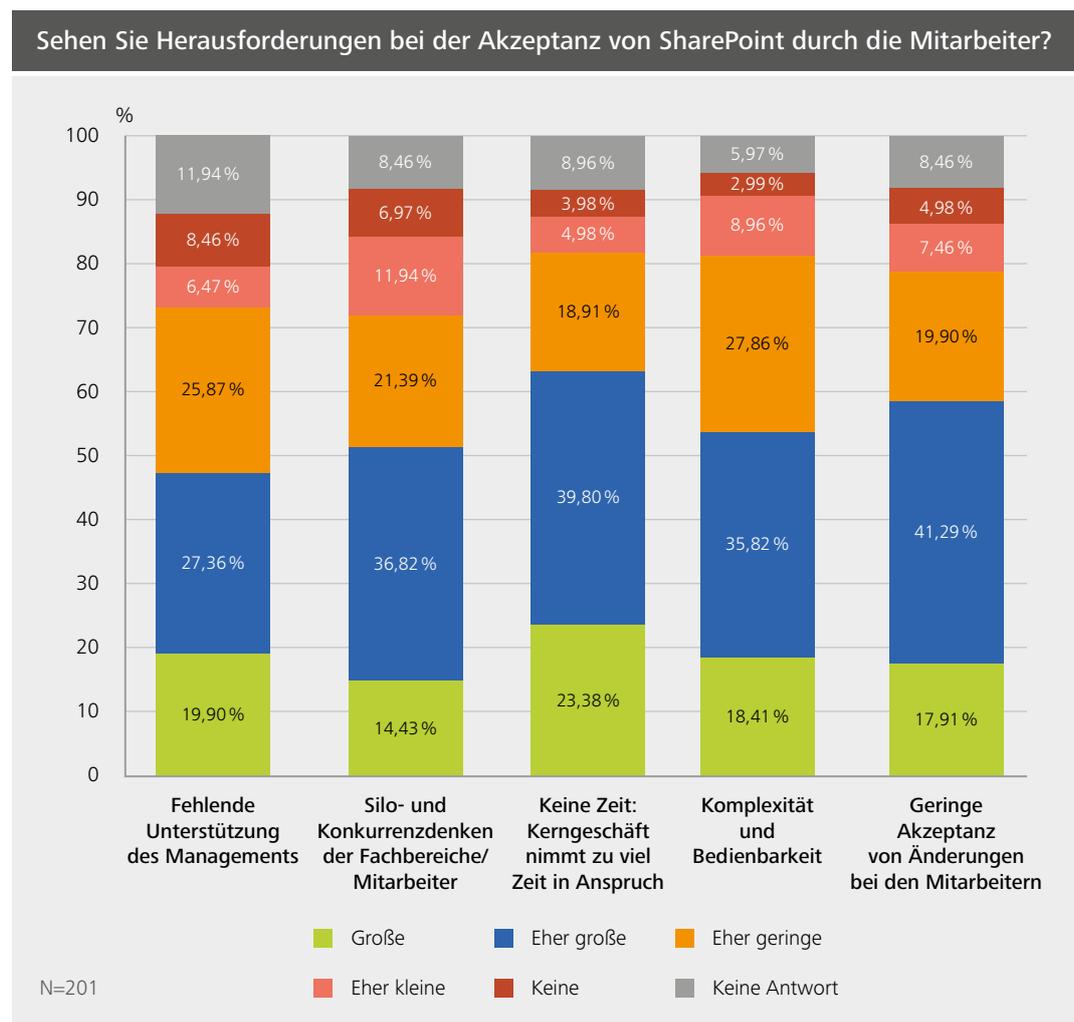


Abbildung 55: Herausforderungen bei der Akzeptanz durch die Mitarbeiter

Es gibt eine große Bandbreite hinsichtlich der „strategischen Aufmerksamkeit“, die SharePoint im Unternehmen zu Teil wird. Bei der Frage, inwiefern Aufwand in die Entwicklung einer strategischen Roadmap investiert wird, geben immerhin fast 30 Prozent der Befragten an, dass sie mehr als 30 Personentage pro Jahr investieren, 6 Prozent investieren sogar mehr als 100 Tage pro Jahr. Hier handelt es sich schwerpunktmäßig um Unternehmen mit mehr als 10.000 Beschäftigten.

Im Gegensatz dazu geben aber auch 40 Prozent der Befragten an, dass Sie maximal fünf Tage im Jahr für Entwicklung der strategischen SharePoint Roadmap investieren.

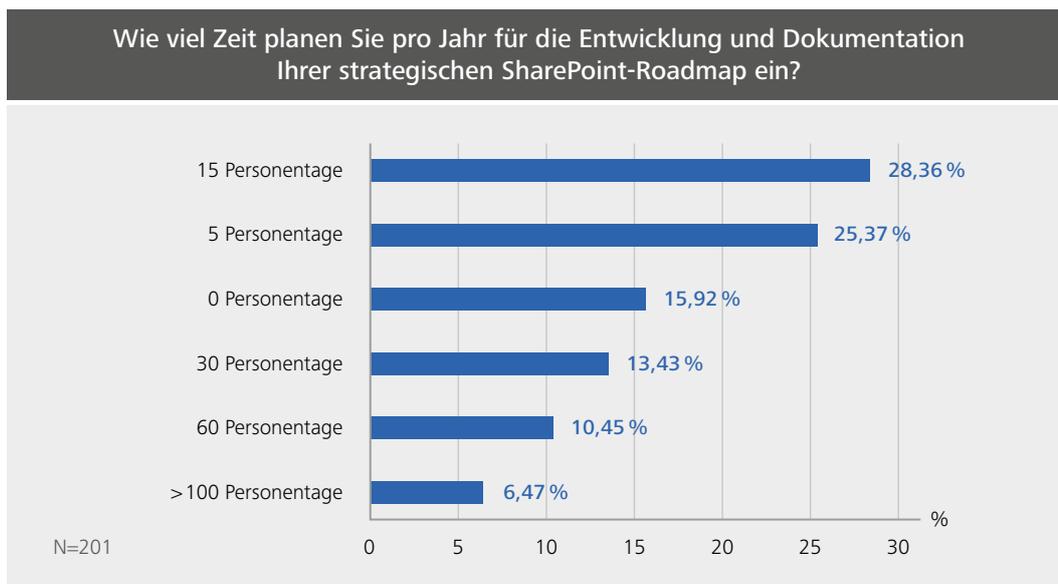


Abbildung 56: Zeit für die Entwicklung und Dokumentation der strategischen Roadmap

Bezüglich der Kosten für die Einführung von SharePoint liegt der Schwerpunkt im oberen fünfstelligen Bereich. Nur 33 Prozent geben an, mehr als 100.000 € in den ersten zwölf Monaten in die SharePoint Einführung investiert zu haben.

Rund ein Viertel aller Unternehmen geht die SharePoint-Einführung mit Kosten spärlich an: Unter 10.000 € im ersten Jahr sind in der Regel Pilotprojekte im Bereich der IT. Dieses Vorgehen ist durchaus sinnvoll, um überhaupt erst Kompetenz im Bereich aufzubauen.

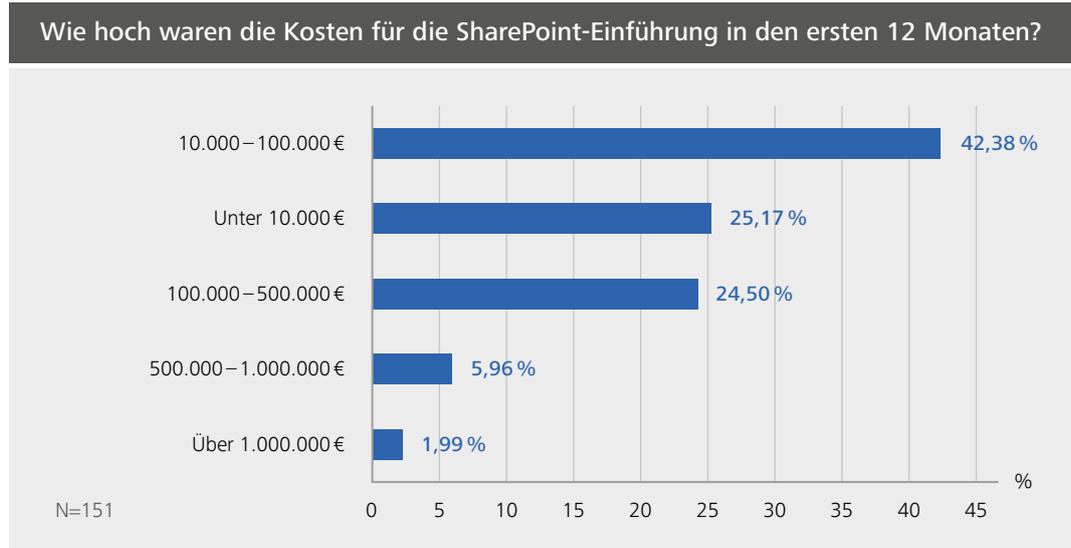


Abbildung 57: Kosten für die Einführung in den ersten 12 Monaten

Gefragt nach der prozentualen Aufteilung der Projektbudgets auf die Phasen setzten die Teilnehmer der Studie einen zu erwartenden Schwerpunkt auf die Phasen Konzeption und Umsetzung. Insgesamt 42 Prozent der Gesamtaufwände werden in diese Projektabschnitte investiert. Auf die übrigen fünf Phasen Planung, Strategie, Analyse, Roll-Out und Schulungen entfallen damit immerhin 58 Prozent des Aufwands, der in etwa zwischen den einzelnen Phasen gleich ist.

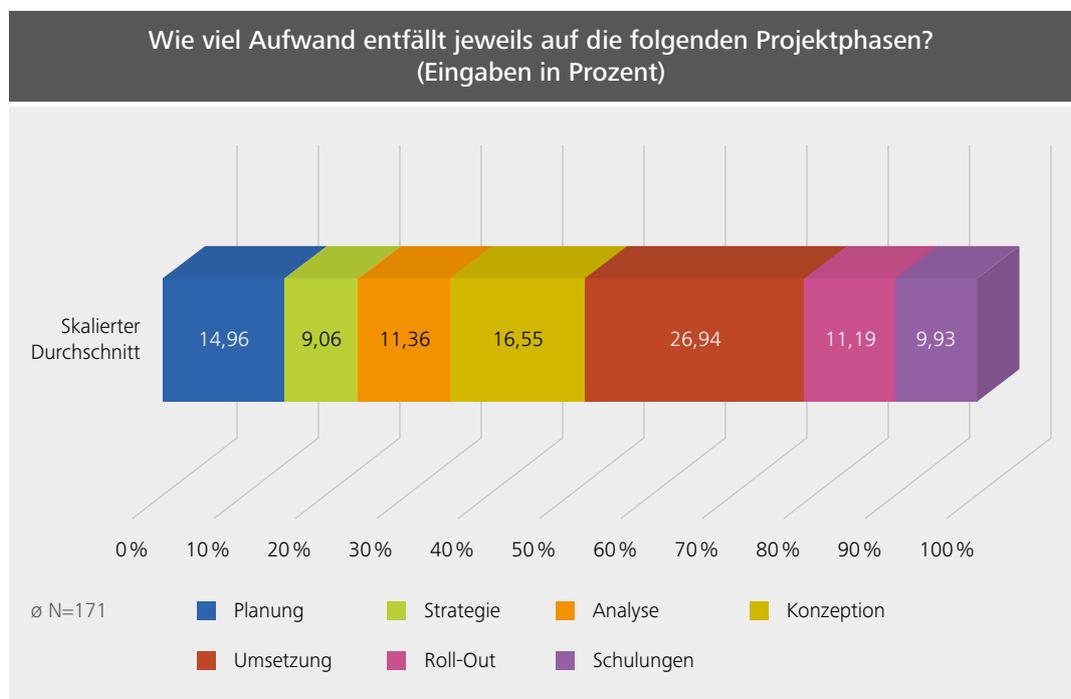


Abbildung 58: Aufwand für einzelne Projektphasen

Die Verantwortung für SharePoint liegt eindeutig in der IT-Abteilung, nur in wenigen Fällen ist ein Fachbereich (4,76 Prozent) oder die Unternehmenskommunikation (3,4 Prozent) im Lead. Immerhin mehr als 10 Prozent haben sogar eine eigene SharePoint-Abteilung.

Nur gut ein Prozent der Unternehmen überträgt die Verantwortung für SharePoint an einen Dienstleister.



Abbildung 59: Verantwortlicher für die Einführung und das Management

Bezüglich der technischen Wartung ist die Rolle von Dienstleistern schon deutlich wichtiger. In mehr als der Hälfte aller Fälle sind Dienstleister in die Wartung von SharePoint involviert. Fast 10 Prozent aller Unternehmen wickeln die Wartung ausschließlich über externe Dienstleister ab. Nur in 45 Prozent übernimmt die interne IT-Abteilung die Wartung komplett.

