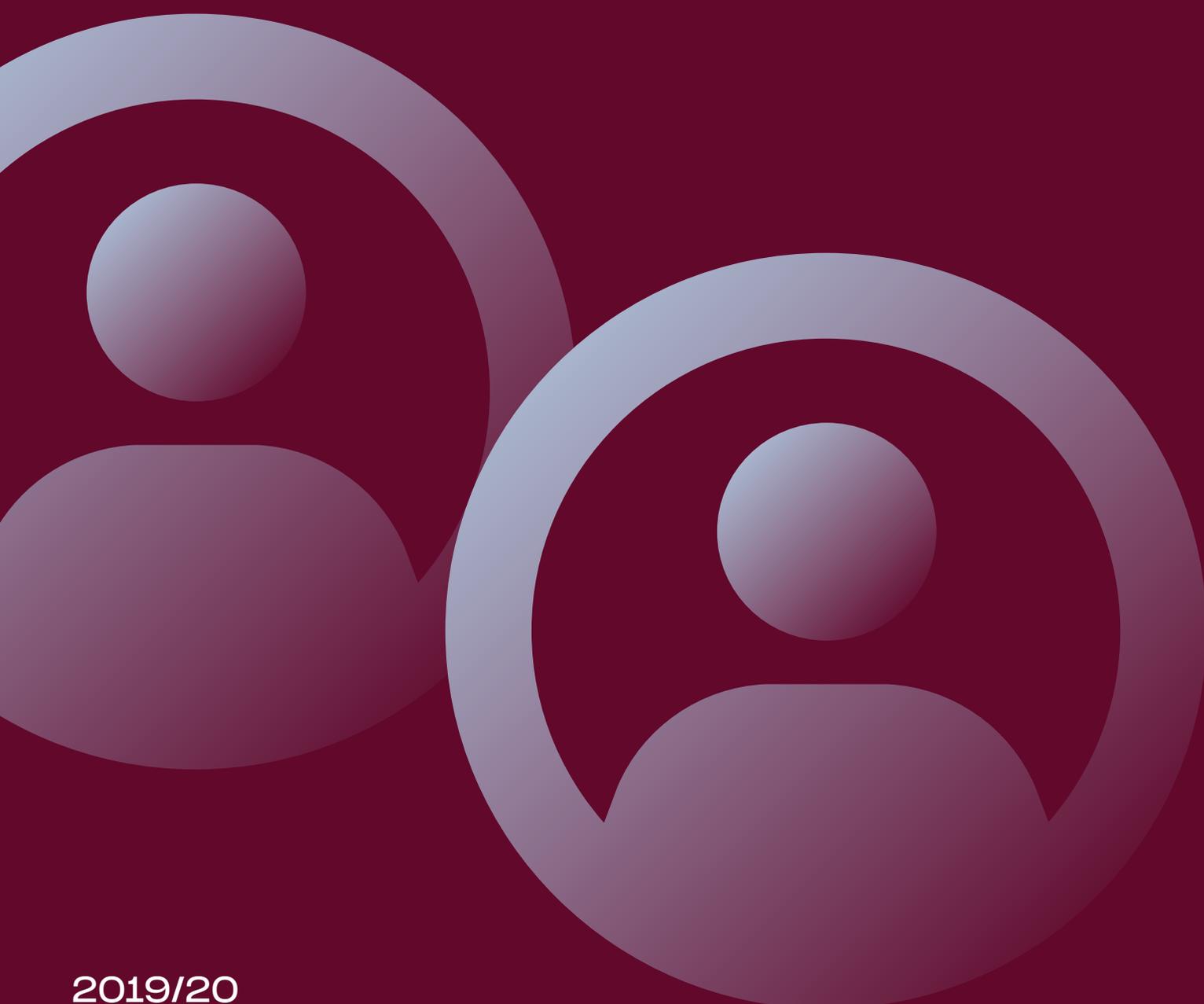


Zusammenarbeit – ein Statusbericht

in der Medienbranche



2019/20

Eine weltweite, unabhängige Studie
unter IT- und Geschäftsentscheidern



Einleitung

In den letzten 20 Jahren hat sich die Art und Weise, wie Medien produziert, verbreitet und konsumiert werden, grundlegend verändert.

