

Future of Work - Services and Solutions

Workplace Strategy Transformation Services

Eine Marktstudie, die die Stärken, Herausforderungen
und Alleinstellungsmerkmale der Anbieter vergleicht



Customized report courtesy of:



Zusammenfassung	03	Workplace Strategy	
Positionierung der Anbieter	08	Transformation	
Einführung		Services	16 - 22
Definition	11	Who Should Read This	17
Umfang des Berichts	13	Quadrant	18
Anbieterklassifizierungen	13	Definition & Eligibility Criteria	19
		Observations	20
		Provider Profiles	22
Anhang			
Methodik & Team	24		
Autoren- und Herausgeberbiografien	26		
Über unser Unternehmen und unseren Research	28		

Report autor: Jochen Steudle

Unternehmen in der Schweiz nutzen das Hybridmodell zur Produktivitätssteigerung

Angesichts der Programme zur Rückkehr ins Büro erkennen die meisten Unternehmen, dass sie die Zukunft ihrer Arbeits- und Arbeitsplatzumgebungen überarbeiten oder sogar neu überdenken müssen.

Wie sich bei der Analyse des Zustands der Arbeit und des Arbeitsplatzes nach der Pandemie gezeigt hat, erledigen die meisten Mitarbeiter einen Teil ihrer Arbeit aus der Ferne, und zwar insbesondere von zu Hause aus. Gegenwärtig setzen Unternehmen auf ein hybrides Arbeitsmodell, das es den Mitarbeitern ermöglicht, von zu Hause

und vom Büro aus zu arbeiten. Üblich sind Vereinbarungen über zwei bis drei Tage im Büro, manchmal wird das Remote Working aber auch flexibel an vier Tagen pro Woche gestattet; auch dauerhaftes Arbeiten von zu Hause wird in manchen Unternehmen ermöglicht.

Diese Massnahmen wurden im Rahmen der Pandemievorsorgeplanung ergriffen, um für künftige gesellschaftliche Veränderungen und Entwicklungen flexibel zu bleiben. In den letzten 12 bis 18 Monaten hat sich die Situation mit der zunehmenden Flexibilität des Arbeitsplatzes und einer sich wandelnden Belegschaft stark verbessert. Technologische Fortschritte helfen bei der Bewältigung des Fachkräftemangels. Der rasche technologische Wandel ermöglicht es den Unternehmen auch, flexible Arbeitsplatzangebote zu machen.

Der **Nutzer** steht im **Mittelpunkt** der Future of Work Services



Sie passen sich weiterhin an diese hybriden Arbeitsstandards an, und die Mitarbeiter entscheiden sich hauptsächlich dafür, vom Büro aus zu arbeiten, um persönliche Interaktionen und soziale Kontakte zu verbessern. Das hybride Arbeitsmodell weist jedoch sowohl Vor- als auch Nachteile auf. Hybride Arbeitsformen sind zwar die Norm, aber sie reduzieren den persönlichen Kontakt. Wer vom Ort seiner Wahl aus arbeitet, erledigt seine Arbeit Studien zufolge bequemer und produktiver, kämpft allerdings bei der Interaktion mit Kollegen und Partnern mit Herausforderungen; unter anderem sind Verhaltensänderungen während hybrider Interaktionen nötig, z.B. der aktiven Beteiligung von Mitarbeitern, die aus der Ferne an Sitzungen in einer zentralen Einrichtung teilnehmen. Andernfalls wird unter Umständen das Engagement der Mitarbeiter und letztlich die gesamte Mitarbeitererfahrung beeinträchtigt.

Auch wenn fortschrittliche Technologien wie 4G/5G-Netze, mobile Geräte und Anwendungen schon vor Jahren ein ortsunabhängiges Arbeiten ermöglichten, war vor dem Ausbruch der Pandemie im Jahr 2020 das traditionelle Arbeiten im Büro die Norm.

Während der Pandemie setzte sich jedoch ein Fernarbeitsmodell durch, und derzeit gewinnt die hybride Arbeitsweise an Zugkraft. Diese Veränderungen konfrontieren die Mitarbeiter mit Problemen wie Burnout und einer spürbaren Verringerung der Work-Life-Balance.

Um Talente anzuwerben und zu halten, haben Unternehmen sich daran gemacht, flexible und kollaborative Arbeitsumgebungen zu schaffen, in denen das Wohlbefinden und die Erfahrung der Mitarbeiter im Vordergrund stehen.

Derzeit findet der demografische Wandel in der Arbeitswelt hin zur Generation Z (geboren in den späten 1990er und frühen 2000er Jahren) statt. Diese Talente stehen entweder kurz vor dem Eintritt in das Berufsleben oder haben ihn bereits hinter sich. Die Zahl der Mitarbeitenden aus dieser Generation wird zunehmen, und sie haben andere Anforderungen an den Arbeitsplatz. Die Generation Z ist bereits mit den sozialen Medien und der virtuellen Welt vertraut, bevor sie überhaupt ins Berufsleben eintritt.

Fernarbeit ist für die meisten Menschen dieser Generation kein Thema. Aufgrund ihrer Fähigkeit, generell soziale Kontakte zu knüpfen, haben diese Jahrgänge eine andere Vorstellung vom Arbeitsumfeld. Vorteile wie ein „Obstkorb im Büro“ oder „flexible Arbeitszeiten und mobiles Arbeiten“, die in einer Stellenanzeige aufgeführt sind, werden von so manchen nicht mehr als zusätzlicher Vorteil

angesehen, sondern sind auf dem heutigen Arbeitsmarkt ein Standard. Diese Generation kann von überall aus nahtlos und ohne Einschränkungen arbeiten. Um Menschen aus dieser Gruppe der „Digital Natives“ anzuziehen, sollte man sich daher auf die Verbesserung des Arbeitsumfelds fokussieren und Vorteile bieten, die an keinem anderen Standort verfügbar sind. Der moderne hybride Arbeitsplatz soll den Mitarbeitern die Flexibilität bieten, von ihrem gewünschten Standort aus arbeiten zu können. Unternehmen müssen zudem für ein Büroumfeld sorgen, in dem die Mitarbeiter produktiver sind als an jedem anderen Ort. Der heutige Arbeitsplatz sollte jedoch auch den Anforderungen und Bedürfnissen früherer Generationen in Bezug auf traditionelle Büroumgebungen entsprechen und die Flexibilität bieten, an die sie sich während der Pandemie gewöhnt haben.



