



**ama.**  
selection for communication

Eine Publikation des ama-Geschäftsbereichs Marktanalysen

Liebe Leser,

Telefonanlagen haben in Unternehmen und Behörden ein langes Leben. Gut jede vierte Anlage ist älter als zehn Jahre, wie eine Ende Januar 2016 von ama durchgeführte Befragung zeigt. Entsprechend gering war nach ama-Analysen die Dynamik im Markt für Telefonie-Lösungen. Wesentliche Veränderungen gab es im Beobachtungszeitraum in den Jahren 2014 und 2015 lediglich auf Anbieterseite.

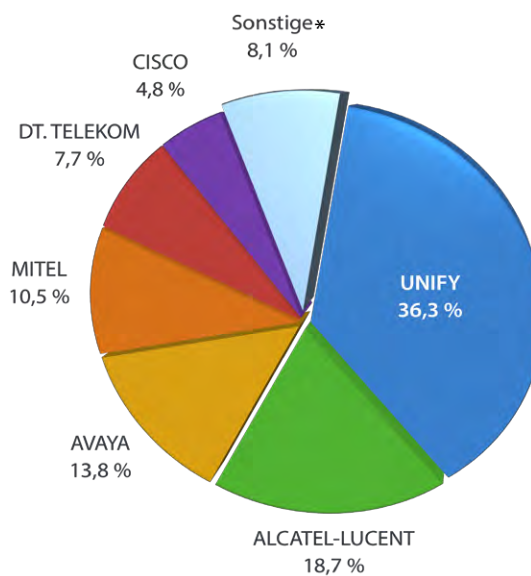
## UNIFY verliert an Boden

Im Frühjahr 2014 übernahm Mitel Networks Corporation den kanadischen Hersteller Aastra. Im besagten Jahr ermittelte ama für Aastra, die seit Herbst 2014 unter dem Logo „Mitel“ firmieren, einen Marktanteil nach Standorten von 9,3 Prozent. Aktuell entfällt auf Mitel ein Anteil von 10,5 Prozent (siehe Grafik rechts).

Die Marktanteile von Alcatel-Lucent (nach Standorten) weisen im Vorjahres-Vergleich ebenfalls kaum Veränderungen auf (2014: 18,9 %; 2015: 18,7 %). Das Unternehmen wurde im Januar 2016 von Nokia übernommen. Mit 1,5 Prozentpunkten (2014: 15,3 %) verzeichnet der drittplatzierte Anbieter AVAYA einen leichten Rückgang. Gegenüber 2014 leicht zulegen konnte die Deutsche Telekom: von 6,8 auf 7,7 Prozent. Während Marktführer UNIFY (ehemals Siemens) zwei Prozentpunkte verlor (2014: 38,3 %).

Ob der Markt in den nächsten Jahren mehr Dynamik als bisher zeigt, hängt davon ab, wie schnell sich IP-Telefonie in den Unternehmen durchsetzt. Und ob Software-basierte, virtuelle PBX-Anlagen verstärkt in Investitionsüberlegungen einbezogen werden. Bis dato punkten die Argumente der Anbieter, wie „flexibel in Prozesse integrierbar“, „kostengünstig“ oder „hohe Skalierbarkeit“ noch nicht so recht.

## Die Top-Sechs im PBX – Markt



\*Sonstige Anbieter = Marktanteile jeweils < 2 %; Stand: Dez. 2015  
Marktanteile nach Standorten; n= 2.105 (> 50 PC-Arbeitsplätze)

## TIPP

Der ITK-MARKTMONITOR liefert Ihnen weitaus umfangreichere Marktanalysen und Marktfakten als hier beispielhaft dargestellt. Redaktionell aufbereitet. Für unterschiedliche Themenstellungen. Individuell abgestimmt auf den Informationsbedarf Ihres Unternehmens.

**Website:** [www.itk-marktmonitor.de](http://www.itk-marktmonitor.de)

Der ITK-MARKTMONITOR ist eine Dienstleistung des ama-Geschäftsbereichs Marktanalysen. Laden Sie noch heute das kostenlose Whitepaper: [Download](#)



### Anwender setzen weiter auf klassische PBX-Lösungen

Das Ablösepotenzial im deutschen PBX-TK-Markt scheint riesig: Nach einer von ama im Januar 2016 durchgeführten telefonischen Umfrage zählen 70,1 Prozent der in den befragten Unternehmen und Behörden installierten Anlagen noch zu den „Klassikern“ (siehe Grafik rechts), basierend auf analogen oder ISDN-Anschlüssen. Erst knapp 23 Prozent der teilnehmenden Unternehmen betreiben Software-basierte TK-Anlagen.