Die Branche ist von Videokassetten, analogem Rundfunk und Standardauflösung zu einer vollständig digitalen Umgebung gewechselt. Digitale Audiorekorder, Smartphones, Ultra-High-Definition-Kameras und Live-Streaming-Geräte sind inzwischen die neuen Produktionstools.

Gleichzeitig gab es die Verbreitung von Onlinevideos über YouTube, Netflix, Amazon Video und Disney+, die Einführung von sozialen Medien über Facebook, Instagram, Snapchat, TikTok und Twitter sowie das stetige Wachstum von digitalem Audio, Podcasting und neuen Formen von Markeninhalten.

Infolgedessen ändern sich die Formate, Technologien und Geräte, auf denen Nutzer Medieninhalte konsumieren, ständig. Das Smartphone ist inzwischen das wichtigste Standardgerät. Und während all dieser Veränderungen sind zwei Herausforderungen für Medienunternehmen gleich geblieben:

- **Veraltete Systeme:** Veraltete Systeme, die implementiert wurden, bevor es moderne Plattformen, Netzwerke und die Cloud gab, verursachen trotz der Versuche, sich von ihnen zu lösen, immer noch erhebliche Konflikte für Medienunternehmen.
- **Schnelle Bereitstellung:** Angesichts der Vielzahl neuer Plattformen stehen Medienunternehmen unter starkem Druck, Inhalte über all diese Kanäle im gleichen Zeitrahmen oder sogar schneller bereitzustellen.

Bei diesem Wettlauf geht es nicht nur um Leser, Zuschauer und Zuhörer, sondern auch um die Fähigkeit, die von den Verbrauchern gewünschten Inhalte schnell und auf den richtigen Geräten zu verbreiten. Wie dieser Bericht bekräftigt, sind Unternehmen nur dann erfolgreich, wenn sie ihre Teams, Tools und Technologien in großem Maßstab mobilisieren können.

Um besser zu verstehen, mit welchen Schwierigkeiten der Sektor konfrontiert ist, haben wir gemeinsam mit Vanson Bourne 500 Entscheidungsträger in der Medienbranche zu folgenden Aspekten befragt:

1. Auswirkungen des rasanten digitalen Wandels auf Medienteams
2. Wie ein kollaborativerer Arbeitsansatz die Produktivität verbessern, die Zeit bis zur Markteinführung verkürzen und Kreativität und Innovation im gesamten Sektor fördern könnte
3. Wichtige Tipps für Medienunternehmer zur Zusammenführung von Teams, zur Optimierung von Arbeitsabläufen und zur Lösung wesentlicher Herausforderungen

Lesen Sie weiter, um zu erfahren, wie Unternehmen in der Medienbranche ihre Transformationspläne um Tools für die Zusammenarbeit herum aufbauen, um die Effizienz zu steigern und ihre Betriebe zukunftssicher zu machen.

Für weitere Informationen zu Dropbox Business wenden Sie sich an sales@dropbox.com oder besuchen Sie dropbox.com/enterprise



Teil 1:

Identifizierung der Herausforderungen für die Zusammenarbeit und ihrer Auswirkungen



Immer häufiger arbeiten Freiberufler, Redakteure, Grafikdesigner, Verleger und Journalisten von verschiedenen Standorten, Büros und Zeitzonen aus. Deshalb haben Entscheidungsträger in der Medienbranche Schwierigkeiten, den Austausch von Inhalten zwischen verschiedenen Personen und Plattformen zu bewältigen.

Auf die Frage nach den Herausforderungen, mit denen sie konfrontiert sind, waren die gemeinsame Bearbeitung von Dateien und Inhalten (32 %) sowie der Zugriff auf, die Verwaltung von und das Auffinden von Inhalten (32 %) die beiden am häufigsten genannten Schwierigkeiten.