Placing the User at the Centre

A transformation is underway in the workplace. Where once the experience was organised around internal needs, now the user is being placed at the centre of workplace design.



Source: ISG 2022

Durch die Evaluierung dieser verschiedenen Parameter sowie der Anforderungen, Erwartungen und Bedürfnisse der Mitarbeitenden können Unternehmen Klarheit schaffen und die Anforderungen an ein hybrides Arbeitsmodell besser erfüllen. Das kann erheblichen Verhaltensänderungen bei verschiedenen Gruppen der Belegschaft nach sich ziehen; ganz sicher können Unternehmen nicht länger auf einen standardisierten Arbeitsplatz nach dem Motto „einer für alle“ setzen.

Der neue Arbeitsplatz muss von mehreren Interessengruppen, einschliesslich der Belegschaft, gemeinsam geschaffen werden. Bei der Definition des Arbeitsplatzes sollten die Anforderungen der Nutzer im Fokus stehen – der Nutzer muss im Wesentlichen in den Mittelpunkt des Denkens gerückt werden.

Bei der derzeitigen Transformation des Arbeitsplatzes hilft ein exploratives Denken; es geht dabei nicht nur um die Bereitstellung neuer Technologien, sondern auch um die Auswirkungen auf die gesamte Organisation. Es wird empfohlen, alle Teile der Organisation in die Gestaltung, Erprobung und Überarbeitung des Verhaltensmodells einzubeziehen; das kann sicherstellen, dass hybride Arbeitsplätze sowohl für Arbeitnehmer als auch für Arbeitgeber Vorteile bieten. Bei diesem weiterhin kontinuierlich ablaufenden Prozess wird es auch um eine Neukonzeption der Arbeit und der Arbeitsräumlichkeiten gehen, bei der der Mensch im Mittelpunkt steht; dabei bestehen physische und digitale Arbeitsplätze nebeneinander.

Daher stehen die IT- und Arbeitsplatzverantwortlichen derzeit an vorderster Front der Transformation,

denn es wird immer mehr Wert auf Mitarbeiterbindung, technikaffine Arbeitskräfte, Nachhaltigkeit, Telearbeit und Hybridarbeit gelegt. Von der Unternehmens-IT, die traditionell als reaktiv und problemlösend galt, wird erwartet, dass sie diesen Anforderungen gerecht wird, und zwar indem sie eine bedeutende und entscheidende Rolle bei der Neudefinition der Geschäfts- und Betriebsmodelle von Unternehmen in der Schweiz spielt.

Die Anbieter in der Region müssen sich auf diesen Trend einstellen und Dienste offerieren, die den Anforderungen entsprechen.

Anbieter von:

- **Workplace Strategy Transformation Services** müssen ihre Kunden auf ihrer Transformationsreise unterstützen, sie also in Bezug auf

die Mitarbeitererfahrung beraten und ihnen im Hinblick auf den hybriden Arbeitsplatz wegweisend zur Seite stehen.

- **Managed Workplace Services – End-User Technology** müssen eine massgeschneiderte hybride Arbeitsplatzumgebung aufbauen und bereitstellen und die Nachfrage und Anforderungen der verschiedenen Mitarbeiter erfüllen; dazu stellen sie ihnen die richtigen Tools und Technologien zur Verfügung, um eine höhere Produktivität zu erreichen.
- **Digital Service Desk & Workplace Support Services** müssen Supportleistungen für eine diverse Belegschaft bereitstellen. Sie sollten sich insbesondere darum kümmern, verschiedene Kanäle hinsichtlich der Erfahrungen der Mitarbeiter zu berücksichtigen, die Erwartungen



der Belegschaft zu erfüllen und die Produktivität der Mitarbeiter zu steigern.

Im Zuge der Transformation haben Kunden breiter gefächerte Anforderungen, und damit hat sich auch der Einsatz von traditionellen Technologien für den digitalen Arbeitsplatz erweitert. Auch die Interaktion mit den Fachabteilungen hat zugenommen.

Wie ISG festgestellt hat, ist der Markt für Transaktionen, die sich ausschliesslich auf Technologie oder End-User Computing fokussieren, entsprechend rückläufig; Unternehmen integrieren zunehmend Initiativen für hybride Arbeitsplätze in den Rahmen ihrer Gesamtorganisation und der digitalen Transformation.

Dies bedeutet allerdings nicht, dass keine traditionellen, technologieorientierten Dienstleistungen mehr nachgefragt werden. Sie müssen

in Transformationsinitiativen integriert werden, wobei der Schwerpunkt stärker auf die Outcomes gelegt werden sollte, unter anderem die Mitarbeitererfahrung und die Mitarbeiterbindung.

Im Zuge von Initiativen für die Zukunft der Beschäftigung zeichnen sich unter anderem folgende Trends ab:

- Unternehmen bitten um Unterstützung bei der Entwicklung ihrer Pläne für den Wandel am Arbeitsplatz. Unabhängig davon, ob ein Mitarbeiter remote oder im Büro arbeitet, soll eine Erfahrung geschaffen werden, die dem sich ändernden Mitarbeiter- bzw. Anwenderprofil entspricht.
- Um die hybriden Arbeitskräfte zu unterstützen, investieren IT-Leiter und Arbeitsplatz-Verantwortliche in strategische Technologien, was dazu beiträgt, die Mitarbeitererfahrung zu verbessern und zu messen,

während die Mitarbeiter von einem beliebigen Ort ihrer Wahl aus arbeiten können. Unternehmen legen Wert auf die Nutzung von Endanwendertechnologien wie Mobiltelefonen, PCs, Konferenzraumausstattung, Digital Signage, Druckern und anderen Geräten im digitalen Arbeitsbereich sowie auf den erweiterten Einsatz von automatisierungsfähiger Unterstützung.

- Seit der Pandemie haben das Wohlbefinden der und Empathie für die Mitarbeiter höchste Priorität. Im hybriden Arbeitsszenario ist es unerlässlich, sich aktiv mit digitalem Burnout und unzureichender Work-Life-Balance auseinanderzusetzen.
- Die Arbeitserfahrung in einer Büroumgebung muss geändert werden, wenn die Mitarbeiter nur ein paar Tage pro Woche vom Büro aus arbeiten. Intelligente, technologiegestützte

Arbeitsplätze verbessern die Erfahrung auf Grundlage des spezifischen Arbeitszwecks und der individuellen Bedürfnisse der Mitarbeiter.

