

VORWORT

Im neuen Jahrtausend erobert die Einfachheit der Kommunikation den Markt – Unified Communications ist der Schlüssel dazu.

Die stille Revolution der Kommunikation

Seit den Anfängen der Technisierung wird uns immer wieder versprochen, dass durch die Nutzung von diesem Produkt oder jenem Gerät das Leben viel angenehmer und einfacher wird. In der Kommunikation ist das genauso, und gleichzeitig passiert hier im Moment eine noch recht stille Revolution. Bisher stellten die gesamten technischen Gerätschaften zur Kommunikation wie Telefon, Fax oder Bildtelefon immer eine maßgebliche Innovation dar – waren jedoch in ihrer Bedienbarkeit oftmals verbesserungswürdig. Dadurch, dass die breite Käuferschicht zunehmend keine Geräte mehr mit einer umständlichen und aufwändigen Bedienung und Erklärung akzeptiert, setzt sich das Einfache durch. Wir erleben diese Einfachheit beispielsweise im Bereich der Mobiltelefone, aber auch in anderen Segmenten ist sie sichtbar.

Blicken wir also auf die Kommunikation der Zukunft, so sehen wir das Internet, welches mittlerweile immer mehr die Basis vieler Innovationen darstellt. Mit dessen Einführung und seit dem Beginn der E-Mail-Kommunikation vor über 20 Jahren, findet die Informationsverteilung immer neue



„Das Treffen in virtuellen Räumen und das Arbeiten in verteilten Teams trägt ein riesiges Veränderungspotential in sich.“

Detlev Artelt,
Herausgeber der
Fachbuchreihe voice
compass

Wege und beschleunigt sich drastisch. Chat, Video und weitere Kanäle fanden ihre Nischen und Anwender. Gleichzeitig zog, nicht zuletzt durch die Initiative unserer Kanzlerin, bald eine DSL-Leitung in nahezu jedes Haus in Deutschland ein. Das Fundament ist somit vorhanden, doch die Entwicklung geht weiter. Bisher bietet jede Form der digitalen Kommunikation eine eigene und individuelle Benutzeroberfläche und der bedauernswerte, kommunikationswillige Nutzer wird von Fenstern und Anwendungen auf seinem PC geradezu erschlagen. Eine Vereinheitlichung all dieser Funktionen ist dringend notwendig und wird bereits von einigen Unternehmen in die Tat umgesetzt.

Das Zauberwort heißt Unified Communications (UC) und steht für die Vereinheitlichung der Kommunikation in Schrift, Ton und Bild. Mit nur einer einzigen Software auf einem PC oder einem Mobiltelefon lassen sich damit alle unterschiedlichen Wege der Kommunikation beschreiten. Diese Software zeigt zudem an, welcher Geschäftskollege oder Ansprechpartner aktuell verfügbar ist und wie er per Sprache, Bild oder Text erreichbar ist. Das spart viel Zeit, macht viele Anrufbeantworter überflüssig und beschleunigt die zwi-

schenmenschliche Kommunikation um ein Vielfaches.

Ein weiterer wichtiger Aspekt ist die freie Wahl des Arbeitsplatzes. Denn überall dort, wo es Internet gibt, ist man mit UC erreichbar und kann reden, schreiben oder sich per Video mit einem Team in einer Konferenz austauschen. Dies ermöglicht eine völlig neue Art des Arbeitens und des Lebens, denn durch diese Freiheit werden vielleicht die allmorgendlichen Staus geringer, die Autobahnen leerer und die Umwelt grüner. Das Treffen in virtuellen Räumen und das Arbeiten in verteilten Teams trägt ein riesiges Veränderungspotential in sich. So wird das Leben und Arbeiten enger miteinander verzahnt und die schönen Orte dieser Welt werden zu potenziellen Arbeitsplätzen. Solche modernen Kommunikationsformen werden bereits seit langem von Managern genutzt, die via Telepresence ihr weltweites Team koordinieren. Diese und weitere Vorteile werden aber mittlerweile auch im Privatleben genutzt, um Entfernungen zu überbrücken und beispielsweise mit den Verwandten am anderen Ende der Welt per Webkonferenz zu sprechen.

So erobert die Einfachheit der Kommunikation nicht nur das Geschäftsleben, sondern sogar private Haushalte – UC ist der Schlüssel dazu.



WIR EMPFEHLEN



Dr. Ralf Nikolai
Geschäftsführer der
Lindenbaum GmbH

SEITE 11

„Vermischen Sie alte mit neuen Kommunikationsformen und werden Sie schneller erfolgreich in Schrift, Bild und Ton.“

MEDIA PLANET

Für erfolgreiche und glückliche Leser

KOMMUNIKATION, ERSTE AUSGABE,
MÄRZ 2010

Print Director:

Christian Züllig

Editorial Manager:

Franziska Manske

Verantwortlich für den Inhalt dieser Ausgabe, Project Managerin:

Kerstin Wegner

Tel: +49 (0)30 8871129 41

Fax: +49 (0)30 8871129 37

E-Mail: kerstin.wegner@mediaplanet.com

Business Development:

Anna Penseler

Text: Hagen Hellwig, Ole Humrich, Michael Grindmayer

Layout: Ute Knappe

Vertriebspartner: Frankfurter Allgemeine

Print: Frankfurter Societäts-Druckerei GmbH

Das Ziel von Mediaplanet ist, unseren Lesern qualitativ hochwertige redaktionelle Inhalte zu liefern und sie zum Handeln zu motivieren. Dadurch bieten wir unseren Inserenten eine Plattform, um Kunden zu pflegen und neue zu gewinnen.
leserservice@mediaplanet.com