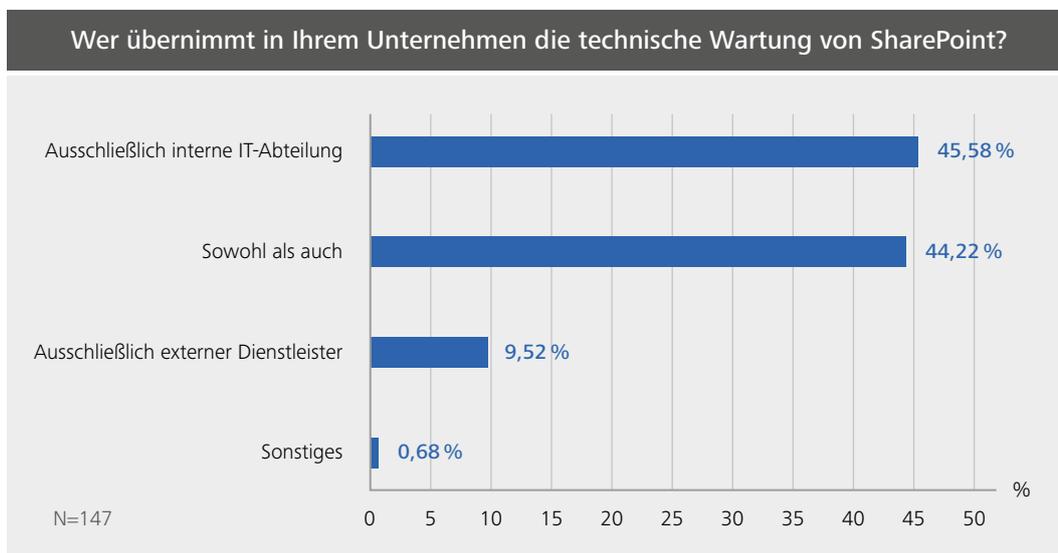


Abbildung 60: Verantwortlicher für die Wartung

Wie sieht der typische SharePoint Dienstleister, der die Wartung im Unternehmen übernimmt, aus? In 20 Prozent aller Fälle handelt es sich um Freelancer, die als verlängerte Werkbank fungieren. Mit 75 Prozent beauftragt ein Großteil der Unternehmen Dienstleister mit dem Schwerpunkt technische SharePoint-Beratung. Beratungshäuser mit einem Fokus auf Prozessberatung sind immerhin in 15 Prozent der Fälle aktiv und in rund 9 Prozent aller Fälle übernehmen sogenannte Media-Agenturen die technische Wartung der Content Management-Plattform SharePoint.

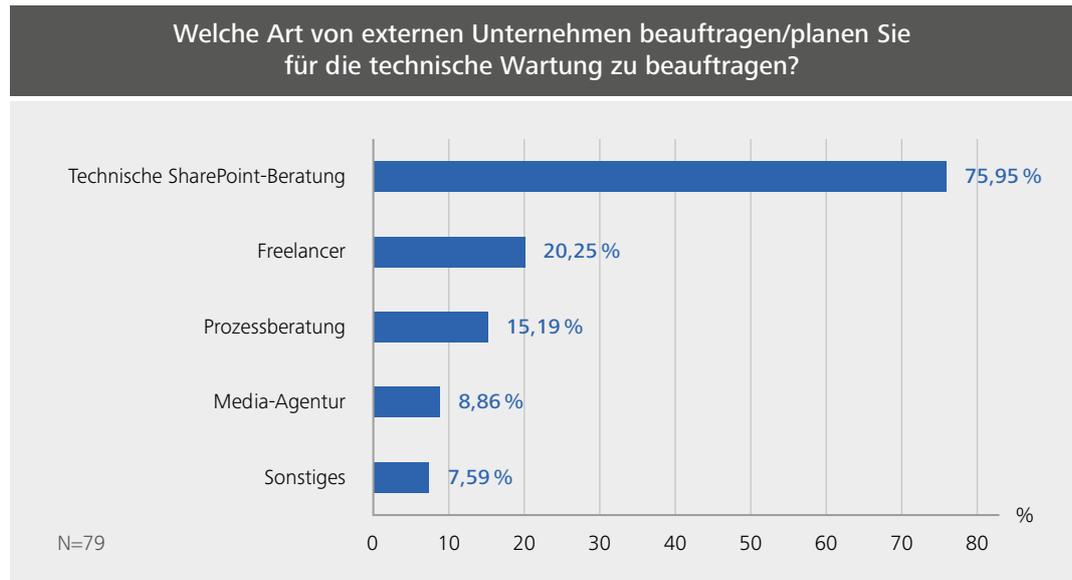


Abbildung 61: Wer übernimmt die technische Wartung (extern)

Fragt man nach den Feldern, in denen die SharePoint Einführung die Erwartungen nicht erfüllt hat, so werden die Bereiche Kosten, Funktionsumfang, Projektdauer, Funktionsqualität und Akzeptanz sehr ähnlich bewertet: In der Regel sind ungefähr ein Drittel der Befragten der Meinung, dass die Projekte die Erwartungen eher nicht erfüllt haben. Uneingeschränkt zufrieden waren nur jeweils knapp 10 Prozent.

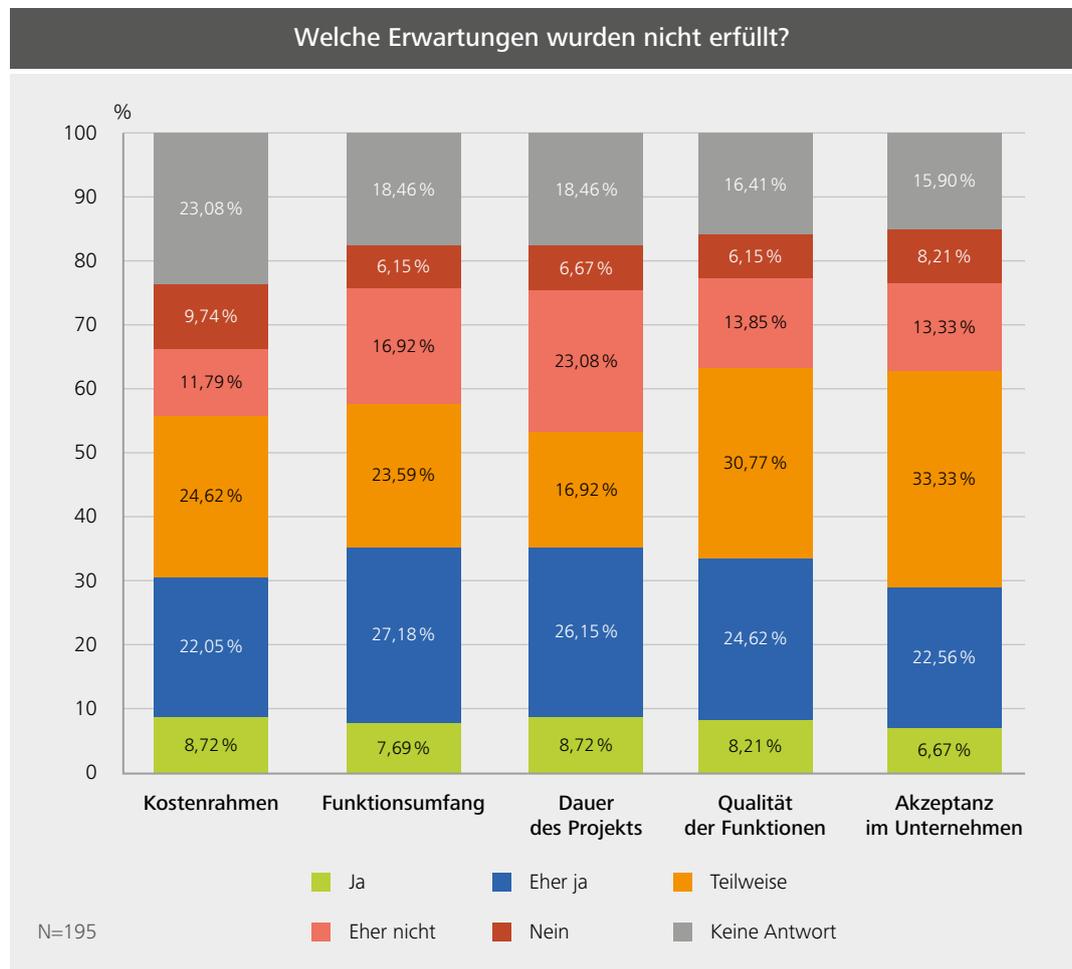


Abbildung 62: Erwartungen, die nicht erfüllt wurden

8.4 Fazit Projektvorgehen und Betrieb

Im Projektvorgehen und Betrieb ist ein klarer Trend festzustellen: Die Unternehmen gehen weg vom Wasserfallmodell hin zu agileren Projektmanagement-Methoden. Bezüglich der eingesetzten Formalismen ist das Thema „Agilität“ aber häufig noch sehr „informell“ aufgesetzt.

In den Projekten selbst ist das Hauptproblem das Schaffen von Akzeptanz. Neben der hohen Komplexität sind auch die mangelnde Offenheit für Neuerungen sowie die fehlende Zeit der Mitarbeiter ein Kernproblem. Festzustellen ist, dass dort, wo ausreichende Strategische Planung und ausreichende Budgets vorhanden sind, die Akzeptanz von SharePoint deutlich erhöht ist.

Bei Dienstleistern wird von den Anwendern vor allem technisches Detailwissen rund um die Software erwartet. Nur in wenigen Fällen werden Dienstleister auch zur Prozessberatung genutzt. Für jedes fünfte Unternehmen sind daher auch Freelancer eine gute Alternative.

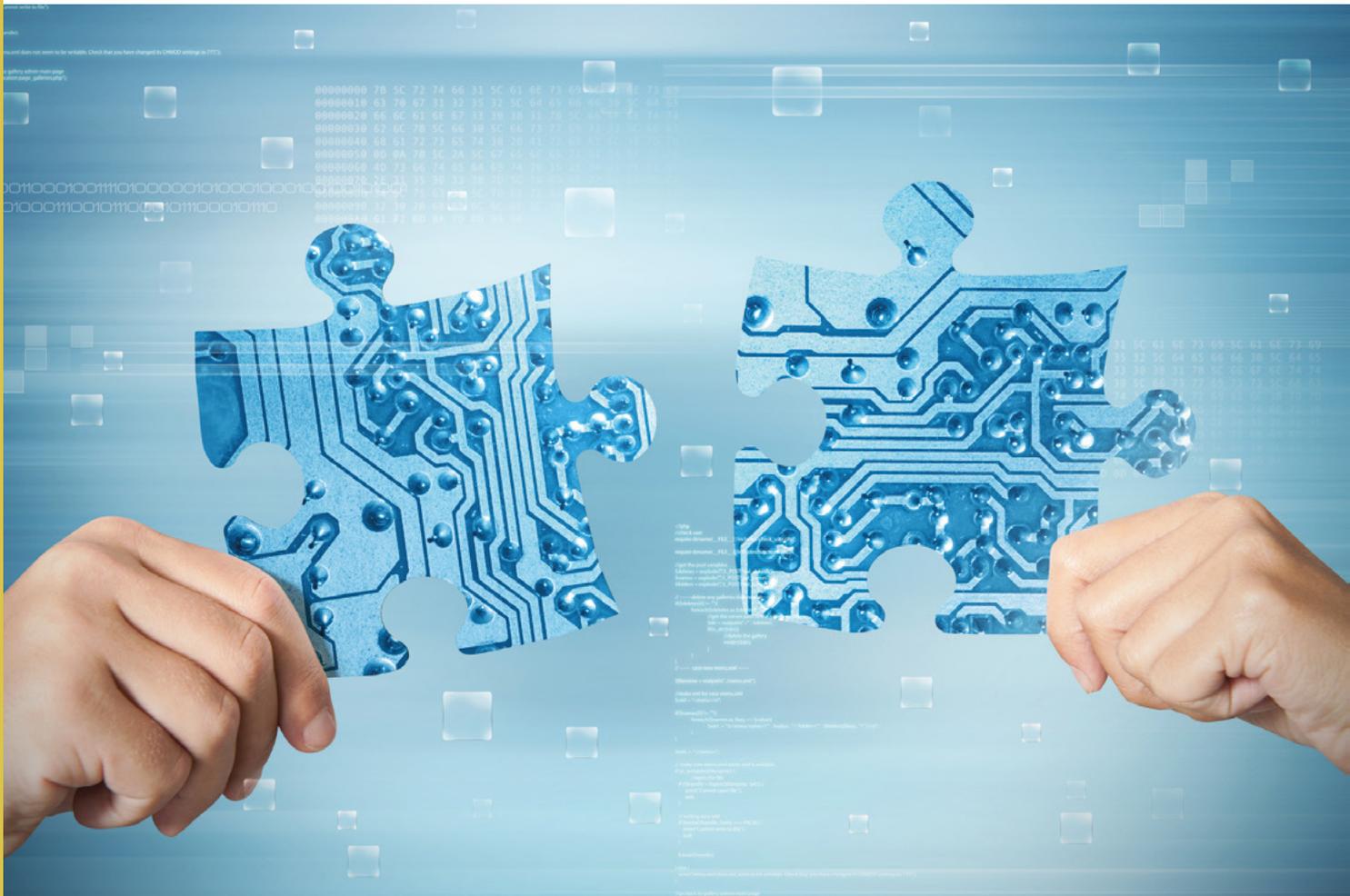
9.1 Kernthesen

9.2 Investitionsverhalten der Unternehmen

9.2.1 Investitionen: Cloud oder On Premise?

9.2.2 Investitionen in Drittprodukte und Dienstleistungen

9.3 Fazit Investitionsbereiche



Abschließend wird untersucht, welche Investitionsplanungen die Unternehmen im Zusammenhang mit SharePoint verfolgen. Dabei werden Fragen nach Aspekten wie SharePoint-Lizenzen, Wartung, Office 365 und SharePoint Online, Online Dienstleistungen, Anpassungen SharePoint, Drittanbieter-Software für SharePoint, Integration SharePoint und Hardware für SharePoint gestellt.