- „Early Adopters“ erforschen inzwischen Technologien wie erweiterte und virtuelle Realitäten (AR/VR) und das Metaverse. Die ersten Anwendungsfälle sind Schulungen und Onboarding.

Diese Trends haben den Funktionsumfang traditioneller digitaler Arbeitsplatztechnologien erweitert.

Eine Strategie für die Zukunft der Arbeit fokussiert sich auf die Erfahrungen und das Wohlbefinden der Mitarbeiter.



Positionierung der Anbieter

Page 1 of 3

	Workplace Strategy Transformation Services	Managed Workplace Services - End User Technology	Digital Service Desk and Workplace Support Services
Accenture	Leader	Leader	Leader
adesso Schweiz AG	Product Challenger	Not In	Not In
Atos	Contender	Market Challenger	Market Challenger
Aveniq	Not In	Leader	Leader
Bechtle	Product Challenger	Leader	Leader
Capgemini	Leader	Product Challenger	Product Challenger
Cognizant	Contender	Contender	Contender
Deutsche Telekom	Market Challenger	Market Challenger	Market Challenger
DXC Technology	Market Challenger	Market Challenger	Market Challenger
ELCA	Leader	Leader	Leader




Positionierung der Anbieter

Page 2 of 3

	Workplace Strategy Transformation Services	Managed Workplace Services - End User Technology	Digital Service Desk and Workplace Support Services
EveryWare	Not In	Contender	Contender
Fujitsu	Leader	Product Challenger	Product Challenger
Getronics	Not In	Product Challenger	Contender
HCL	Market Challenger	Product Challenger	Product Challenger
Hexaware	Not In	Contender	Contender
Infosys	Product Challenger	Product Challenger	Product Challenger
isolutions AG	Product Challenger	Not In	Not In
ITConcepts Schweiz	Product Challenger	Not In	Not In
JMC Software AG	Product Challenger	Not In	Not In
Kyndryl	Not In	Market Challenger	Market Challenger



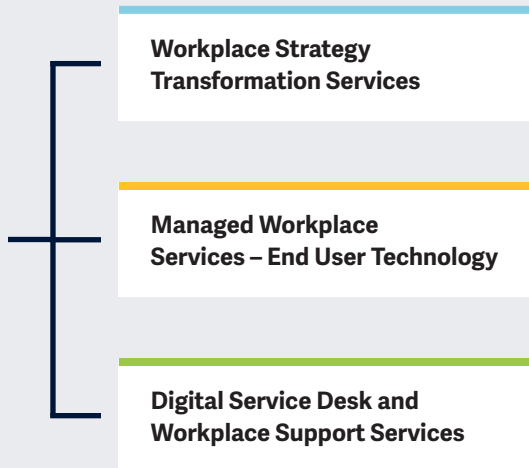
 Positionierung der Anbieter

	Workplace Strategy Transformation Services	Managed Workplace Services - End User Technology	Digital Service Desk and Workplace Support Services
NTT DATA	Contender	Market Challenger	Market Challenger
Orange Business Services	Contender	Contender	Contender
Swisscom	Leader	Leader	Leader
TCS	Product Challenger	Product Challenger	Product Challenger
Tech Mahindra	Market Challenger	Product Challenger	Product Challenger
Unisys	Leader	Leader	Leader
Wipro	Product Challenger	Leader	Leader



Diese Studie fokussiert sich auf das, was ISG im Jahr 2022 für den Bereich **Future of Work – Services and Solutions** als besonders wichtig erachtet.

Simplified Illustration Source: ISG 2022



Definition

Nach zwei turbulenten, von der Pandemie geprägten Jahren ist für Unternehmen weltweit klar ersichtlich, dass die alten Arbeitsweisen nicht wiederkehren werden und die Zukunft der Arbeit hybrid ist. Die hybride Zukunft der Arbeit, wie sie von ISG definiert wurde, ist durch drei Arten von Arbeitsplätzen gekennzeichnet (Abbildung 1): den digitalen Arbeitsplatz, der die zugrundeliegende Technologie beinhaltet; den physischen Arbeitsplatz, der den Ort der Arbeit definiert, der sowohl im Büro als auch an einem entfernten Standort sein kann; und den menschlichen Arbeitsplatz, der die Methoden, Prozesse und kulturellen Aspekte beschreibt. Diese Zukunft der Arbeit betrachtet Technologie nicht in Silos. Arbeitsplatztechnologien halten zunehmend Einzug in die Fachbereiche, und es zeigt sich, dass die Kundenerfahrung (Customer

Experience, CX) und die quantifizierte Mitarbeitererfahrung (Employee Experience, EX) miteinander zusammenhängen.

Der anhaltende Fachkräftemangel und die „Great Resignation“, die freiwillige Kündigung von Mitarbeitern, zwingen Unternehmen dazu, ein motivierendes, ansprechendes und vor allem empathisches Arbeitsumfeld zu schaffen, um ihre Mitarbeiter zu halten. Ein solches Arbeitsumfeld, das ansprechend, technologisch fortschrittlich und eng mit den Geschäftsanforderungen verknüpft ist, wird zudem dabei helfen, neue Talente zu gewinnen. Ein modernes Arbeitsumfeld ist heute weder mit einem physischen Ort (Arbeitsplatz) noch mit einer einzigen digitalen Einheit (Arbeitsbereich) verbunden – es ist vielmehr ein ständig verfügbares, integriertes und mit mehreren „Räumen“ verbundenes Umfeld, auf das von jedem Ort aus, zu jeder Zeit und über jedes Netz zugegriffen werden



Figure 1: ISG Future Workplace Framework



Source: ISG 2022

kann. Aufkommende und neueste technologische Entwicklungen wie das Metaverse beeinflussen diesen Trend auf ihre ganz eigene Weise.