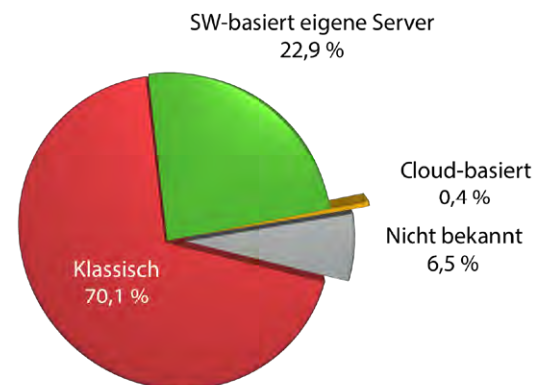
Um das gegebene Markt- beziehungsweise Migrationspotenzial auszuschöpfen, ist der Markt offenbar erst vorzubereiten. Wie die ama-Zahlen signalisieren, müssen ITK-Entscheider von den Vorteilen moderner, Software- bzw. IP-basierter PBX-/TK-Anlagen erst noch überzeugt werden.

#### Die Mehrheit erkennt keinen Modernisierungsbedarf

Nur 13,4 Prozent der 231 teilnehmenden Unternehmen planen konkret die vorhandene Telefonie-Lösung in den nächsten ein bis zwei Jahren zu modernisieren. Bei den Behörden beträgt der Anteil immerhin 18,2 Prozent. Noch gravierender: Bei 70,1 Prozent stehen derzeit keine Veränderungen auf der Agenda. Bei den Großunternehmen, mit mehr als 500 Beschäftigten ist die Bereitschaft zur Modernisierung höher: Keine Veränderung planen „nur“ 58,6 Prozent.

Vor diesem Hintergrund ging ama im Rahmen einer Ende 2015 durchgeführten Markterhebung u. a. der Frage nach, wie präsent die wichtigsten Player sowohl im Mittelstand als auch bei den Großunternehmen sind. So offenbart ein Vergleich der beiden Marktsegmente unterschiedliche Vertriebschwerpunkte der Top Sechs (siehe Grafiken unten). Beispiel UNIFY: Der Markt-

### Art der TK-Anlage?



Anteil der Nennungen; n=231 (Umfrageteilnehmer/Unternehmen)

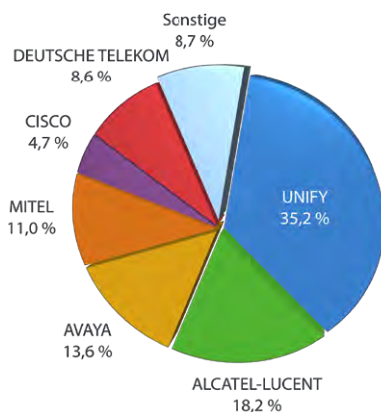
führer ist im Segment „Großunternehmen“ deutlich präsenter als im Mittelstand. Im Vergleich hierzu weist die Deutsche Telekom bei den Großunternehmen nur einen bescheidenen Anteil von 1,4 Prozent aus. Während das Bonner Unternehmen im Mittelstand, mit immerhin 8,6 Prozent, vergleichsweise gut vertreten ist. Ebenfalls erkennbar stärker im Mittelstand als im Segment „Großunternehmen“ ist MITEL (ehemals Aastra).

Insbesondere auf die Telekom dürfte demnach im Segment Großunternehmen erhebliche Überzeugungsarbeit zukommen.

### Datenquelle

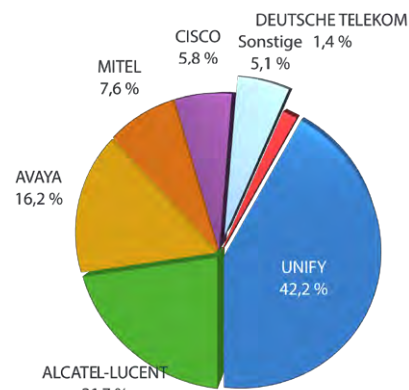
Die Datenerhebung für Marktanteilsanalysen erfolgte zwischen Februar und Dezember 2015. Telefonisch befragt wurden die IT-Verantwortlichen in Anwenderunternehmen mit mindestens 50 PC-Arbeitsplätzen sowie in Behörden.

### Top Sechs im Mittelstand



Marktanteile nach Standorten (>50, <500 Beschäftigte); n=1.852

### Top Sechs in Großunternehmen



Marktanteile nach Standorten (>500 Beschäftigte); n=277



### Prozesswissen gewinnt an Bedeutung

Projekt-Erfahrungen in der eigenen Branche spielen bei der Entscheidungsfindung bei Neu- oder Ersatzanschaffungen grundsätzlich eine wichtige Rolle. Mit Blick auf künftige Herausforderungen werden die Unternehmen und Behörden von den TK-Anbietern nicht nur verstärkt branchenspezifische Lösungen einfordern. Sondern auch Vorschläge zur Prozessoptimierung. Treiber sind in der Regel Produktivitäts- und Effizienz-Vorgaben der Unternehmen zur Wettbewerbssicherung.