9.1 Kernthesen

- Cloud im Trend: Mit Cloud-Dienstleistungen von Microsoft planen 31,54 Prozent der befragten Unternehmen.
- Lizenzen im Abschwung: Langfristig investieren mehr Unternehmen in Office 365/ SharePoint Online als in SharePoint-Lizenzen.
- Über die Hälfte der befragten Teilnehmer haben Bedarf für Dienstleistungen zur Anpassung von SharePoint.
- Dienstleistungen rund um SharePoint werden von mehr Unternehmen nachgefragt als Drittanbieterprodukte.

9.2 Investitionsverhalten der Unternehmen

9.2.1 Investitionen: Cloud oder On Premise?

SharePoint On Premise ist tot – lang lebe die Cloud. So würde es zumindest Microsoft gerne sehen. Die klare Cloud-Ausrichtung von Microsoft wurde von den Unternehmen in Deutschland lange eher verhalten aufgenommen. Die Diskussion um den Schutz der Daten vor Spionage hat mit Sicherheit nicht positiv zur Stimmung beigetragen. Zwischenzeitlich hat aber auch Microsoft diese Probleme erkannt und will seine Dienstleistungen über ein Treuhändermodell in deutschen Rechenzentren anbieten. Grund genug die geplanten Investitionen der Unternehmen eingehender zu betrachten: Machen die Anwender den Schritt in die Cloud auch wirklich mit?

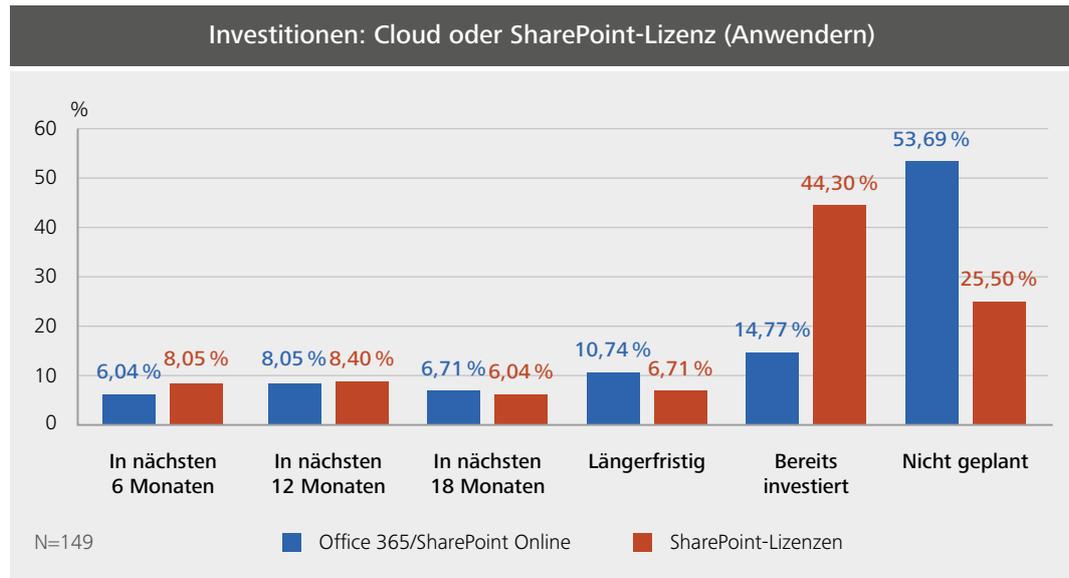


Abbildung 63: Investitionen: Cloud vs. SharePoint-Lizenzen (Anwender)

Der Markt für SharePoint-Lizenzen ist erschöpft: 44,3 Prozent der Befragten haben ihre Investitionen in Lizenzen bereits getätigt (*Abbildung 63*). Weitere 25,5 Prozent planen keine Lizenz-Investitionen. In Summe planen damit fast 70 Prozent der Befragten keine weiteren Investitionen in SharePoint-Lizenzen. Umgekehrt betrachtet bedeutet dies, dass rund 30 Prozent der Studienteilnehmer planen in Zukunft in SharePoint-Lizenzen zu investieren. Werden diese Zahlen der Cloud gegenübergestellt, sieht es auf den ersten Blick bei Office 365/SharePoint Online schlecht aus: Mehr als 53 Prozent planen keine Investitionen in die Cloud. Allerdings haben nur 14,77 Prozent bereits in Cloud-Dienstleistungen investiert. Das Potenzial ist somit vorhanden.

Mit Cloud-Dienstleistungen von Microsoft planen jedoch auf der anderen Seite in Summe 31,54 Prozent der befragten Unternehmen – im Vergleich zu 30,2 Prozent bei den Lizenzen ein überraschend positiver Wert. Bei der Betrachtung der geplanten Investitionen über die Zeit, wird deutlich, dass im Zeitraum von 18 Monaten erstmals Office 365/SharePoint in Bezug auf die Anzahl der investierenden Unternehmen gleichauf mit SharePoint-Lizenzen ist. Längerfristig zeichnet sich sogar ein noch deutlicherer Trend ab: Hier planen 10,74 Prozent der Befragten Investitionen in Office365/SharePoint Online. Die Zahl liegt damit im Verhältnis zu den Lizenzen höher: Nur 6,71 Prozent der Teilnehmer planen in diesem Zeitraum mit Lizenzen.

Die SharePoint-Dienstleister haben zu rund 60 Prozent in SharePoint-Lizenzen investiert (*Abbildung 64*). Weitere 18,75 Prozent planen kurz- bis längerfristige Investitionen. Keinen Bedarf sehen fast 21 Prozent der Dienstleister. Die Dienstleister sind damit zurückhaltender als die Anwenderunternehmen.

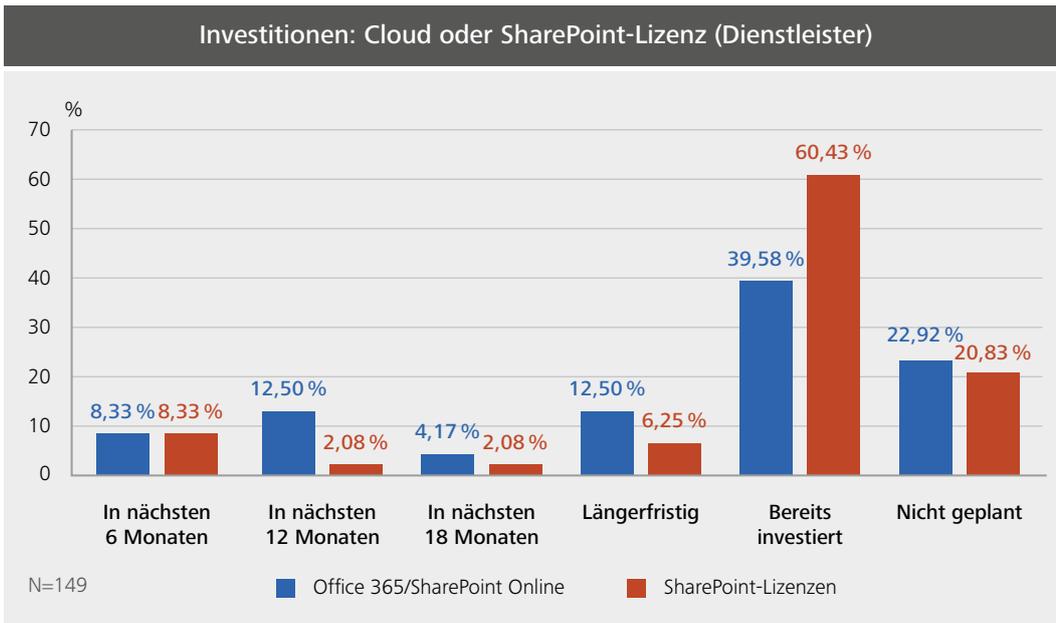


Abbildung 64: Investitionen: Cloud vs. On Premise Lizenzen (Dienstleister)

Auf der Cloud-Seite haben dafür 39,58 Prozent der Dienstleister investiert und ein Anteil von insgesamt 37,5 Prozent plant zukünftig für Office 365/SharePoint Online Geld auszugeben. Der Anteil der Unternehmen, die gar nicht mit der Cloud planen, liegt bei 22,92 Prozent. Die Dienstleister setzen mehr als die Anwender auf die Cloud. Sie sind damit die Cloud-Vorreiter in Deutschland.

Sowohl bei Anwenderunternehmen als auch bei den Dienstleistern lassen die Prozentwerte keine direkte Aussage über die Höhe der Ausgaben für die jeweiligen Produkte zu. In der Tendenz zeigen die Zahlen jedoch, dass die Cloud-Strategie von Microsoft nicht ungehört verhallt. Sie könnte angesichts dieser Zahlen aufgehen. Die Dienstleister hat Microsoft bereits auf seiner Seite. Die Aufgabe für Microsoft ist dennoch groß: Mehr als 53 Prozent der Anwenderunternehmen müssen erst noch von Investitionen in die Cloud überzeugt werden.

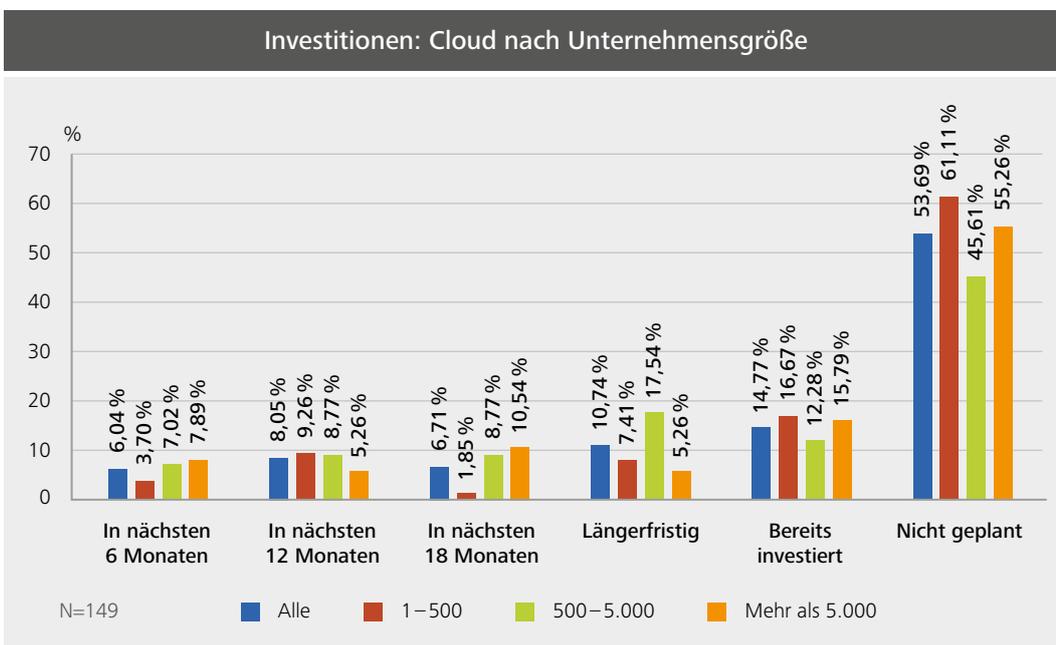


Abbildung 65: Investitionen Cloud nach Unternehmensgröße

Doch welche Unternehmensgröße ist die potenteste Zielgruppe für die Cloud? Die Gegenüberstellung der verschiedenen Unternehmensgrößen birgt eine kleine Überraschung (*Abbildung 65*): Nicht die kleinen Unternehmen sind die beste Zielgruppe für Microsoft. Unternehmen im Größenbereich von 500 bis 5.000 Mitarbeitern sind überdurchschnittlich am Thema Office 365/SharePoint Online interessiert. Insgesamt rund 42 Prozent planen mit Cloud-Dienstleistungen. Der Anteil der Unternehmen, die in diesem Bereich keinen Invest planen, ist 10 bis 15 Prozent niedriger als bei den anderen Unternehmensgrößen. Gleichzeitig haben geringfügig weniger Unternehmen bereits in diesem Bereich eingekauft. Grundsätzlich zeigt der Vergleich, dass die Unterschiede zwischen den Unternehmensgrößen zwar vorhanden, aber nicht außerordentlich groß sind. Beachtenswert ist, dass der Anteil der Unternehmen mit über 5.000 Mitarbeitern, die in Cloud-Dienstleistungen investieren wollen, immerhin bei 28,95 Prozent liegt.