Die moderne Auffassung von Arbeit und Arbeitsplatz wird auch die Erwartungen der Unternehmen an Dienstleister und Anbieter von Softwarelösungen beeinflussen und verändern. Angefangen bei der Beratung benötigen Unternehmen fachkundige Hilfe bei der Definition und strategischen Ausrichtung ihrer Initiativen zur Arbeitsplatztransformation hinsichtlich ihrer EX-Initiativen (Employee Experience) mit CX-Zielen (Customer Experience). Eine Kombination aus Mitarbeitern, die remote und im Büro arbeiten, würde die robuste und ununterbrochene Nutzung von Technologien verbessern, um so eine nahtlose Erfahrung für die Endnutzer zu gewährleisten und gleichzeitig eine hohe Sicherheit zu garantieren. Die Kunden

erwarten von ihren Service-Desk- und Workplace-Support-Dienstleistern auch ein höheres Mass an Automatisierung und Analytik, um die Zufriedenheit ihrer Mitarbeiter gewährleisten zu können. Immer mehr Unternehmen betrachten die Verbesserung der Mitarbeitererfahrung als vorrangiges Ziel. Dies wird von Managed Service Providern erwartet, und es werden entsprechende Anforderungen in Form von messbaren Experience Level Agreements (XLAs) gestellt.

Aus Sicht der Anbieter von Softwarelösungen geht es immer mehr um den Aufbau einer allumfassenden Unified-Communication-Collaboration-Umgebung mit besonderem Augenmerk auf die Einbindung und Produktivität der Mitarbeiter. Geräte stellen nach wie vor den ersten Einstiegspunkt und den Kern der Technologieerfahrung der Mitarbeiter am Arbeitsplatz dar, und so werden Unternehmen Softwarelösungen, die eine



Vielzahl von Geräten einheitlich und mit dem gewünschten Sicherheitsniveau verwalten können, ebenfalls auf dem Radar haben.

Die ISG Provider Lens™ Future of Work Studie 2022 bewertet Managed Service Provider und Anbieter, die die genannten Dienstleistungs- und Lösungsbereiche abdecken.

Umfang des Berichts

Diese ISG Provider Lens™ Quadrantenstudie betrachtet die folgenden 3 Quadranten: Workplace Strategy Transformation Services, Managed Workplace Services – End-User Technology sowie Digital Service Desk & Workplace Support Services.

Die ISG Provider Lens™ Studie bietet IT-Entscheidern folgende Vorteile:

- Transparente Darstellung der Stärken und Schwächen relevanter Anbieter

- Eine differenzierte Positionierung der Anbieter nach Segmenten
- Fokus auf den regionalen Markt

Die Studie bietet somit eine wesentliche Entscheidungsgrundlage für Positionierungs-, Beziehungs- und Go-to-Market-Überlegungen. ISG Advisors und Unternehmenskunden nutzen Informationen aus diesen Reports auch zur Evaluierung ihrer derzeitigen sowie potenzieller neuer Anbieterbeziehungen.

Anbieterklassifizierungen

Die Anbieterpositionierung spiegelt die Eignung der betreffenden IT Provider für ein definiertes Marktsegment (Quadrant) wider. Falls nicht anderweitig angegeben, gilt die Positionierung für alle Unternehmensgrößenklassen und Branchen. Unterscheiden sich die IT-Serviceanforderungen von Grossunternehmen und Mittelständlern

und ist das Spektrum der auf dem lokalen Markt tätigen IT-Anbieter ausreichend gross, erfolgt eine weitere Differenzierung der IT-Anbieter nach Leistungen entsprechend der Zielgruppe für Produkte und Dienstleistungen. Dabei werden entweder Branchenanforderungen oder die Mitarbeiterzahl sowie die Unternehmensstrukturen der Kunden berücksichtigt und die IT-Anbieter entsprechend ihrem Schwerpunkt positioniert. Im Ergebnis wird gegebenenfalls zwischen zwei Kundengruppen unterschieden, die wie folgt definiert werden:

Midmarket: Unternehmen mit 100 bis 4.999 Mitarbeitern bzw. einem Umsatz zwischen 20 und 999 Millionen USD, zentraler Hauptsitz im jeweiligen Land, meistens in Privatbesitz.

Large Accounts: Multinationale Unternehmen mit mehr als 5.000

Mitarbeitern bzw. einem Umsatz von über 1 Milliarde US-Dollar, mit weltweiten Aktivitäten und global verteilten Entscheidungsstrukturen.

Die ISG Provider Lens™ Quadranten werden auf Basis einer Bewertungsmatrix erstellt und enthalten vier Felder, in die die Anbieter eingeteilt werden: Leader, Product & Market Challenger und Contender. Jeder Quadrant einer ISG Provider Lens™ Studie kann auch einen Anbieter beinhalten, der nach Meinung von ISG grosses Potential hat, eine Leader-Position zu erreichen. Solche Anbieter können als Rising Stars eingestuft werden.

Anzahl Anbieter pro Quadrant:

ISG bewertet und positioniert die wichtigsten Anbieter entsprechend dem Betrachtungsumfang der jeweiligen Studie; die Anzahl der pro Quadrant positionierten Anbieter ist auf 25 begrenzt (Ausnahmen sind möglich).



 **Anbieterklassifizierungen: Quadrantenordnung****Product Challenger:**

Die Product Challenger decken mit ihren Produkten und Services die Anforderungen der Unternehmen überdurchschnittlich gut ab, können aber in den verschiedenen Kategorien der Marktbearbeitung nicht die gleichen Ressourcen und Stärken vorweisen wie die als Leader positionierten Anbieter. Häufig liegt dies in der Größe des Anbieters oder dem schwachen „Footprint“ im jeweiligen Zielsegment begründet.

Contender:

Unternehmen, die als Contender positioniert sind, mangelt es bisher noch an ausgereiften Produkten und Services bzw. einer ausreichenden Tiefe und Breite des Offerings. Anbieter in diesem Bereich sind häufig auch Generalisten oder auch Nischenanbieter.

Leader:

Die als Leader eingeordneten Anbieter verfügen über ein hoch attraktives Produkt- und Serviceangebot sowie eine ausgeprägt starke Markt- und Wettbewerbsposition und erfüllen daher alle Voraussetzungen für eine erfolgreiche Marktbearbeitung. Sie sind als strategische Taktgeber und Meinungsführer anzusehen. Darüber hinaus sind sie ein Garant für Innovationskraft und Stabilität.