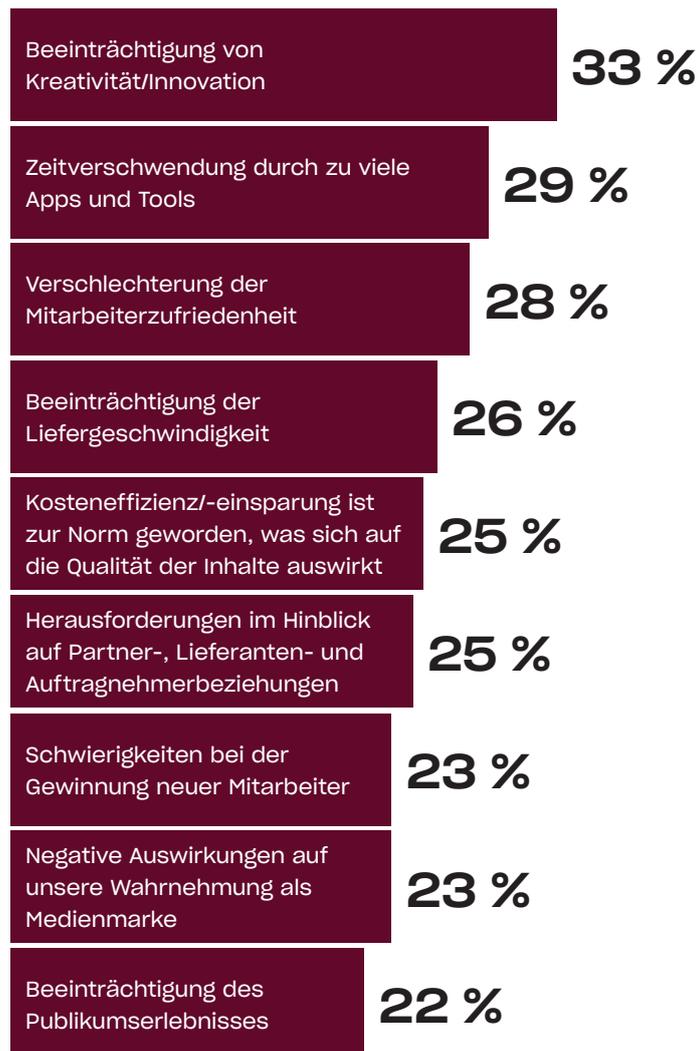
Diese schlechte Verwaltung von Inhalten führt zu Verzögerungen, behindert die Kreativität und wirkt sich negativ auf das Verbrauchererlebnis aus. Ein Drittel der Befragten gibt an, dass Innovation und Kreativität in ihrem gesamten Unternehmen aufgrund der Herausforderungen der Zusammenarbeit, denen ihre Teams ausgesetzt sind, beeinträchtigt werden. Bei etwas mehr als einem Viertel (26 %) wurde die Zeit bis zur Auslieferung durch die Folgen beeinträchtigt – wobei nur etwas weniger (22 %) zugeben, dass sich dies negativ auf das Publikumserlebnis ausgewirkt hat.

Wenn eine Übertragung unterbrochen wird oder eine Druckerpresse ausfällt, werden unglaubliche Ressourcen zur Lösung des Problems aufgewendet. Dennoch verschließen Unternehmen die Augen vor den alltäglichen Herausforderungen der Zusammenarbeit, und Teams werden durch ein komplexes Ökosystem von Tools, isolierten Inhalten und unterschiedlichen Präferenzen eingeschränkt.

Die Folge ist die Verwendung inkompatibler Tools. Tatsächlich wechseln Mitarbeiter heute im Durchschnitt zwischen bis zu **35 Tools pro Tag bei der Arbeit** hin und her.



„Welche internen und externen Auswirkungen haben die Herausforderungen, mit denen Ihr Team konfrontiert ist, auf Ihr Unternehmen?“, wurden Umfrageteilnehmer aus der Medienbranche gefragt, die zugaben, dass ihr Team derzeit mindestens eine Herausforderung zu bewältigen hat (477), wobei einige Optionen ausgelassen wurden.