9.2.2 Investitionen in Drittprodukte und Dienstleistungen

Beim Einsatz von SharePoint fallen neben der eigentlichen SharePoint-Lizenz weitere Kosten für die Anpassung, Wartung oder für ergänzende Software von Drittanbietern an.

Die Wartung von Lösungen wie SharePoint umfasst verschiedene Aspekte. Der tägliche Betrieb muss überwacht und Backups erstellt werden. Weitere Bereiche der Wartung können das Einspielen von Updates oder die Installation von Drittsoftware bis hin zu Upgrades bei neuen Releases sein. Diese Aufgaben können an externe Dienstleister übertragen werden. Rund 30 Prozent der Studienteilnehmer planen keine Investitionen in die Wartung (*Abbildung 66*). Diese Zahl liegt in gleicher Größenordnung mit den Unternehmen, die bereits in Wartung investiert haben (32,21 Prozent). Insgesamt planen 37,58 Prozent der Befragten in Zukunft in die Wartung von SharePoint zu investieren.

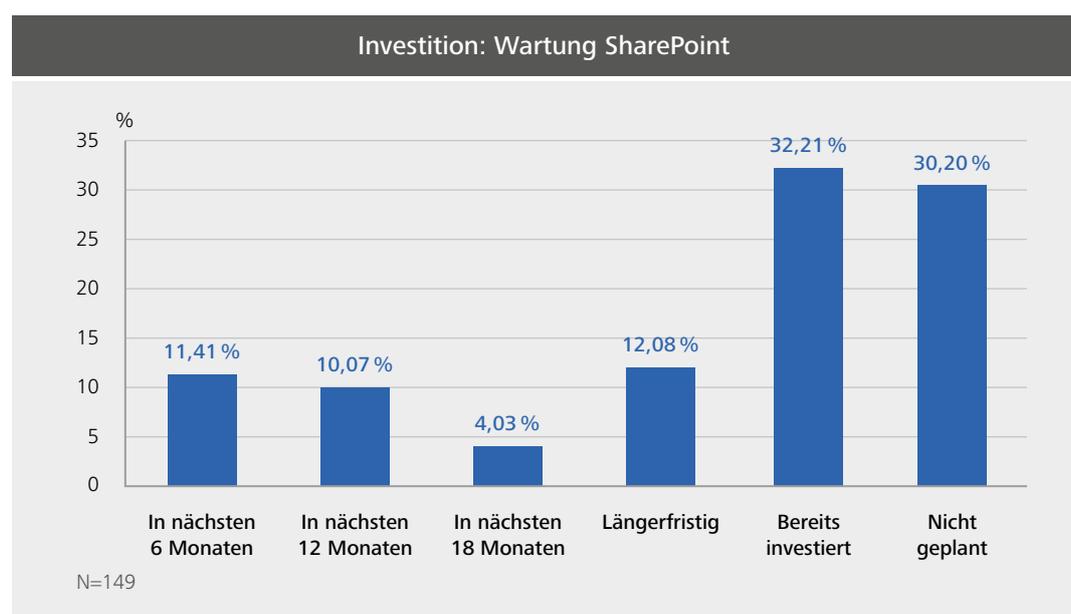


Abbildung 66: Investitionen: Wartung

Ein deutlich größerer Bedarf besteht bei Dienstleistungen zur Anpassung von SharePoint (*Abbildung 67*). Lediglich rund 15 Prozent der Anwenderunternehmen haben hierin bereits investiert und rund 28 Prozent planen keine Investitionen. Mit 56,38 Prozent plant die Mehrheit der befragten Unternehmen Investitionen in Anpassung von SharePoint. Fast ein Viertel (23,49 Prozent) plant dies in den kommenden sechs Monaten, weitere 17,45 Prozent planen dies in einem Zeitrahmen von zwölf Monaten. Die Anpassung von SharePoint ist damit für Dienstleister das Thema mit dem größten Potenzial.

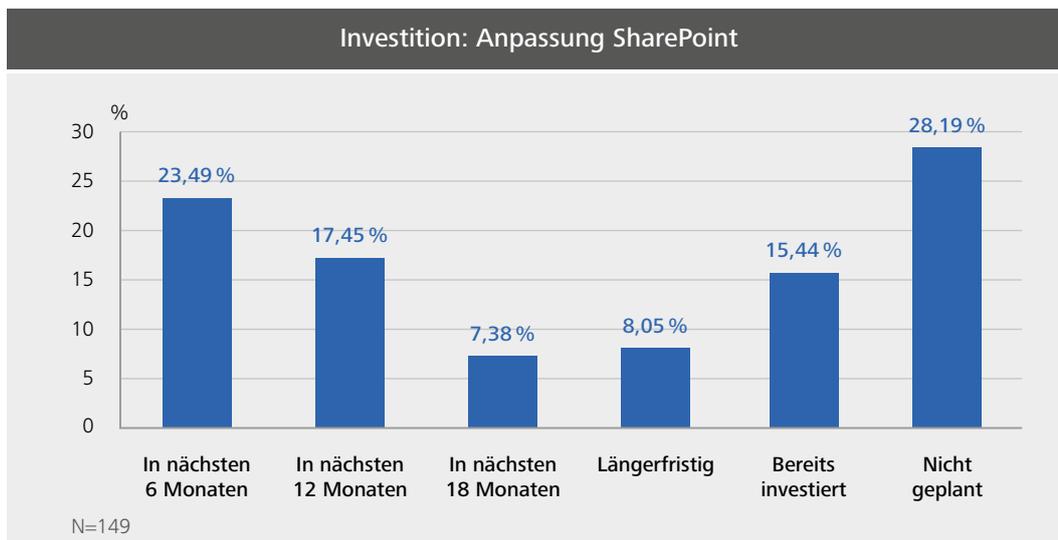


Abbildung 67: Investitionen: Anpassung SharePoint

Die Integration von SharePoint in die betriebliche Anwendungslandschaft ist ein forderndes Thema, bei dem gerne auf externe Dienstleister mit entsprechender Expertise zurückgegriffen wird. Dies zeigt sich auch in den Ergebnissen der Befragung: Rund 48 Prozent der Studienteilnehmer planen für Dienstleistungen rund um das Thema Integration Geld auszugeben. 39,6 Prozent planen keine Investitionen und rund 12 Prozent haben bereits in die Integration investiert.

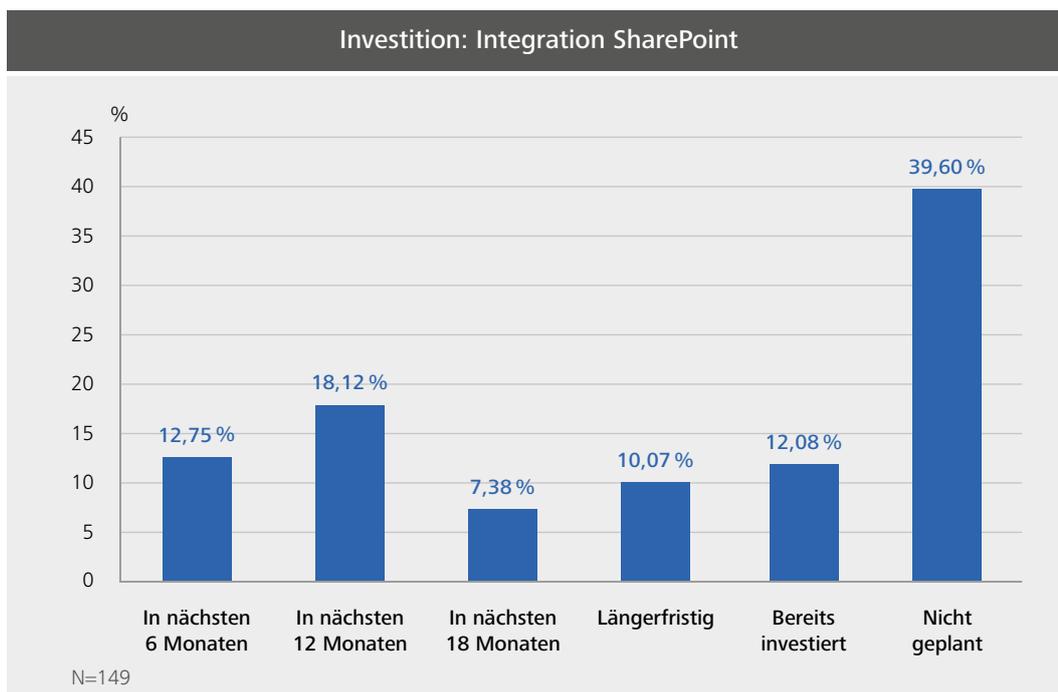


Abbildung 68: Investitionen: Integration SharePoint

Der Markt von Drittanbieter-Software für SharePoint ist vielfältig. Von Speziallösungen von Compliance Management bis zur Workflow-Lösung existieren zahlreiche Produkte. Insgesamt 44,3 Prozent der Befragten investieren in Zukunft in solche Lösungen. Rund 41 Prozent haben keinen Bedarf an Drittanbieter-Software.

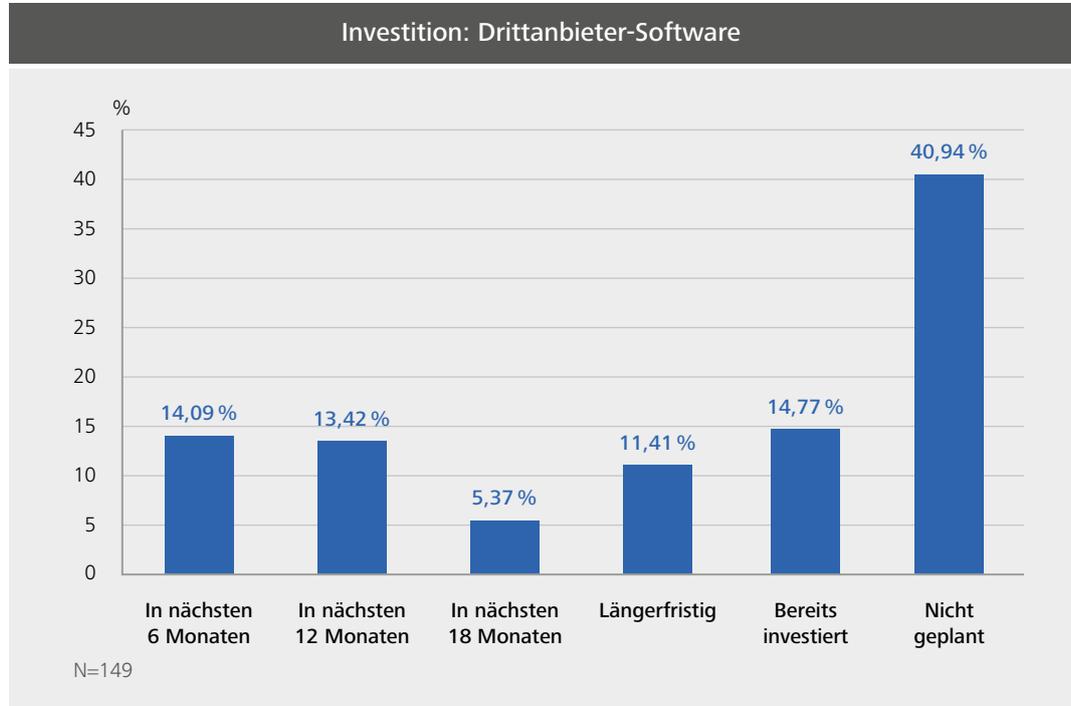


Abbildung 69: Investitionen: Software von Drittanbietern

Das Hardwaregeschäft scheint rückläufig, denn gerade mal 13 Prozent der Befragten planen in den nächsten zwölf Monaten in Hardware zu investieren.