Market Challenger:

Market Challenger verfügen naturgemäß über eine hohe Wettbewerbsstärke, haben allerdings auf der Portfolio Seite noch ausgeprägtes Verbesserungspotenzial und liegen hier klar hinter den Unternehmen, die als „Leader“ positioniert sind. Häufig sind es etablierte Anbieter, die Trends aufgrund ihrer Größe und der damit einhergehenden Unternehmensstruktur nicht schnell genug aufgreifen und in puncto Portfolioattraktivität deshalb Optimierungspotentiale vorweisen.



Anbieterklassifizierungen: Kategorien

★ Rising Stars

Ein solches Unternehmen kann zum Zeitpunkt der Auszeichnung ein vielversprechendes Portfolio bzw. die erforderliche Markterfahrung inkl. der notwendigen Roadmap mit adäquater Ausrichtung an den wichtigen Markttrends bzw. Kundenanforderungen vorweisen. Zudem verfügt das Unternehmen über ein ausgezeichnetes Management mit Verständnis für den lokalen Markt. Dieses Prädikat erhalten daher nur Anbieter oder Dienstleister, die in den letzten zwölf Monaten extreme Fortschritte hinsichtlich der gesteckten Zielerreichung verzeichnet haben und dank ihres überdurchschnittlichen Impacts und ihrer Innovationskraft auf dem besten Weg sind, innerhalb von 12-24 Monaten zu den Top-Anbietern zu gehören.

Not in

Diese Anbieter konnten aus einem oder mehreren Gründen nicht in den jeweiligen Quadranten positioniert werden: ISG konnte nicht genug Informationen für eine Positionierung einholen, das Unternehmen bietet nicht die entsprechend relevanten Services bzw. Lösungen, die für die einzelnen Quadranten definiert wurden, oder das Unternehmen konnte aufgrund seines Marktanteils, der Leistungsfähigkeit, der Kundenzahl oder anderer Größenmetriken mit den anderen Mitbewerbern im jeweiligen Quadranten nicht direkt verglichen werden. Eine „Nicht-Aufnahme“ bedeutet weder, dass der Anbieter diese Leistungen oder Lösungen nicht bereitstellt noch soll damit etwas anderes ausgesagt werden.





Workplace Strategy Transformation Services

Wer sollte dieses Kapitel lesen?

Dieser Bericht ist für Unternehmen aller Branchen der Schweiz relevant, um Anbieter von Workplace Strategy Transformation Services zu bewerten.

Im Rahmen dieses Quadranten wird die aktuelle Marktpositionierung von Anbietern von Workplace Strategy Transformation Services in der Schweiz dargelegt und auch aufgezeigt, wie die einzelnen Anbieter die wichtigen Herausforderungen in dieser Region angehen.

Unternehmen in der Schweiz sind dabei, ihre Geschäfte umzustrukturieren. Das hybride Arbeitsmodell gewinnt in dieser post-pandemischen Ära an Zugkraft; das stellt Unternehmen vor Herausforderungen in Bezug auf die Zusammenarbeit und Kommunikation im Team und die Gewährleistung des Wohlbefindens der Mitarbeiter. Weitere wichtige Anliegen sind die Bindung qualifizierter Arbeitskräfte,

die Sicherstellung einer verbesserten Produktivität, die Aufrechterhaltung der Unternehmenskultur und die Verringerung des CO₂-Fußabdrucks. Diese Herausforderungen haben Unternehmen dazu veranlasst, beratungsgestützte Arbeitsplatzstrategien einzuführen, um die Zukunft ihrer Arbeitsplätze effizient zu gestalten.

Die in der Schweiz ansässigen Unternehmen wünschen sich flexible Arbeitsplätze, die ihre betriebliche Effizienz verbessern; der Schwerpunkt liegt dabei auf einer höheren Mitarbeiterzufriedenheit und Produktivität. Vereinfachte Technologiewerkzeuge und -lösungen, kontinuierliche technologische Verbesserungen und die Einführung virtueller Arbeitsinfrastrukturen sind einige der wichtigsten Schwerpunktbereiche. Es gilt, Strategien für den digitalen Arbeitsplatz umzusetzen und sichere Arbeitsplätze zu schaffen, um neue Talente anzuziehen und die Kommunikation und Zusammenarbeit zu erleichtern.



Technologie-Experten, u.a. Verantwortliche für Infrastruktur, IT und Workplace-Technologie, werden mit diesem Bericht über die relative Positionierung und die Fähigkeiten von Dienstleistern informiert, so dass sie Workplace Services entsprechend planen und auswählen können. Der Bericht zeigt zudem auf, wie technische und Integrationsfähigkeiten eines Dienstleisters im Vergleich zum Wettbewerb dastehen.



Digital-Experten, u.a. Verantwortliche für die digitale Transformation und das Facility Management, hilft dieser Bericht zu verstehen, wie die Anbieter von Workplace Strategy Transformation Services zu ihren digitalen Transformations-Initiativen passen und im Vergleich zum Wettbewerb dastehen.

