

Alles wird „Cloud“ und „Social“

Über das aktuelle Cloud-Angebot von Microsoft und den „Social Media“-Boom sprach MONITOR mit Martina Grom, Geschäftsführerin des Wiener IT-Spezialisten atwork.

Dominik Troger

„Die Cloud-Thematik ist in Österreich angekommen“, meint Martina Grom von der atwork information technology GmbH. Damit entstehe für IT-Unternehmen ein weiteres, aber „anderes“ Geschäftsfeld. Während das klassische Servicegeschäft in den Hintergrund trete, steige die Bedeutung von Beratungsdienstleistungen. Bei atwork hat man diesen Schritt als Anbieter der Business Productivity Online Suite (BPOS) von Microsoft bereits vollzogen.

So könnte sich für viele Unternehmen in Zukunft die Frage nach der richtigen Serverauswahl gar nicht mehr stellen. Sie lagern ihren Server virtuell aus und entgehen damit auch dem laufenden Wartungsaufwand. BPOS stellt zu diesem Zweck gehostete Tools bereit, die wesentliche Bereiche der Bürokommunikation und -zusammenarbeit abdecken.

MS BPOS

„Mit BPOS von Microsoft können unsere Kunden die komplette Server-Infrastruktur mit E-Mails, Dokumentenaustausch, Webkonferenzen und sonstigen Online-Kommunikationsformen kostengünstig nutzen. Das spart nicht nur die Anschaffungskosten eines eigenen Servers, sondern ist auch individuell an die Unternehmensgröße angepasst. Die Lösung wächst mit dem Kunden mit“, erläutert Grom. Neben den Kosten spricht laut Grom vor allem die Zeitersparnis für die

Inanspruchnahme der Microsoft-Online-Services. Durch den Zugriff vom Arbeitsplatz aus oder von unterwegs, wie beispielsweise via Smartphones, können Mitarbeiter ortsunabhängig effizient zusammenarbeiten. Deshalb sei BPOS auch spezielle für Jungunternehmer interessant.

Grom sieht nicht nur die Kostenersparnis als großen Vorteil der zunehmenden Cloud-Lösungen: „Die klassische Wartung wird sich reduzieren und das IT-Personal kann sich wieder um die wirklich wichtigen Aufgaben kümmern.“ Bevor man in die Cloud geht, sollte man aber prüfen, ob die eigene Infrastruktur so weit am Stand ist, dass sich die Lösung auch einsetzen lässt.

Ein Praxisbeispiel

Ein Beispiel aus der Praxis: Die Kügele Profile GmbH, ein weltweit agierender Anbieter von Aluminium-Bodenprofilen mit vier Standorten in Mitteleuropa und rund 50 Mitarbeitern, wollte einen reibungslosen Workflow zwischen den Projektmitarbeitern sicherstellen. Die technische Infrastruktur reichte aber nicht aus, für eine zentrale Datenbank oder einen gemeinsamen Kalender und Aufgabenlisten hätte man mehrere lokale Server benötigt.

„Mit den Microsoft Online Services können Kügele-Mitarbeiter nun Business-Software wie SharePoint Online und Exchange Online nutzen. Neue



„Die Firmenkommunikation wird durch Social Media viel angreifbarer.“
Martina Grom, Geschäftsführerin des Wiener IT-Spezialisten atwork

Hardware musste nicht zugekauft werden. Mit Wartung und Administration fallen zwei kosten- und zeitintensive Aufgaben dem neuen Partner Microsoft Online Services zu“, berichtet Grom

Social-Media-Experte

Atwork bietet nicht nur IT-Consulting für klassische Webportale, sondern auch Beratung in Sachen Social Media, Blogs und Web 2.0. „Viele unserer Kunden steigen derzeit neu in dem Bereich Social Media ein und vertrauen bei der Umsetzung ihrer Webkampagnen auf unsere langjährige Expertise“, freut sich Grom.

Der Weg zum „Mitmachweb“ bietet für Unternehmen natürlich einige Unsicherheit. Wie geht man zum Beispiel damit um, wenn Mitarbeiter Facebook-Accounts haben, wenn es in Foren schlechtes Feedback zum Unternehmen gibt?

„Die Firmenkommunikation wird durch Social Media viel angreifbarer“, weiß Grom. Aber soll man deshalb Facebook verbieten? Unternehmen müssen nicht nur lernen, mit Kritik umzugehen, sondern sie sollen auch dahin gehend wirken, „dass zum Beispiel Mitarbeiter in Facebook positiv über sie sprechen“. Die Konsequenz daraus ist natürlich, dass es eine unternehmensweite Strategie braucht. „Dabei sollten aber Facebook, Twitter, Youtube nicht nur als zusätzliche Werbekanäle genutzt werden“, so Grom. Gerade KMU hätten jetzt eine große Chance, sich ohne kostenintensive Marketingkampagnen in der Öffentlichkeit eine gewisse Aufmerksamkeit zu verschaffen.

Hier sei es wichtig, auf Einheitlichkeit zu achten. Grom: „Wenn etwa Mitarbeiter bei Xing-Accounts verschiedene Firmenbezeichnungen verwenden, ist das nicht optimal.“

www.atwork.at

Tel: 01/334 10 10

- Direktversand von Elektronik und EDV-Teilen
- Standardlieferzeit 24 Stunden
- niedrige Versandkosten • über 1000 Hersteller
- umfangreiches Qualitätsproduktprogramm

Jetzt Katalog kostenlos bestellen
Tel.: 01/334 10 10
E-Mail: info-at@distrelec.com
www.distrelec.at

Distrelec
Der führende Elektronik- und EDV-Distributor im Herzen Europas.