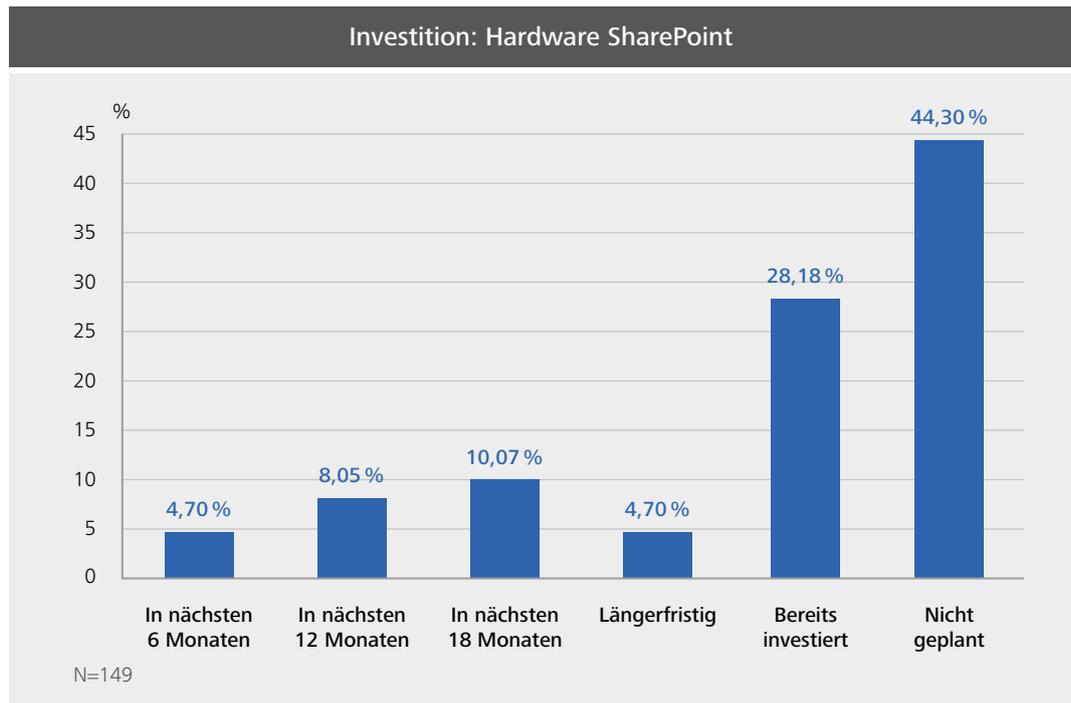


Abbildung 70: Investitionen: Hardware für SharePoint

9.3 Fazit Investitionsbereiche

Es besteht bei den Anwendern aktuell ein hoher Bedarf für Leistungen rund um SharePoint. Die von den Studienteilnehmern am meisten nachgefragte Dienstleistung ist mit 56,38 Prozent die Anpassung von SharePoint (*Tabelle 1*). Über die Hälfte der befragten Teilnehmer planen in diesen Bereich zu investieren. Etwas weniger als die Hälfte (48,32 Prozent) werden Geld für die Integration von und in SharePoint ausgeben.

Tabelle 1: Investitionsbereiche im Vergleich (N=152)

Leistung	Teilnehmer planen Investition
Dienstleistung Anpassung	56,38 Prozent
Dienstleistung Integration	48,32 Prozent
Drittanbieter-Software	44,30 Prozent
Dienstleistung Wartung	36,84 Prozent
Hardware für SharePoint	27,52 Prozent

Der Kauf von Drittanbieter-Software steht mit 44,3 Prozent im Mittelfeld. Dienstleistungen rund um die Wartung von SharePoint spielen für 36,84 Prozent eine Rolle. Etwas mehr als ein Viertel der befragten Unternehmen wird in Zukunft Geld für Hardware für den Betrieb von SharePoint ausgeben.

Wie sich die Dienstleistungen vor dem Hintergrund des sich deutlich abzeichnenden Cloud-Trends entwickeln, bleibt fraglich.

Gesamtbewertung

10

- 10.1 Fokus der Studie: Konkrete Einsatzszenarien und Bewertung von SharePoint in deutschen Anwenderunternehmen
- 10.2 Users Einsatz – SharePoint hat viele Gesichter
- 10.3 Users Problem – Herausforderungen mit SharePoint
- 10.4 Users Plan – SharePoint-Strategien



10.1 Fokus der Studie: Konkrete Einsatzszenarien und Bewertung von SharePoint in deutschen Anwenderunternehmen

Die vorliegende SharePoint Anwenderstudie 2016 liefert eine aktuelle, nicht-repräsentative Bestandsaufnahme über den tatsächlichen Einsatz in den Unternehmen. Sie spiegelt Anwendungsszenarien, funktionale Präferenzen, IT-Strategien und Befindlichkeiten in Unternehmen im Zusammenhang mit SharePoint wider. Auf dieser validen Basis liefert sie Transparenz und Orientierung für alle jene Unternehmen, die strategisch auf SharePoint setzen, um damit Dokumenten- und Wissensarbeit zu ermöglichen, kollaborative Arbeitsstrukturen zu fördern und die Plattform als Grundlage für die digitale Transformation zu evaluieren. Weitere Erkenntnisse betreffen die Themenbereiche Investitionsverhalten, Akzeptanzprobleme und geschäftlichen Nutzen.

10.2 Users Einsatz – SharePoint hat viele Gesichter

Mit SharePoint hat Microsoft im Lauf der vergangenen 15 Jahre eine mächtige Plattform in den Unternehmen platziert, die für so ziemlich alles von der Dokumentenverwaltung über Intranet bis Social Collaboration und Geschäftsprozesse eingesetzt werden kann. Diese enorme Vielfalt galt einerseits immer als Erfolgsrezept, andererseits drückt sich darin auch eine gewisse Paradoxie von SharePoint aus: Ziel und Nutzen können schnell verwässern, und der Portalgedanke wuchert im Unternehmen vor sich hin. Wo genau liegen also die Stärken und Schwächen und welche Potenziale schlummern vielleicht ungenutzt?

Viel Zustimmung für SharePoint Server, Anwender halten sich beim Cloud-Betrieb noch zurück

Obwohl Microsoft seinen Geschäftsfokus inzwischen deutlich auf die Cloud setzt, reagieren bisher die deutschen Anwender eher verhalten. Das zeigt sich auch an der bevorzugten Betriebsform von SharePoint, die bei 65 Prozent der Befragten klassisch als Installation im eigenen Unternehmen realisiert ist (On-Premise), während 17 Prozent einen Mischbetrieb aus internen sowie extern gehosteten Instanzen unterhalten. Weitere 17 Prozent beziehen SharePoint als Cloud-Service, der dann wahlweise als SharePoint Online über Office 365 kommt, oder aber auch häufig als RZ-Dienst von einem Dienstleister.

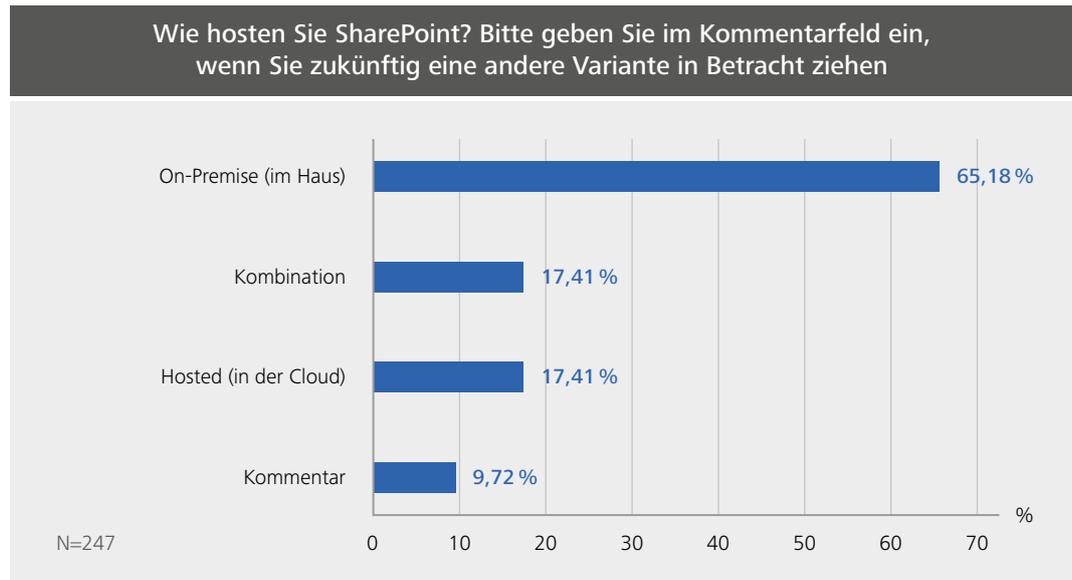


Abbildung 71: Hosting von SharePoint

Wachablösung durch SharePoint 2013

Microsoft bringt etwa alle drei Jahre eine neue SharePoint-Version heraus. Wie bei derart komplexen Unternehmensplattformen üblich vergehen mehrere Jahre bis zu einer halbwegs flächendeckenden Ausbreitung. Wie die Befragung ergab, zog in diesem Jahr SharePoint 2013 mit 59 Prozent Anteil erstmals am Vorgänger 2010 vorbei (Vorjahr: 53 Prozent), während im selben Zeitraum SharePoint 2010 deutlich von 61 Prozent auf nunmehr 39 Prozent abfällt. Auch beim erst kürzlich vorgestellten Nachfolger SharePoint 2016 dürfte die Verbreitung einen ähnlichen Verlauf nehmen.

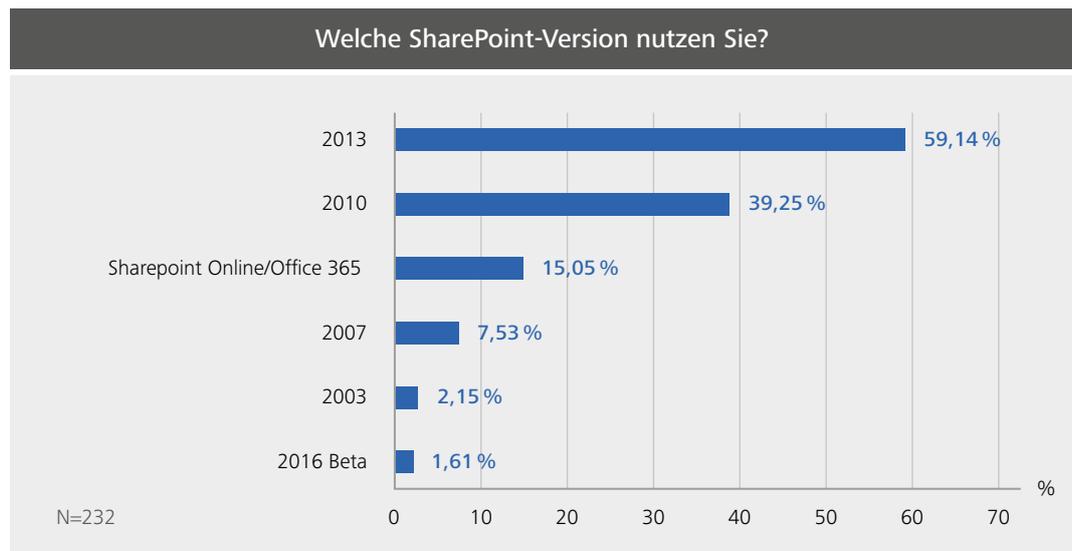


Abbildung 72: Nutzung von SharePoint-Versionen

Mobile Nutzung noch sehr gering

SharePoint kommt typischerweise innerhalb der Unternehmensgrenzen als Intranet-System zum Einsatz. Daher greifen die meisten Nutzer auch per PC und Laptop auf Dokumente und Anwendungen zu. Weniger als 25 Prozent nutzen bisher Mobilgeräte wie Smartphones und Tablets. Allerdings dürfte dabei auch die zögerliche Mobil-Unterstützung von Microsoft eine Rolle spielen. Erst SharePoint 2013 brachte echte mobile Portalansichten mit ersten Ansätzen eines responsiven Designs. Den nächsten und dieses Mal konsequenteren Evolutionsschritt vollzieht SharePoint 2016 mit neuen Mobil-Optionen sowie einer SharePoint-App.

Fokus Intranet: Vom ‚besseren Fileserver‘ zum Wissensmanagement

Seit der ersten Ausgabe des SharePoint Portal Servers 2001 haben die funktionalen Schwerpunktbereiche immer wieder gewechselt – mal war es Teamarbeit, mal Workflow, mal Web Content Management oder zuletzt Social Collaboration. Als Konstante galt dabei jedoch von Anfang an der Einsatz im Intranet – zumeist mit der initialen Zielsetzung eines „intelligenten Fileservers“ zur besseren Verwaltung und Bearbeitung von Office-Dokumenten in der Organisation. Dieses Haupteinsatzszenario blieb in seinen Grundzügen bis heute bestehen, wie auch die Anwenderstudie belegt: 88 Prozent setzen SharePoint ganz allgemein gefasst als Mitarbeiterportal ein. Bei der weiteren Frage nach der konkreten Aufgabenstellung nannten 86 Prozent Dokumentenmanagement und Dateiablage, weitere 10 Prozent haben diesen Einsatz in Zukunft vor. An zweiter und dritter Stelle folgen Wissensmanagement und Workflows mit 84, beziehungsweise 79 Prozent an aktiver oder geplanter Nutzung.