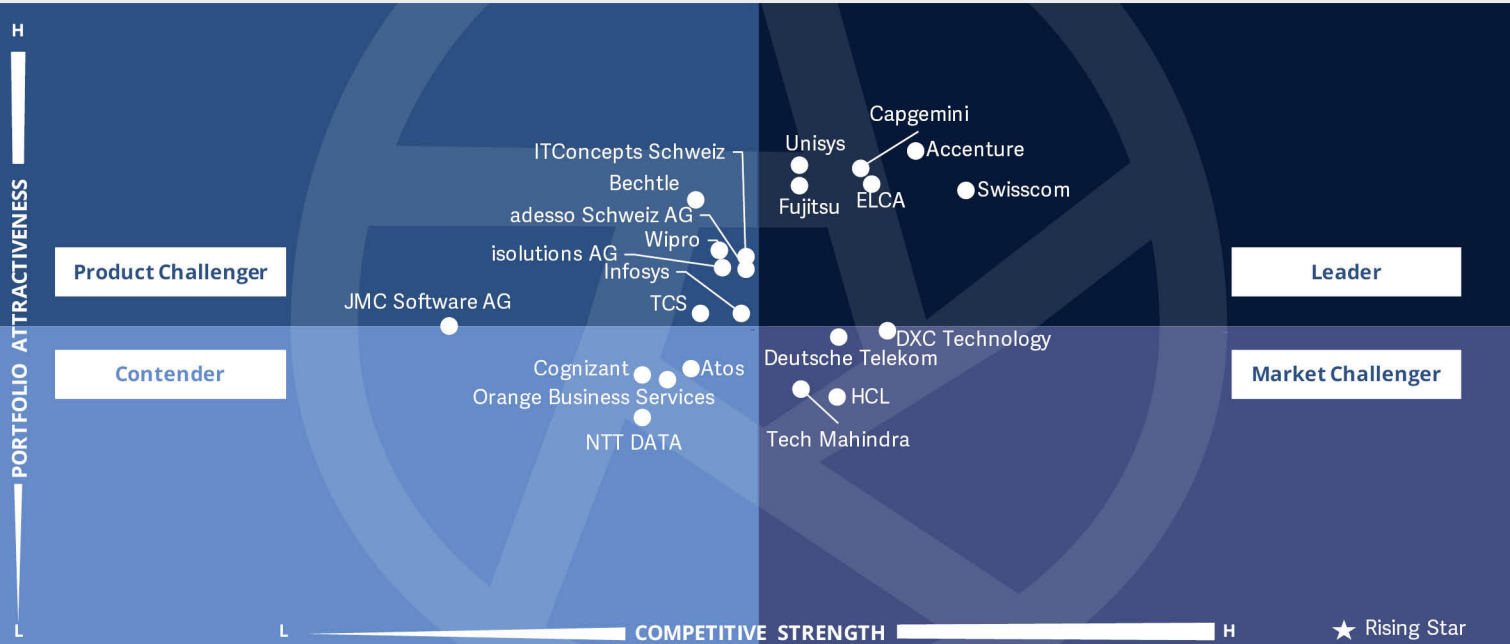


Beschaffungs-Experten, u.a. aus den Bereichen Sourcing und Vendor Management, sollten diesen Bericht lesen, um ein besseres Verständnis der aktuellen Landschaft der Workplace Strategy Transformation Service Provider in der Schweiz zu entwickeln.



Cybersecurity-Experten erfahren, wie Dienstleister die erheblichen Compliance- und Sicherheitsanforderungen adressieren und gleichzeitig eine nahtlose Erfahrung der außer Haus tätigen Mitarbeiter gewährleisten.





Dieser Quadrant bewertet Workplace Consulting Services Anbieter, die Unternehmen bei der **Konzeption und Umsetzung** von Infrastrukturen und Diensten für den digitalen Arbeitsplatz unterstützen und Anwendern moderne, **hybride Arbeitsplatzumgebungen** zur Verfügung stellen, **bei denen die Mitarbeitererfahrung im Mittelpunkt steht.**

Jochen Steudle



Definition

Im Rahmen dieses Quadranten werden Dienstleister bewertet, die transformationsorientierte Beratung zum Thema Zukunft der Arbeit anbieten. Sie helfen bei der Ausarbeitung einer Arbeitsplatzstrategie, entwerfen die Arbeitsplatzarchitektur für die Zeit nach der Pandemie und leisten Unterstützung bei der Erstellung von Roadmaps für die erforderliche Transformation. Diese Services sind wesentlicher Bestandteil des Digital Workplace Angebotes und werden unabhängig von den entsprechenden Managed Services bereitgestellt. Diese Anbieter unterstützen Kunden auch bei der Transformation ihrer Geschäfts- und Betriebsmodelle und ermöglichen die gewünschten organisatorischen Veränderungen.

Zulassungskriterien

1. Anbieterneutraler Ansatz für die **Transformationsberatung** und Workplace Assessment Services. Ein vorhandenes Angebot an damit zusammenhängenden Managed Services bzw. **Implementierungs-/ Integrationsdiensten** kann einen Mehrwert darstellen, ist aber keine Voraussetzung für die Aufnahme in diese Bewertung.
2. Die Anbieter sollten in der Lage sein, die zukünftige **Arbeitsumgebung ihrer Kunden zu definieren** und zu visualisieren, und zwar in Bereichen wie hybrides Arbeiten unter Einbeziehung von Aspekten wie Fern- und Innendienstmitarbeitern, Überisierung der Belegschaft, innovative Talentmodelle, kulturelle Anpassung, Mitarbeiterereinbindung, Produktivität, Veränderung der Kundenerfahrung (CX), Verknüpfung von CX und Mitarbeitererfahrung (EX) sowie Verbesserung der Endnutzenerfahrung.
3. Unterstützung der **Einführung von Technologien** und organisatorischem Veränderungs-/ Verhaltensmanagement im Rahmen des Beratungsangebots
4. Lösungsangebot für **Mitarbeiter** r-empathie und -wohlbefinden.



Beobachtungen

Anbieter von Workplace Strategy Transformation Services entwickeln und verbessern ihre Beratungskompetenzen kontinuierlich, um ihre Position in diesem Quadranten zu stärken. Er betrachtet spezifische Elemente, durch die die Dienstleister hybrides Arbeiten ermöglichen und wodurch die Kunden bei der Anpassung an das hybride Arbeitsmodell und der Verbesserung der Mitarbeitererfahrung unterstützt werden.

Als Contender positionierte Anbieter verfügen über starke Leistungen zur Implementierung von Services. Ihr Fokus liegt auf der Weiterentwicklung ihres Portfolios; sie präsentieren zudem eine ausreichende Anzahl von Referenzfällen, um als strategische Partner für das zukünftige Arbeitsmodell der Unternehmen in der Schweiz wahrgenommen zu werden.

Die Product Challenger verfügen über starke Kompetenzen in den Bereichen Beratung, Benchmarking und outcome-orientierte Dienstleistungen. Allerdings fehlt es ihnen an einer ausreichenden Zahl von Kunden für ihre Strategiedienstleistungen.

Die Market Challenger in diesem Segment sind gut positioniert, um Dienstleistungen im Bereich der Arbeitsplatzstrategie anzubieten, müssen ihre Angebote aber weiterentwickeln, um den Veränderungen nach der Pandemie des zukünftigen Arbeitsmodells ihrer Kunden gerecht werden zu können.

Von den über 100 Unternehmen, die für diese Studie bewertet wurden, haben sich 23 für diesen Quadranten qualifiziert; sechs dieser Anbieter wurden als Leader positioniert.

accenture

Accenture bietet Geschäftsstrategie- und Strategieberatungsdienste an, die sich insbesondere auf die Kunden- und Mitarbeitererfahrung fokussieren. Mit dem auf die Zukunft der Arbeit ausgerichteten Ansatz sollen Klienten schnell von den Vorteilen profitieren können.