In diesem Kontext sind Telefonie-Lösungen, wie Marktkenner erwarten, ein wesentlicher Aspekt moderner IT-Strategien. Ebenso wie die elektronische Kommunikation (wie Web, E-Mail, SMS, Sprache oder Instant-Messaging), die wesentlich stärker als bisher in die bestehenden Geschäftsprozesse eingebunden werden muss. Dies betrifft ebenso die hierfür verwendeten Endgeräte (PC, Laptop-PC, Tablets, Smartphones, etc.). Eine weitere Herausforderung – auch aus Anbietersicht – ist die Lösung anstehender Migrationsaufgaben: Klassische Telefonie-Technologien und moderne IP-basierte Telefonie werden in Unternehmen und Behörden über einen längeren Zeitraum hinweg parallel existieren.

#### Erfolgsfaktor Branchenwissen

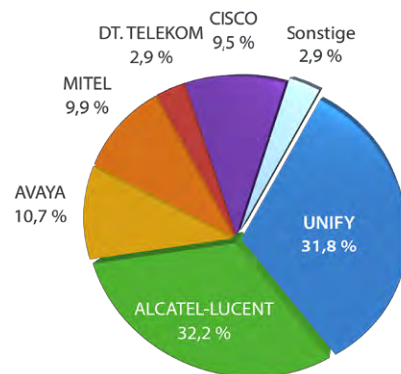
Vor diesem Hintergrund haben PBX-Hersteller, die in einer Branche bereits über eine breite Kundenbasis verfügen, mit dem Argument „Branchenerfahrung“ gute Chancen neue Kunden zu gewinnen. Ein exemplarisches Beispiel für eine ausgeprägte Branchenorientierung ist Cisco: Der amerikanische TK-Riese erreicht mit 9,5 Prozent (2015) im Segment „Behörden“ einen fast doppelt so hohen Anteilswert wie im Gesamtmarkt. Ein weiteres Argument sind offensichtlich auch die Erfahrungen des Herstellers im Bereich IP-basierter Netzwerk- und Kommunikationsinfrastruktur.

Besonders zahlte sich für Cisco der Branchenfokus im Segment „Finanzen“ aus. Die ama-Analyse zeigt eine beachtliche Dynamik: Der Anteilswert stieg von 5,3 (2014) auf aktuell 12,5 Prozent. Demgegenüber überlässt Cisco das Segment Gesundheitswesen offensichtlich weitgehend seinen Wettbewerbern, allen voran UNIFY, AVAYA und MITEL. Cisco hat in diesem Segment kaum nennenswerte Anteile.

## Maximale Transparenz

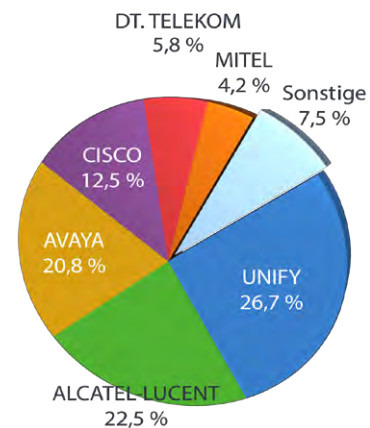
Kompakte Analysen und Fakten über Anbieterstrukturen & Wettbewerb im deutschen ITK-Markt  
Infos hierzu im Whitepaper „ITK MARKTMONITOR“