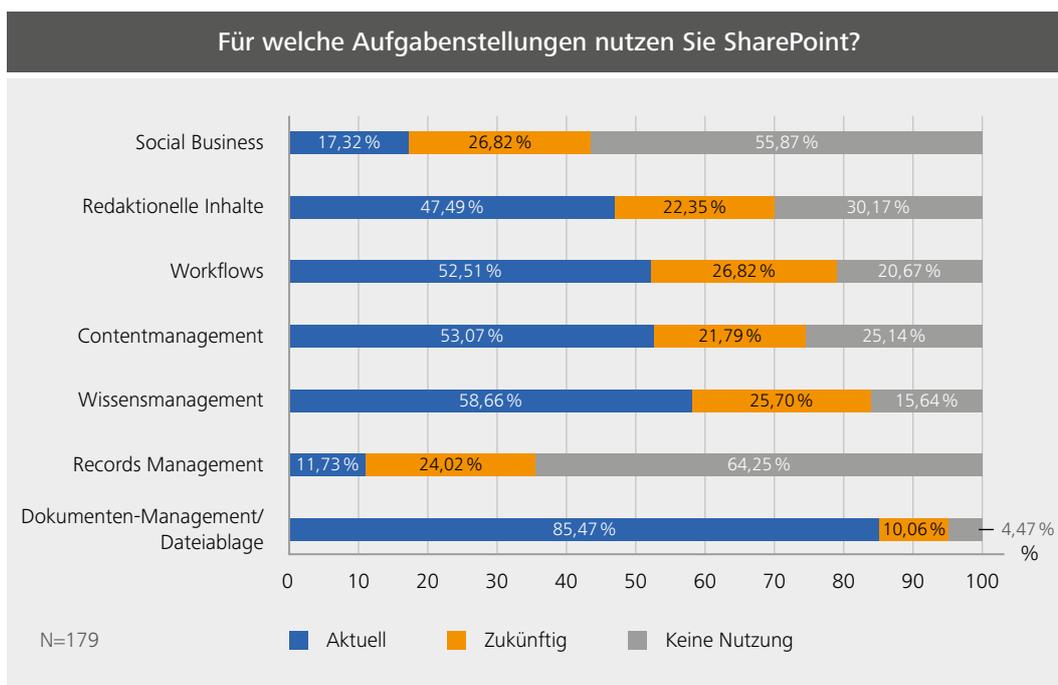


Abbildung 73: Aufgabenstellungen und Einsatzbereiche

10.3 Users Problem – Herausforderungen mit SharePoint

Hohe Erwartungen an Benutzerfreundlichkeit, die oft nicht erfüllt werden

Von den Endanwender-orientierten Internetdiensten wie Facebook, Twitter oder Instagram sind die Benutzer heute hohen Bedienkomfort gewohnt. Diese Erwartungshaltung wird auch ins Unternehmen getragen, was auch erklärt, dass 71 Prozent der Studienteilnehmer die Usability für das wichtigste Kriterium bei der Anschaffung eines Portalsystems halten. Kein leichtes Spiel also für SharePoint, dem der Ruf einer eher komplizierten Bedienbarkeit beim Umgang mit Dokumenten, Dateien und Informationen vorausleitet. Tatsächlich stufen aktuell über 40 Prozent die Benutzerfreundlichkeit von SharePoint als befriedigend bis mangelhaft an. Allerdings scheint sich die Situation gegenüber der Studie im Vorjahr zu verbessern. Damals waren noch 50 Prozent (der Anwender, nicht Dienstleister) unzufrieden.

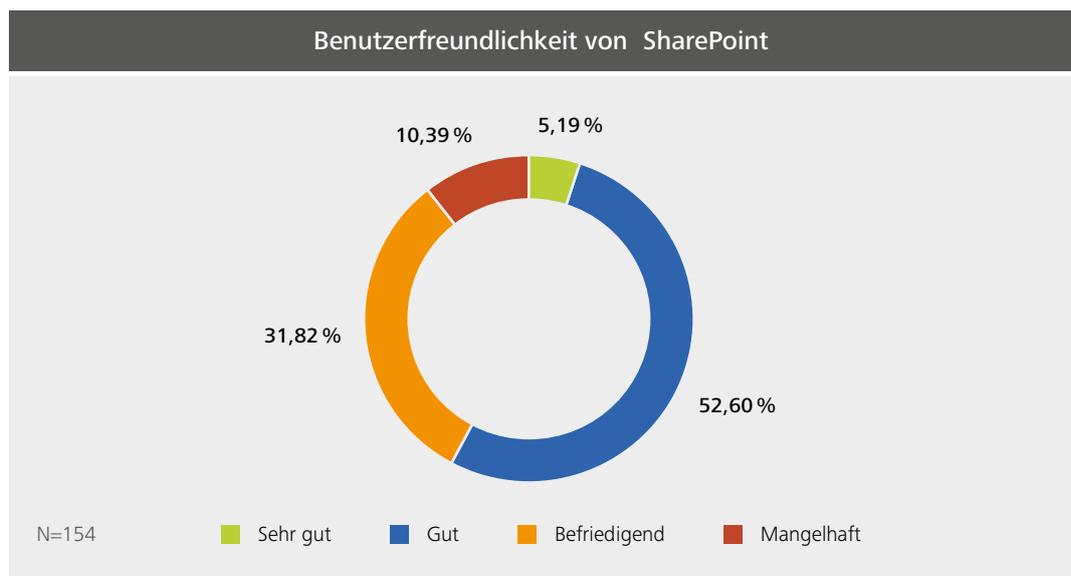


Abbildung 74: Benutzerfreundlichkeit von SharePoint

Standard vs. Anpassungen: Zumindest das Corporate-Design sollte stimmen

In den Kontext Benutzerfreundlichkeit und Akzeptanz gehört auch das Thema Anpassung versus Standard. Lediglich 14 Prozent der Firmen belassen ihre SharePoint-Portale in der Originaloptik (Out-of-the-Box), 60 Prozent führen zumindest grundlegende Anpassungen des Designs durch und 28 Prozent nehmen umfassendere Veränderungen des Erscheinungsbilds vor. Da hierbei meist auch in die Funktionalität und Struktur eingegriffen wird, drohen bei künftigen Server-Upgrades zusätzliche Anpassungsaufwände.

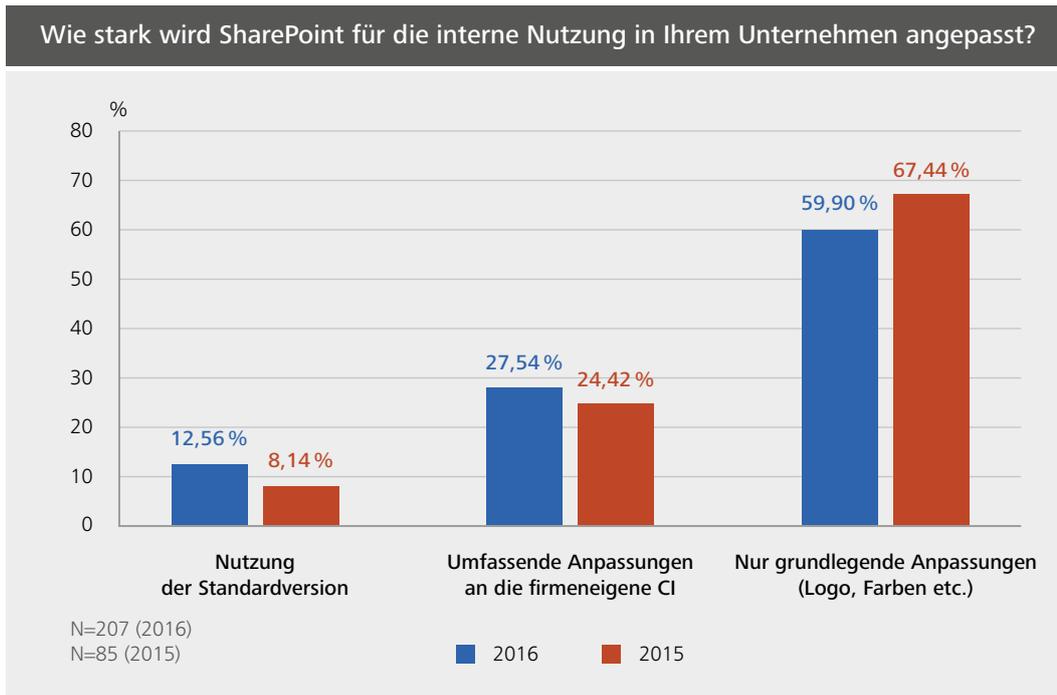


Abbildung 75: Anpassung von SharePoint

SharePoint-Blockbuster Dokumentenmanagement, Teamsite und Suche

Trotz der vielgestaltigen Funktionalität konzentriert sich der SharePoint-Einsatz auf einige wenige Kerndisziplinen. Auf den vorderen Plätzen liefert die aktuelle Studie wenig Überraschendes. An erster Stelle rangiert der Bereich Dokumentenmanagement, der von 95 Prozent genutzt wird und 81 Prozent zufrieden stellt. Teamsites weisen einen Nutzungsgrad von 89 Prozent und einen Zufriedenheitswert von 78 Prozent auf, bei der Suche sind es 89 Prozent Nutzer und 68 Prozent Zufriedene, bei den Projekt-Websites 83 und 67 Prozent (Abbildung 76).

OneDrive kann Dropbox noch nicht das Wasser reichen

Im Mittelfeld der Nutzungs- und Zufriedenheitsskala liegen Workflows, die zwar von 77 Prozent genutzt werden, aber nur 52 Prozent zufrieden oder eher zufrieden stellen. Ebenfalls nicht mit Ruhm bekleckert hat sich Microsoft mit den MySites. Die Nutzung liegt hier bei 64 Prozent, zufrieden oder eher zufrieden sind 47 Prozent. Düster sieht es beim Cloud-Speicher OneDrive aus, den Microsoft gegen die populäre Dropbox ins Rennen geschickt hat. Genutzt wird es aktuell nur von 44 Prozent, zufrieden sind lediglich 29 Prozent. Zieht man hier in Betracht, dass Microsoft OneDrive noch im November neben SharePoint als Kernprodukt seiner Office 365-Strategie positioniert hatte, stehen die Redmonder hier noch vor einer Herkulesaufgabe.

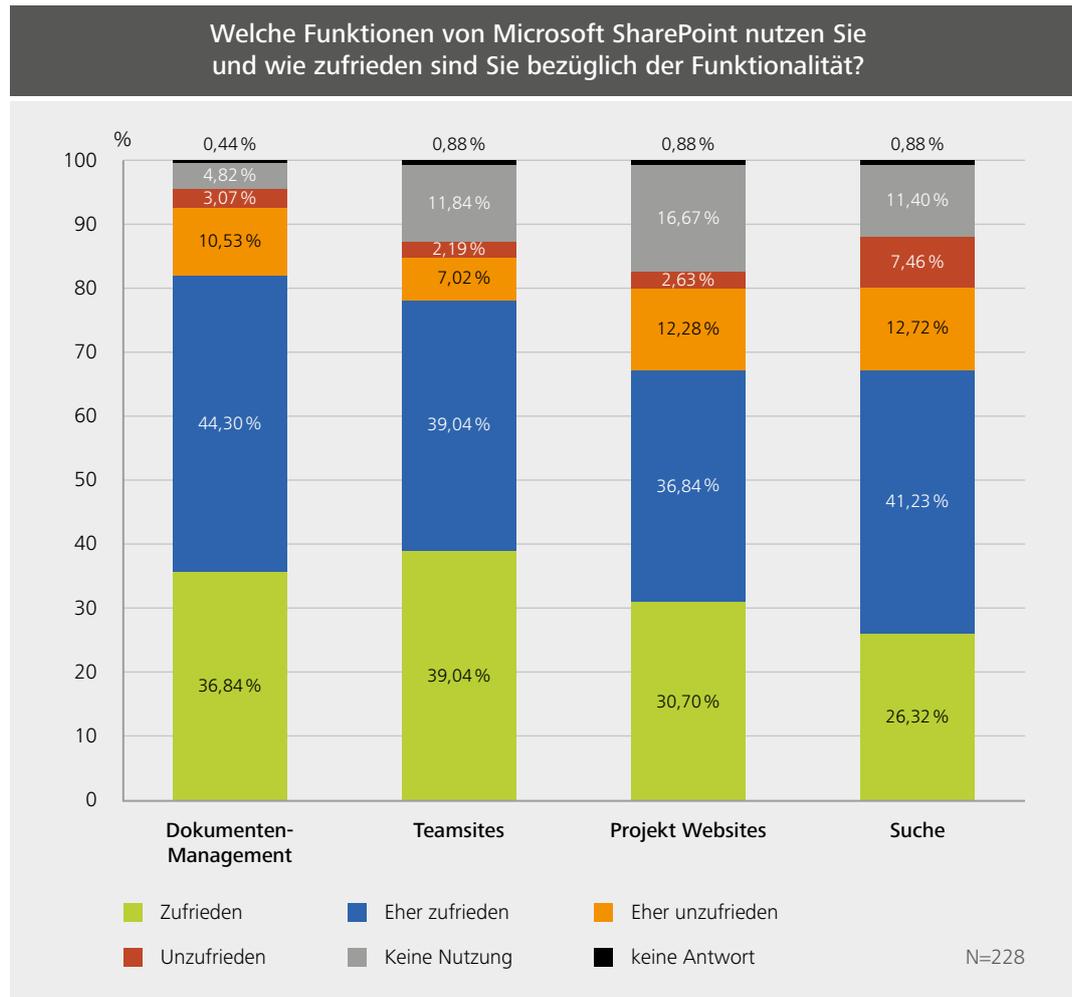


Abbildung 76: Nutzung und Zufriedenheit von SharePoint-Funktionen

Kann Social Collaboration die Effizienzbremse E-Mail ablösen?