Capgemini

Capgemini fokussiert sich auf Transformations- und Gamification-Techniken und genießt eine starke Marktpräsenz. Hinzu kommen kontinuierliche Verbesserungen auf Basis einer detaillierten analytischen Grundlage; so unterstützt der Anbieter seine Kunden bei der Transformation zu modernen Arbeitsplätzen und stärkt seine Position auf dem Markt.

DXC Technology

DXC Technology ist ein weltweit anerkanntes Unternehmen und bietet einen Design-Thinking-Ansatz für Arbeitsplatzstrategien und -transformationen. Mit dem datengesteuerten Ansatz und dem analytischen und designorientierten Denken wird Kunden eine klar definierte Strategie für die digitale Transformation offeriert.

ELCA

ELCA unterstützt Kunden in der Schweiz bei der digitalen Transformation mit Beratungsleistungen zur Architektur, Migration und Sicherheit. Mit 50 Jahren Erfahrung in diesem Bereich, einem DevOps-Ansatz und der Nähe zu seinen Kunden hat sich das Unternehmen zu einem etablierten Anbieter in der Region entwickelt.



Fujitsu

Fujitsu's Journey Builder und Result Chain bieten kundenorientierte Strategieberatungsservices. Diese Dienstleistungen unterstützen die Kunden während des gesamten Transformationsprozesses, von der Konzeption und Planung bis hin zur erfolgreichen Umsetzung.

Swisscom

Swisscom unterstützt Kunden auf dem Weg zum digitalen und hybriden Arbeiten, von der Konzeption bis hin zur Umsetzung, unter anderem der Anpassung an den kulturellen Wandel. Der Anbieter verfolgt einen ganzheitlichen Transformationsansatz und gibt konkrete Empfehlungen für die neue Art des Arbeitens.

UNISYS

Unisys' nutzerzentrierte Beratungsleistungen und der Design Thinking-Ansatz unterstützen Kunden bei der Transformation des modernen Arbeitsplatzes. Der Anbieter konzentriert sich auf die Gleichstellung am Arbeitsplatz und offeriert Business Consulting und Technologieberatung für das organisatorische Änderungsmanagement, so dass die Anwender unabhängig vom Arbeitsort voll eingebunden sind.



JMC Software AG

Überblick

JMC Software unterstützt Kunden in der Schweiz auf Basis eines agilen Ansatzes für die digitale Transformation des Arbeitsplatzes.

Stärken

Ganzheitlicher Ansatz: Die Umgestaltung der IT-Organisation ist eine Herausforderung. JMC Software stimmt auf Basis eines agilen Ansatzes die Perspektive der Workplace IT auf das ganzheitliche IT-Modell ab – vom Arbeitsplatz bis zum Rechenzentrum.

Lokale Präsenz: JMC Software ist ein etablierter Anbieter im Schweizer Markt – was sich unter anderem auch im Betrieb von 3 Rechenzentren in der Schweiz (Rümlang, Zürich, Rotkreuz) zeigt.

Erfahrene Mitarbeiter: Die Berater von JMC Software helfen ihren Kunden, den Arbeitsplatz mit modernsten Technologien neu zu gestalten und Lösungen für die Produktivität und Zusammenarbeit am Arbeitsplatz optimal zu nutzen.

Herausforderungen

Das Portfolio von JMC für die Zukunft der Arbeit umfasst in erster Linie virtuelle Workplace Services. Um seine Position weiter zu stärken und mehr Kunden zu gewinnen, die sich eine breite Palette von Services wünschen, muss der Anbieter sein Arbeitsplatzportfolio entsprechend erweitern.



Anhang

Die Marktforschungsstudie „ISG Provider Lens™ 2022 – Future of Work - Services and Solutions“ analysiert die entsprechenden Softwareanbieter/ Dienstleister im deutschen Markt auf Basis eines mehrstufigen Marktforschungs- und Analyseprozesses und positioniert diese Anbieter auf Basis der ISG Research-Methodik.

Lead Author:

Jochen Steudle

Editor:

Maria Muller

Research Analyst:

Sonam Chawla

Data Analyst:

Anirban Choudhury

Project Manager:

Ridam Bhattacharjee

Information Services Group übernimmt die alleinige Verantwortung für diesen Bericht. Soweit nicht anders angegeben, wurden sämtliche Inhalte, u.a. Abbildungen, Marktforschungsdaten, Schlussfolgerungen, Aussagen und Stellungnahmen im Rahmen dieses Berichtes von Information Services Group, Inc. entwickelt und sind Alleineigentum von Information Services Group Inc.

Die in diesem Bericht vorgestellten Marktforschungs- und Analysedaten umfassen Research-Informationen aus dem ISG Provider Lens™ Programm sowie aus kontinuierlich laufenden ISG Research-Programmen, Gesprächen mit

ISG-Advisors, Briefings mit Dienstleistern und Analysen von öffentlich verfügbaren Marktinformationen aus unterschiedlichen Quellen. Die für diesen Bericht erhobenen Daten und Informationen, entsprechen nach Ansicht von ISG sowohl für Anbieter, die aktiv

teilgenommen haben, als auch für Anbieter, die nicht teilgenommen haben, dem aktuellen Stand vom September 2022. Zwischenzeitliche Fusionen und Akquisitionen und die damit zusammenhängenden Veränderungen sind in diesem Bericht nicht berücksichtigt.

Falls nicht anders angegeben, sind alle Umsätze in US-Dollar (USD) angegeben.



Dabei wurde die Studie in folgende Schritte gegliedert:

1. Definition des Marktes für Future of Work - Services and Solutions
2. Fragebogenbasierte Studien über Dienstleister/Anbieter und zu allen Trendthemen
3. Interaktive Gespräche mit Dienstleistern/Anbietern über ihre Leistungen und Use Cases
4. Nutzung der ISG-internen Datenbanken sowie des Know-hows und der Erfahrung der ISG Advisors (soweit möglich)
5. Nutzung der Star of Excellence CX-Daten
6. Detaillierte Analyse und Evaluierung von Services und entsprechenden Dokumentationen auf Basis der von den Anbietern zur Verfügung gestellten Daten und Zahlen sowie anderer Quellen
7. Auswertung auf Basis der folgenden Kriterien:
 - * Strategie & Vision
 - * Technologische Innovationen
 - * Markenbekanntheitsgrad und Marktpräsenz
 - * Vertriebs- und Partnerlandschaft
 - * Breite und Tiefe des Service-Angebots
 - * CX und Empfehlung



Autor



Jochen Steudle
Senior Consultant

Jochen Steudle bringt neben seiner fundierten technischen und betriebswirtschaftlichen Expertise einen reichen Erfahrungsschatz aus 22 Jahren als IT-Berater, Projektleiter und Unternehmensberater in die Projekte der ISG-Kunden ein. Sein Fachgebiet sind die Bereiche IT-Serviceleistung und IT-Strategie. Sein technologischer Schwerpunkt liegt auf dem Gebiet des End-User Computings, einschliesslich mobiler Geräte (MDM & EMM).