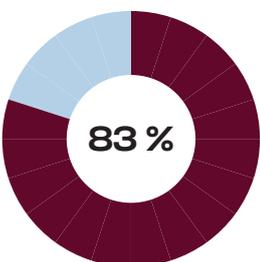




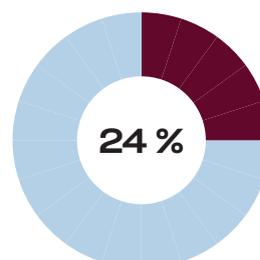
Diese Komplexität bedeutet, dass Entscheidungsträger in der Medienbranche mehr als ein Drittel (34 %) ihrer Zeit für Aufgaben aufwenden, die keinen entscheidenden Mehrwert für das Unternehmen darstellen, wodurch Arbeitsabläufe und die Geschwindigkeit, mit der Sie Inhalte an die Verbraucher ausliefern können, verlangsamt werden. Unnötige Überarbeitungen oder Transkodierungen von Inhalten sind an der Tagesordnung, die Frustration nimmt zu, und die für kritische Aufgaben aufgewendete Zeit bewegt sich in die entgegengesetzte Richtung. Diese Herausforderungen wirken sich auch auf die Mitarbeiterzufriedenheit, die Qualität der Inhalte und das Verbrauchererlebnis aus.

Um dies zu überwinden, müssen nach Ansicht von Führungskräften in der Medienbranche die Teams in die Lage versetzt werden, besser und über die gesamte kreative Lieferkette hinweg zusammenzuarbeiten – bei der Erstellung, dem Austausch, der Bearbeitung und der Rückkopplung von Inhalten. Tatsächlich stimmen etwa 8 von 10 Personen zu, dass der effektive Austausch von Dateien und Inhalten für die Produktivität der Mitarbeiter im gesamten Unternehmen von entscheidender Bedeutung ist (82 %) und der Gesamterfolg des Unternehmens davon abhängt, dass die Art und Weise, wie die Teams zusammenarbeiten, neu definiert wird (83 %).

Wenn also die Lösung klar ist, warum handeln Medienunternehmen nicht? Denn fast ein Viertel (24 %) gibt zu, dass sie nicht über die Tools verfügen, um das in ihrem Geschäftsfeld so dringend benötigte Maß an Zusammenarbeit zu unterstützen.



←
83 % sind der Ansicht, dass der Gesamterfolg ihres Unternehmens von ihrer Fähigkeit abhängt, die Art und Weise der internen und externen Zusammenarbeit der Teams zu verändern.



←
24 % geben zu, dass ihnen die Tools zur Verbesserung der Zusammenarbeit in ihrem Unternehmen fehlen.

Teil 2:

Die Kluft bei der Zusammenarbeit überbrücken



Der französische Mathematiker Blaise Pascal schrieb: „Hätte ich mehr Zeit gehabt, hätte ich einen kürzeren Brief geschrieben.“ Dasselbe gilt wohl auch für Prozesse der Medienproduktion.

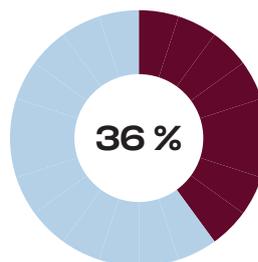


Kürzere Markteinführungszeit

Wenn man Zeit hätte, einen Schritt zurückzutreten und die Produktionsprozesse zu überprüfen, könnten diese vielleicht vereinfacht und verkürzt werden. Die Medien sind jedoch von Natur aus eine reaktive Branche. So gilt es, auf die Nachrichtenagenda zu reagieren, auf die Inhalte zu reagieren, die die Verbraucher sehen wollen, und auf die Kanäle zu reagieren, auf denen sie diese Inhalte konsumieren wollen.

Angesichts dessen ist es ein gutes Zeichen, dass die Befragten die interne und externe Zusammenarbeit als unternehmenskritisch anerkennen, um schnell auf die Bedürfnisse der Verbraucher reagieren zu können. Klar ist jedoch, dass es in diesem Bereich noch viel zu tun gibt. 60 % der Befragten geben an, dass große oder erhebliche Verbesserungen notwendig sind. Dies ist so wichtig, dass mehr als jeder Dritte (36 %) angibt, dass Tools für die Zusammenarbeit zu den größten Investitionsprioritäten seines Unternehmens in den nächsten 12 Monaten gehören.