### Top Sechs im Segment „Behörden“



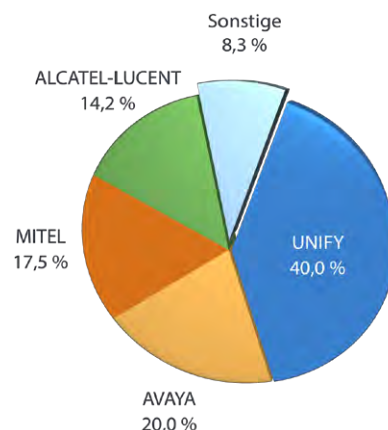
Marktanteile nach Standorten n=242

### Top Sechs im Segment „Finanzen“



Marktanteile nach Standorten (>50 Beschäftigte); n=120

### Top Sechs im Segment „Gesundheit“



Marktanteile nach Standorten (>50 Beschäftigte); n=120





### Die Mehrheit der mittelgroßen Unternehmen bei TK-Anlagen kaum flexibel

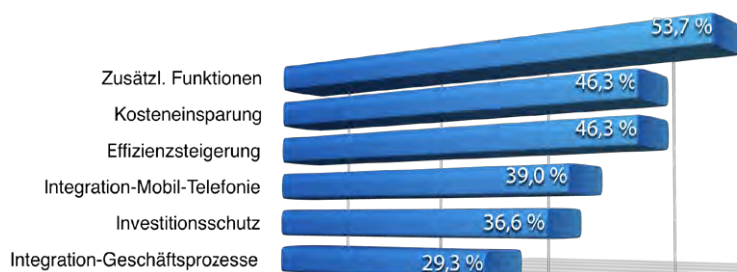
Aus dem Blickwinkel der Hersteller ist das hohe Alter der bestehenden Telefonielösungen Chance und Herausforderung zugleich: Bei rund 60 Prozent aller von ama befragten Behörden- und Unternehmensstandorte (mit mehr als 50 Beschäftigte) sind die Anlagen älter als fünf Jahre. Jede vierte TK-Anlage ist sogar älter als 10 Jahre (siehe Grafik unten). Bei diesen Unternehmen besteht aus Anbietersicht somit erheblicher Modernisierungsbedarf. Bei den mittelgroßen Unternehmen, zwischen 250 und 500 Mitarbeiter ist das zu hebende Potenzial offenbar noch größer: In diesem Segment sind rund sieben von zehn Anlagen (70,7 %) älter als fünf Jahre. Ein Alter von fünf Jahren und weniger hat hier derzeit nur etwa jede dritte Anlage (29,3 %).

#### Vertriebsargumente auf dem Prüfstand

Ob die Hersteller-Argumente für eine moderne Software-basierte TK-Anlage tatsächlich bereits im gewünschten Umfang greifen, ist fraglich. So dürften Aspekte, wie etwa „höhere Flexibilität bei der Geschäftsprozess-Integration“ oder mehr „Investitionsschutz“ durch höhere Zukunftssicherheit in Bezug auf die Anlagenkapazität bei den ITK-Entscheidern aktuell nur bedingt Gehör finden (siehe Grafik rechts).

Ansatzpunkte für die vertriebliche Argumentation geben die Einschätzungen der befragten Unternehmen, die in den nächsten ein bis zwei Jahren konkret planen, ihre bestehen-

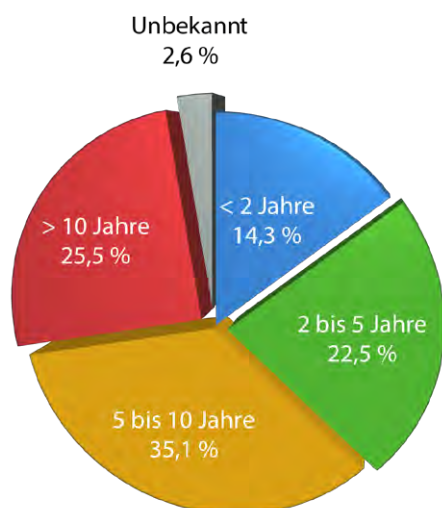
### Welche Nutzenaspekte sind besonders wichtig?



n= 41 (Mehrfachnennungen)

de TK-Lösungen zu modernisieren. Für rund jeden zweiten Befragten (53,7 %) sind „zusätzliche Funktionen der neuen TK-Anlage besonders wichtig. Kosteneinsparungen und Effizienzsteigerungen folgen mit einigem Abstand. Auf diese Antworten entfallen 46,3 Prozent der Nennungen. Selbst die allseits von den Herstellern probagierte Integration „mobiler Kommunikationswege“ in eine „unified communication“-Lösung scheint aus Sicht der Anwender weniger vorrangig. Lediglich 39 Prozent erkennen zur Zeit in der Integration der Mobil-Telefonie einen wesentliche Nutzen.

### Alter der derzeit im Unternehmen eingesetzten TK-Anlage(n)?



n= 231

### Impressum

Verantwortlicher i.S.d.P: Axel Hegel

ama Adress- und Zeitschriftenverlag GmbH  
Sperberstraße 4  
68753 Waghäusel

Telefon +49 7254 9596-0  
E-Mail [info@ama-adress.de](mailto:info@ama-adress.de)  
Internet: [www.ama-adress.de](http://www.ama-adress.de)

Geschäftsführer: Axel Hegel  
Registernummer: HRB 250861  
Registergericht: Amtsgericht Mannheim  
Umsatzsteuer-Identnummer: DE201399591

Grafiken: ama;  
Fotos: [fotolia.de/Oleksiy Mark](http://fotolia.de/Oleksiy_Mark)  
Redaktion: Gerhard Baumeister, [www.4p-marketing.net](http://www.4p-marketing.net)

Die nächste Ausgabe erscheint im März 2016 zum Thema „Storage“