Nach wie vor eher zurückhaltend sehen die deutschen Anwender das in den vergangenen Jahren stark gepushte Thema Social Collaboration. Nur etwa 30 Prozent nutzen derartige Tools und nur weitere 27 Prozent planen den Einsatz von Social Collaboration-Plattformen. Doch der Bedarf an Lösungen für eine effizientere Zusammenarbeit jenseits der E-Mail ist unbestritten. Knapp 77 Prozent wollen auf Basis von SharePoint die Mitarbeiter besser und effizienter miteinander vernetzen. Eine bessere Zusammenarbeit erhoffen sich 65 Prozent, mit einer Verringerung des E-Mail-Aufkommens rechnen knapp 58 Prozent.

Aber auch die kritischen Seiten beim Einsatz von sozialen Netzen kamen zur Sprache. Wenn es um die möglichen Probleme bei der Nutzung solcher Tools geht, monieren 54 Prozent den fehlenden geschäftlichen Nutzen, 50 Prozent befürchten das Entstehen von „Informationsmüll“ und 39 Prozent sehen das fehlende Knowhow in der Organisation als Hindernis.

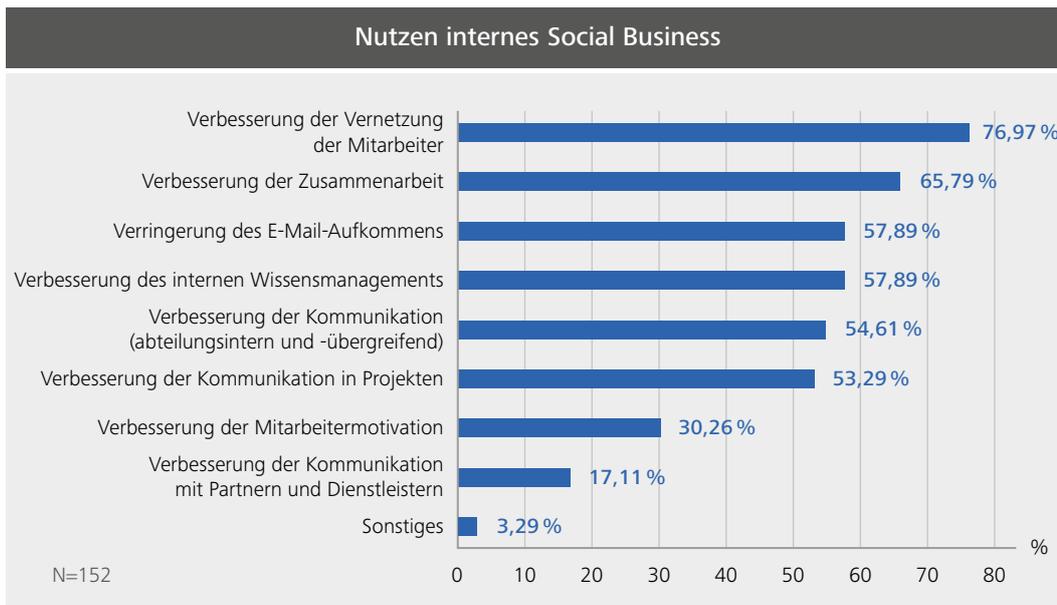


Abbildung 77: Nutzung Social Business (intern)

SharePoint-Strategien: Grundlage für vernetztes Arbeiten

Ein wichtiges Themenfeld ist schließlich noch die strategische Betrachtung von SharePoint im Unternehmenskontext, die auch Fragen wie Investitionspläne und zukünftigen Bedarf einschließt. Was die Ziele der Studienteilnehmer mit SharePoint betrifft, stehen bei 88 Prozent Dokumentenablage, Projekträume und bei 83 Prozent vernetztes Arbeiten auf der Prioritätenliste klar ganz oben. Interessant ist hier, dass das globale Trendthema „Digitale Transformation“ an einer überraschenden fünften Stelle mit 39 Prozent rangiert. Viele Unternehmen trauen SharePoint zu, hierbei die Rolle der zentralen Plattform für die technische Umsetzung der Digitalen Transformation zu spielen.

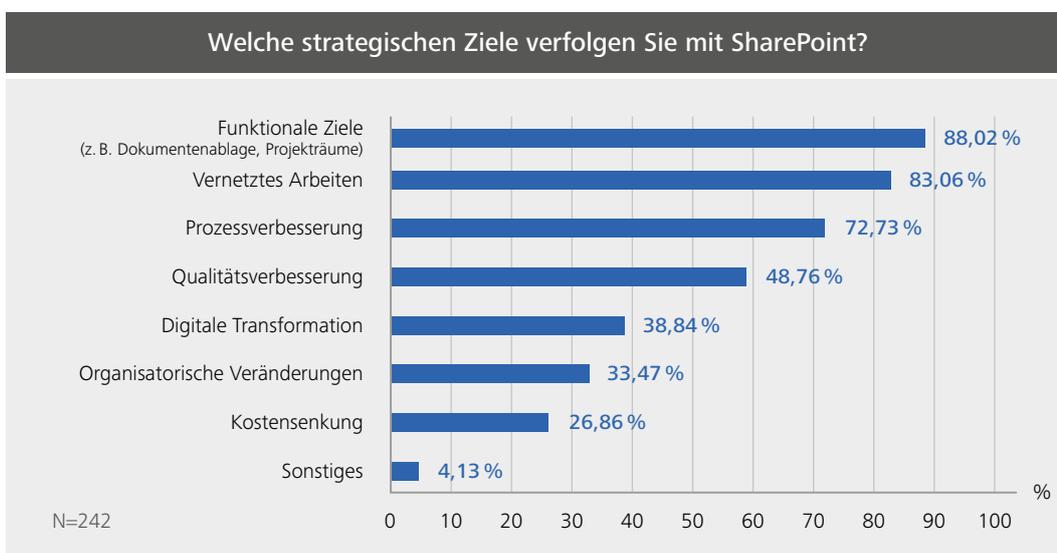


Abbildung 78: Strategische Ziele

10.4 Users Plan – SharePoint-Strategien

SharePoint – Anwender zählen auf externe Partner

Da SharePoint in den Unternehmen – wie die vorliegende Studie deutlich zeigt – auf sehr vielfältige Weise genutzt und technisch erweitert wird, zudem in unterschiedliche Drittsysteme integriert werden muss, stellen permanente Anpassungen die firmeninternen Sharepoint-Verantwortlichen vor große Herausforderungen. 55 Prozent der befragten Unternehmen benötigen technischen Support von externen Partnern. Über 75 Prozent arbeiten dafür mit technischen IT-Beratungsunternehmen zusammen, nur 20 Prozent beauftragen dafür IT-Freelancer.

37 Prozent wollen konkret in die Wartung von SharePoint (Upgrades, Installationen oder Release-Management) investieren. Auch die Integration in Drittsysteme bewegt die Entscheider, 48 Prozent planen dafür Geld verfügbar zu machen. Da der stärkste Budget-Fokus auf Support sowie Anpassungen der eigenen individuellen Portalsoftware liegt, wollen 40 Prozent auch kein Budget für Dritt-Software mehr bereitstellen.

Befragt nach den geplanten Investitionen in Lizenzen gaben 44 Prozent an, dass sie ihre Investitionen bereits getätigt haben, weitere 26 Prozent planen aktuell keine Investitionen, das heißt 70 Prozent wollen derzeit nicht mehr in Lizenzen investieren und nur 30 Prozent der Studienteilnehmer sehen hier zukünftigen Bedarf. Etwas besser sieht das Bild bei den Cloud-Investitionen aus. Nur 53 Prozent sagen, dass sie hier nicht investieren wollen, 15 Prozent haben aber schon in Cloud-Dienstleistungen investiert, Potenzial ist hier also vorhanden.

Technisch fit, organisatorisch mau

Und wie sehen sich schließlich die Kunden im Bereich SharePoint für die Zukunft gerüstet? Defizite bestehen vor allem in der Organisation, hier stufen sich 33 Prozent als eher schlecht oder sehr schlecht gerüstet ein. Ebenfalls kritisch sieht es bei vielen in Sachen Qualität der Mitarbeiter und Finanzen aus. Sehr gut aufgestellt hingegen sind die Anwender zumeist im Bereich Technik mit fast 90 Prozent guter oder sehr guter Einstufung.

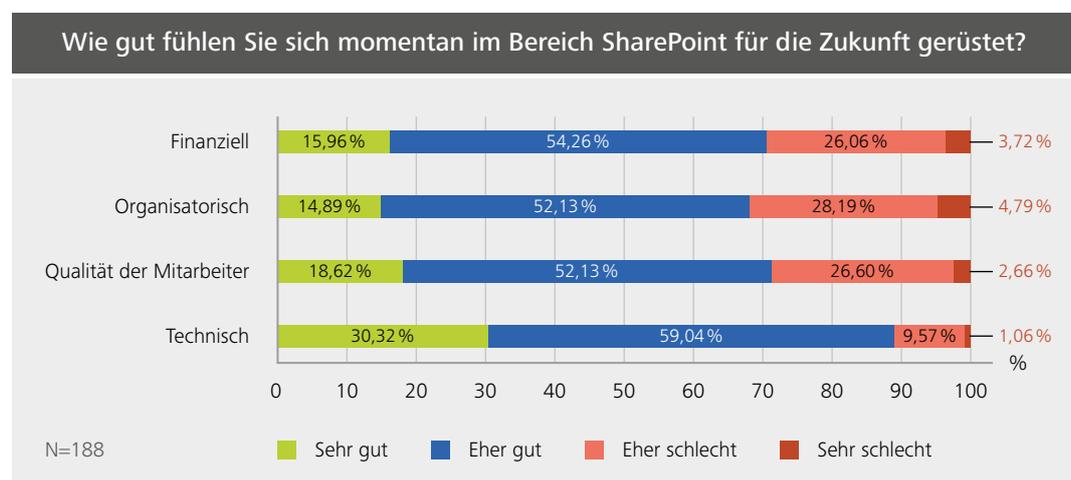


Abbildung 79: Ausblick

Abbildungs- und Tabellenverzeichnis

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Teilnehmer – Anwender und Dienstleister	15
Abbildung 2: Teilnehmer – Funktion im Unternehmen (<i>Anwender</i>)	16
Abbildung 3: Teilnehmer – Funktion im Unternehmen (<i>alle Teilnehmer</i>)	16
Abbildung 4: Teilnehmer – Unternehmensgröße	17
Abbildung 5: Teilnehmer – Sektor (Anwender)	17
Abbildung 6: Einsatz SharePoint-Versionen (Anwender und Dienstleister)	21
Abbildung 7: Nutzung von SharePoint in Portalbereichen (Anwender und Dienstleister)	22
Abbildung 8: Aufgabenstellung und Einsatzbereiche	23
Abbildung 9: Hosting von SharePoint	23
Abbildung 10: Strategische Ziele	24
Abbildung 11: Nutzung von und Zufriedenheit mit SharePoint-Funktionen (<i>hohe Zufriedenheit</i>)	25
Abbildung 12: Nutzung von und Zufriedenheit mit SharePoint-Funktionen (<i>mittlere Zufriedenheit</i>)	25
Abbildung 13: Nutzung von und Zufriedenheit mit SharePoint-Funktionen (<i>schlechte Zufriedenheit</i>)	26
Abbildung 14: Rolle von SharePoint für das Dokumentenmanagement	30
Abbildung 15: Herausforderungen beim Thema DMS	31
Abbildung 16: Verwendung der DMS Funktionalitäten bei Geschäftsanwendungen	32
Abbildung 17: DMS – Ablage und Zugriff auf Dokumente	32
Abbildung 18: DMS – Mobiler Zugriff	33
Abbildung 19: DMS – Offline-Zugang beim mobilen Zugriff	33
Abbildung 20: Einsatz SharePoint Workflows	38
Abbildung 21: Bereiche, in denen Prozesse mit SharePoint abgebildet werden	38
Abbildung 22: Standardfunktionalität SharePoint-Workflows	39
Abbildung 23: Erweiterungsbereiche Workflowfunktionalität	39
Abbildung 24: Ergänzungen	40
Abbildung 25: Gebrauchstauglichkeit und ihre Aspekte	43
Abbildung 26: Usability als Auswahlkriterium	44
Abbildung 27: Beurteilung der Benutzerfreundlichkeit (Anwender)	45
Abbildung 28: Beurteilung der Benutzerfreundlichkeit (Dienstleister)	46
Abbildung 29: Benutzerfreundlichkeit nach Versionen (Anwender)	46
Abbildung 30: Anpassung der Software (Anwender und Dienstleister)	47
Abbildung 31: Anpassung für die interne Nutzung (Anwender)	47
Abbildung 32: Endgeräte für den Zugriff	48
Abbildung 33: Bewertung der Features: Drag & Drop	49
Abbildung 34: Bewertung der Features: Ribbon-Menu	49
Abbildung 35: Bewertung der Features: Image Renditions	50
Abbildung 36: Bewertung der Features: Suche	51
Abbildung 37: Bewertung der Features: Responsive Design	51
Abbildung 38: Bewertung der Features: Anpassen des Designs	52
Abbildung 39: Bewertung der Features: Links (Navigation) editieren	52
Abbildung 40: Bewertung der Features: Barrierefreiheit	53
Abbildung 41: Bewertung von Features (1)	54
Abbildung 42: Bewertung von Features (2)	55