Bei ISG analysierte Jochen Steudle die strategische Ausrichtung des Endanwender-Computings für einen führenden internationalen Finanzdienstleister und bewertete dessen Zukunftsfähigkeit. Ausserdem hat er zahlreiche erfolgreiche Benchmarking-Projekte durchgeführt. Zuletzt war er für die umfassende Analyse der IT-Services von zwei Unternehmen des verarbeitenden Gewerbes verantwortlich, die sich im Fusionsprozess befanden.

Research Analyst



Sonam Chawla
Senior Analyst

Sonam Chawla ist als Senior Analystin bei ISG tätig und unterstützt und arbeitet als Co-Autorin an Provider Lens™ Studien zu den Themen Microsoft Partner Ecosystem, Future of Work – Services & Solutions und Cybersecurity Solutions & Services. Sonam verfügt über fünf Jahre Erfahrung in der Marktforschungsbranche und ist insbesondere mit Sekundärforschung, dem Verfassen von Berichten und der Erstellung von Unternehmensprofilen vertraut. Zu ihren Fachgebieten gehören der digitale Arbeitsplatz, die Zusammenarbeit in Unternehmen,

Employee Experience Services und KI-basierte Sprachanwendungen. Sie unterstützt Lead Analysts im Rechercheprozess und verfasst den Enterprise Context sowie das Global Summary, in denen sie regionale und globale Markttrends und Erkenntnisse vermittelt. Ausserdem kümmert sie sich um individuelle Anfragen von Anbietern und Beratern. Vor ihrem Wechsel zu ISG war sie als Research-Analystin für die Erstellung von syndizierten Forschungsberichten sowie für die Beratung bei Forschungsprojekten verantwortlich.





IPL Product Owner

Jan Erik Aase
Partner and Global Head – ISG Provider Lens™

Herr Aase verfügt über umfangreiche Erfahrung bezüglich Implementierung und Research im Bereich Service-Integration und Management sowohl von IT- als auch von Geschäftsprozessen mit. Mit mehr als 35 Jahren Erfahrung ist er hochqualifiziert darin, Trends und Methoden der Vendor Governance zu analysieren, Ineffizienzen in aktuellen Prozessen zu identifizieren und als Berater tätig zu sein. Jan Erik hat Erfahrung auf allen vier Seiten des Sourcing- und Vendor-Governance-Lebenszyklus – als Kunde, als

Branchenanalyst, als Dienstleister und als Berater. Als Research Director, Principal Analyst und Global Leader des ISG Provider Lens™ Programms ist er in der Lage, den aktuellen Stand der Branche zu beurteilen und darüber zu berichten sowie Empfehlungen für Unternehmen und Service-Provider-Kunden auszusprechen.



***ISG** Provider Lens™

Die ISG Provider Lens™ Quadranten-Reports bieten Bewertungen von Dienstleistern und kombinieren als einzige Studien dieser Art datengestützte Forschung und Marktanalysen mit praktischen Erfahrungen und Beobachtungen, gestützt auf das globale ISG-Beraterteam. Unternehmen erhalten eine Fülle detaillierter Daten und Marktanalysen, die ihnen bei der Auswahl geeigneter Sourcing-Partner helfen; die ISG-Berater wiederum nutzen die Berichte, um ihre Marktkenntnisse zu validieren und Empfehlungen für die Unternehmenskunden von ISG abzugeben. Die Studien decken derzeit Provider mit Angeboten in mehreren Regionen weltweit ab. Weitere Informationen über die ISG Provider Lens Studien finden Sie auf dieser [Webseite](#).

***ISG** Research™

Das ISG Research™ Angebot umfasst Research-Subskriptionsservices, Beratungs-Services und Executive Event Services mit Fokus auf Markttrends und disruptive Technologien im Unternehmensumfeld. ISG Research™ zeigt Unternehmen auf, wie sie ein schnelleres Wachstum und einen höheren Mehrwert erzielen können.

Weitere Informationen zu den ISG Research™ Subskriptions-Services sind unter contact@isg-one.com, Tel.+49 (0) 561-50697524 oder auf unserer Website unter research.isg-one.com

***ISG**

ISG (Information Services Group) (Nasdaq: III) ist ein führendes, globales Marktforschungs- und Beratungsunternehmen im Informationstechnologie-Segment. Als zuverlässiger Geschäftspartner für über 800 Kunden, darunter über 75 der 100 weltweit größten Unternehmen, unterstützt ISG Unternehmen, öffentliche Organisationen sowie Service- und Technologie-Anbieter dabei, Operational Excellence und schnelleres Wachstum zu erzielen. Der Fokus des Unternehmens liegt auf Services im Kontext der digitalen Transformation, inklusive Automatisierung, Cloud und Daten-Analytik, des Weiteren auf Sourcing-Beratung, Managed Governance und Risk Services, Services für den

Netzwerkbetrieb, Strategie- und -Betriebs-Design, Change Management sowie Marktforschung und Analysen in den Bereichen neuer Technologien. 2006 gegründet, beschäftigt ISG mit Sitz in Stamford, Connecticut, über 1.300 mit der Digitalisierung vertraute Experten und ist in mehr als 20 Ländern tätig. Das globale Team von ISG ist bekannt für sein innovatives Denken, seine geschätzte Stimme im Markt, tiefgehende Branchen- und Technologie-Expertise sowie weltweit führende Marktforschungs- und Analyse-Ressourcen, die auf den umfangreichsten Marktdaten der Branche basieren. Weitere Informationen unter www.isg-one.com.



OKTOBER 2022

REPORT: FUTURE OF WORK - SERVICES AND SOLUTIONS