Abbildung 43: Einsatz von Social Media (extern)	60
Abbildung 44: Einsatz von Social Media (intern).....	61
Abbildung 45: Einsatz von Social Media im Vergleich.....	61
Abbildung 46: Social Business: Einschätzung des Nutzens	62
Abbildung 47: Hindernisse für Social Business (intern).....	63
Abbildung 48: Zeitraum Einführung Enterprise Social Network-Funktionen.....	64
Abbildung 49: Integration anderer Systeme in SharePoint	68
Abbildung 50: Integration anderer Systeme in SharePoint nach Unternehmensgröße	68
Abbildung 51: Integration von Systemen in SharePoint (Systemtypen)	69
Abbildung 52: Realisierung Single Sign On.....	70
Abbildung 53: Microsoft Dynamics Sure Step Methodology.....	74
Abbildung 54: Vorgehensweise bei der Einführung	75
Abbildung 55: Herausforderungen bei der Akzeptanz durch die Mitarbeiter	76
Abbildung 56: Zeit für die Entwicklung und Dokumentation der strategischen Roadmap	77
Abbildung 57: Kosten für die Einführung in den ersten 12 Monaten	78
Abbildung 58: Aufwand für einzelne Projektphasen	78
Abbildung 59: Verantwortlicher für die Einführung und das Management	79
Abbildung 60: Verantwortlicher für die Wartung	79
Abbildung 61: Wer übernimmt die technische Wartung (extern).....	80
Abbildung 62: Erwartungen, die nicht erfüllt wurden.....	80
Abbildung 63: Investitionen: Cloud vs. SharePoint-Lizenzen (Anwender)	86
Abbildung 64: Investitionen: Cloud vs. On Premise Lizenzen (Dienstleister).....	87
Abbildung 65: Investitionen Cloud nach Unternehmensgröße.....	87
Abbildung 66: Investitionen: Wartung	88
Abbildung 67: Investitionen: Anpassung SharePoint.....	89
Abbildung 68: Investitionen: Integration SharePoint.....	89
Abbildung 69: Investitionen: Software von Drittanbietern	90
Abbildung 70: Investitionen: Hardware für SharePoint	90
Abbildung 71: Hosting von SharePoint.....	96
Abbildung 72: Nutzung von SharePoint-Versionen	96
Abbildung 73: Aufgabenstellungen und Einsatzbereiche	97
Abbildung 74: Benutzerfreundlichkeit von SharePoint	98
Abbildung 75: Anpassung von SharePoint	99
Abbildung 76: Nutzung und Zufriedenheit von SharePoint-Funktionen.....	100
Abbildung 77: Nutzung Social Business (intern).....	101
Abbildung 78: Strategische Ziele.....	101
Abbildung 79: Ausblick.....	102

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Investitionsbereiche im Vergleich (N=152).....	91
---	----

Literaturverzeichnis

1. BITKOM Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e. V. (2013), Einsatz und Potenziale von Social Business für ITK-Unternehmen, PDF aufgerufen im Dezember 2015
2. Boddenberg, U.B. (2011), Microsoft SharePoint Server 2010 und SharePoint Foundation 2010: Das Lösungsbuch für Administratoren und Entwickler, 3. Aufl., Galileo Computing
3. Vom Brocke, J./Rosemann, M. (2010), Handbook on Business Process Management: Strategic Alignment, Governance, People and Culture, International Handbooks on Information Systems, Springer, Berlin
4. Kampffmeyer, U. (1997, S. 18), Dokumentenmanagement, Grundlagen des Dokumenten-Managements, Gabler, Wiesbaden
5. Pftzing, K./Rohde, A. (2014), Ganzheitliches Projektmanagement, 5. Aufl., Verlag Götz Schmidt, Gießen
6. Pialorsi, P. (2013), Microsoft® SharePoint® 2013 Developer Reference (Englisch), Microsoft Press Deutschland
7. Rauschenberger, M./Hinderks, A./Thomaschewski, J. (2011, S. 154 ff.), Benutzererlebnis bei Unternehmenssoftware – Ein Praxisbericht über die Umsetzung attraktiver Unternehmenssoftware, Odenburg, PDF aufgerufen im Dezember 2015
8. Riemke-Gurzki, T. (2014, S. 120 ff.), Unternehmensportale und Intranet – konzipieren, realisieren, betreiben, 3. überarb. Aufl., Norderstedt, BoD – Books on Demand
9. Williams, V. L. (Autor)/Geisler, F. (Übersetzer) (2010), Microsoft SharePoint 2010 für Dummies (FÜR Dummies), 1. Aufl., Wiley-VCH Verlag, Weinheim
10. Wojciech M./SINC Autorenteam (2014), Microsoft SharePoint 2013 für Administratoren – Das Handbuch (Buch + E-Book), Microsoft Press Deutschland
11. <http://atos.net/en-us/home/we-are/zero-email/zero-email-insights-and-stories/gartner-report-atos-no-email-initiative-provides-valuable-lessons-on-driving-big-change-through-social-collaboration.html>, abgerufen im Februar 2016
12. <https://blogs.msdn.microsoft.com/mvpawardprogram/2012/08/27/microsoft-dynamics-sure-step-methodology-revisited/>, abgerufen im Februar 2016

Partner

Gold-Partner



Harmonie

Als globales Unternehmen vereint harmon.ie in seinen Produkten die Leistungsfähigkeit der wichtigsten Plattformen für soziale Unternehmensnetzwerke – wie Microsoft und Yammer – und hilft so Kunden weltweit, die Chancen eines mobil arbeitenden Unternehmens zu nutzen.

Kontakt:

Kerrin Fürstenwerth

kerrinf@harmon.ie

07152-6023001

Silber-Partner



IPI GmbH

IPI GmbH ist eine führende Intranet und Collaboration Agentur mit Fokus auf interne Unternehmenskommunikation in Verbindung mit Microsoft Technologie. Im Fokus steht dabei die Strategieberatung, Realisierung globaler Projekte sowie die Weiterentwicklung bestehender Intranetlösungen.

Kontakt:

Stefanie Ruck

s.ruck@ipi-gmbh.de

09827-92787240

Henrichsen AG

Die HENRICHSEN AG optimiert Geschäftsprozesse im Mittelstand durch Digitalisierung von Abläufen, mit dem Ziel der Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit der Kunden. Sie ist führender Lösungsanbieter im ECM- und EIM-Umfeld durch intelligente Verbindung der Plattformen SAP, SharePoint und ILC (Information Logistic Center).

Kontakt:

Christian Kirsch

christian.kirsch@henrichsen.de

0151-18251154



RK Profits

RK Profits ist erfahrener SharePoint Spezialist mit Sitz in Nürnberg, der sich der ganzheitlichen Betreuung von SharePoint-Umgebungen sowie der intensiven Unterstützung der User verschrieben hat. Sein Beratungsspektrum erstreckt sich dabei von effizienter Implementierung bis hin zur Prozessoptimierung und Integration in Drittsysteme.

**Kontakt:**

Brigitte Rickerts

brigitte.rickerts@rk-profits.de

0911-92674-43

Inosoft AG

Die Inosoft AG berät ihre Kunden in IT-Strategie, Konzeption und Umsetzung von Softwarelösungen mit hoher Nutzenorientierung. Konkret geht es dabei um Einführungsunterstützung, Customizing, Anwendungsentwicklung, Betrieb und Wartung sowie Hosting von SharePoint-Umgebungen.

**Kontakt:**

Dr. Ellen Paulus

ellen.paulus@inosoft.de

06421-9915-106

Basis-Partner**Implexis Solutions**

Die implexis GmbH ist IT-Spezialist für nachhaltige Business-Lösungen auf Basis von Microsoft Technologien. Deutschlandweit zählt das Unternehmen 180 Mitarbeiter. Das Unternehmen fördert Innovation, Beschäftigung und wirtschaftliches Wachstum über die vier Competence Center IO & ERP Systems, Future Workplace & Collaboration, Customer Solutions und Customer Service.

**Kontakt:**

Stefanie Eckart

stefanie.eckart@implexis-solutions.com

0911-277880

NovaCapta Software & Consulting GmbH

Die novaCapta Software & Consulting GmbH gestaltet seit vielen Jahren erfolgreich den Digital Workplace für den Mittelstand und Kunden im Enterprise Segment. Als führender Lösungspartner für Microsoft SharePoint, Office365, Azure, BizTalk und PowerBI realisieren wir Intranets, Portale, Business Intelligence-Lösungen sowie Individualanwendungen für Productive Workplace Solutions. Unsere Dienstleistungspalette umfasst den gesamten IT-Lifecycle: Beratung, Konzeption, Konfiguration, Umsetzung, Schulung und Support.

**Kontakt:**

Sabrina Spiegl

s.spiegl@novacapta.de

089-3090527-712

SharePoint zeigt Licht und Schatten

Mit SharePoint hat Microsoft im Laufe der vergangenen 15 Jahre – nicht zuletzt dank seiner zahlreichen Businesspartner – ein mächtiges Werkzeug für dokumentenzentrierte Zusammenarbeit in deutschen Unternehmen eingeführt. Was anfangs als rein technische Basis für das Bearbeiten, Ablegen und Teilen von Dokumenten gedacht war, wurde mit den Jahren immer facettenreicher und undurchsichtiger. Heute hat SharePoint viele Gesichter: Unternehmen nutzen die Plattform für ganz unterschiedliche Zwecke. Das reicht vom reinen Austausch von Dokumenten, über abteilungsweiten Wissenstransfer bis hin zum Social Intranet. Diese enorme Spannweite von Anwendungsszenarien ist für alle Beteiligten Fluch und Segen zugleich: Einerseits gibt die große Marktdurchdringung Microsoft selbst Anlass dafür, seine Funktionsumfänge für kollaboratives Zusammenarbeiten als Standard-Features stets zu erweitern. Andererseits führt genau das in Kombination mit mannigfaltigen Einsatzbereichen dazu, dass Unternehmen diese immer wieder aufs Neue an die Arbeitsbedürfnisse der Mitarbeiter anpassen müssen. Das Resultat: Niemand kann mehr sagen, wofür SharePoint eigentlich genutzt werden soll, um entsprechenden Mehrwert für den Anwender und Microsoft Business Partner zu schaffen. Und die Firmen kaufen sich mit den Funktionspaketen gleichzeitig hohe Anpassungsinvestitionen ein.

Genau hier setzt die SharePoint Anwenderstudie an. Sie soll Licht in die Anwendungsrealität von SharePoint bringen, und eine Faktenbasis sowie Mehrwert für Anwender sowie Microsoft Service und Business Partner schaffen.

Initiiert von der Hochschule der Medien (HdM) in Zusammenarbeit mit dem Portal Sharepoint360.de gibt sie konkrete Einblicke beispielsweise in das Hosting, den Projektbetrieb, die Entscheiderstrukturen, die mobile Nutzung, die Strategien, die genutzten Funktionsumfänge und auch die Hindernisse im Einsatz von SharePoint. Dazu wurden im Zeitraum von Dezember 2015 bis Januar 2016 über 300 Anwenderunternehmen und Dienstleister ausführlich in Online-Fragebögen interviewt.

Die Zielgruppe

IT-Entscheider, Marketing-Leiter, Leiter Projektmanagement, Community Manager, Leiter Unternehmenskommunikation, Leiter Social Media

Die Autoren

Prof. Dr. Arno Hitzges ist seit Mai 2011 als Professor für Content-Management-Systeme an der HdM tätig. Er war bis zu seinem Wechsel an die HdM in führenden Management-Positionen bei verschiedenen Microsoft Gold Partnern aktiv und begleitete mehr als 100 Projekte im Bereich Content Management. Er ist Mitveranstalter des Stuttgarter SharePointForums, der zentralen SharePoint-Anwenderkonferenz im süddeutschen Raum.

Prof. Dr. Thorsten Riemke-Gurzki ist Web- und Intranet-Pionier der ersten Stunde. Er ist Direktor des Global Institute for Digital Transformation und einer der bekanntesten Experten für das Thema Intranet in Deutschland. Er ist Autor und Mitautor einer Vielzahl von Publikationen im Themenfeld Electronic Business und Intranet. Er ist Mitveranstalter des Stuttgarter SharePointForums.