Warum? Weil sich die richtigen Tools für die Zusammenarbeit auf alle Bereiche des Unternehmens auswirken. Die Verantwortlichen in der Medienbranche sind der Meinung, dass ein gutes Erlebnis für den Verbraucher damit beginnt, dass nahtlose Arbeitsabläufe für Teams geschaffen werden (89 %), und dass die Fähigkeit, die richtigen Inhalte zur richtigen Zeit bereitzustellen, von den Tools für die Zusammenarbeit abhängt, die ihnen zur Verfügung gestellt werden (89 %).



← 36 % geben an, dass Tools für die Zusammenarbeit zu den größten Investitionsprioritäten ihres Unternehmens in den nächsten 12 Monaten gehören.



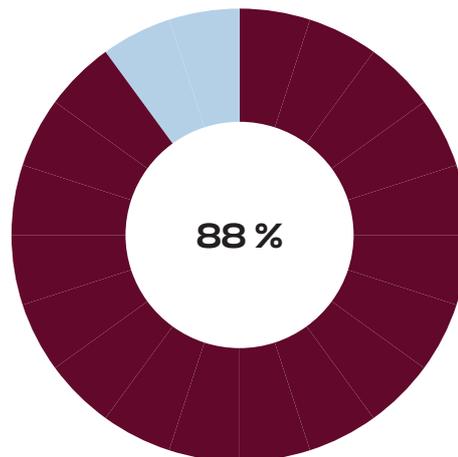
Mehr Kreativität und Innovation

Tools für die Zusammenarbeit beschleunigen nicht nur die Zeit bis zur Markteinführung, sondern ermöglichen auch mehr Innovation und Kreativität.

Fast 9 von 10 (88 %) der Befragten sind der Auffassung, dass die Förderung des richtigen Umfelds für Kreativität für sie entscheidend ist, um bessere Produkte und Services für die Verbraucher zu schaffen. Und eine ähnliche Zahl (87 %) gibt zu, dass die Gestaltung des richtigen Umfelds für Innovationen ihnen helfen wird, auch in Zukunft wettbewerbsfähig zu bleiben. Es werden jedoch wesentliche Hindernisse genannt, wenn es um die Schaffung dieser kollaborativen Arbeitsumgebung geht.

Dazu gehören Teams, die nicht im Einklang miteinander stehen (33 %), Software und Inhalte, die nicht miteinander verknüpft sind (30 %), und veraltete Systeme, die die Implementierung neuer Tools behindern (27 %). Gleichzeitig nennt fast ein Drittel (32 %) die Kultur und die Einstellung der Mitarbeiter als Hindernis.

Die interne digitale Umgebung, die Sie Ihren Mitarbeitern zur Verfügung stellen, damit sie „ihre Arbeit erledigen“ können, spielt eine große Rolle für den zukünftigen Erfolg. Als führendes Unternehmen in der Medienbranche sollten Sie dies auf keinen Fall aus den Augen verlieren. Wenn Sie Ihre Teams in die Lage versetzen, zusammenzuarbeiten und großartige Inhalte für die Verbraucher zu erstellen, können Sie letztendlich Ihre Geschäftsziele erreichen und das Publikumserlebnis deutlich verbessern.



← **88 % sind sich einig, dass die Förderung des richtigen Umfelds für Kreativität für sie entscheidend ist, um bessere Produkte und Services für ihre Kunden zu schaffen.**



Teil 3:

Die Vorteile einer Kultur der Zusammenarbeit



Die Unterstützung von Medienteams durch die Schaffung des richtigen Umfelds ist laut den von uns befragten Medienvertretern einer der wichtigsten Faktoren für den Erfolg ihres Unternehmens.

Die Mehrheit (93 %) ist der Ansicht, dass ein Schritt hin zu einem vernetzten Arbeitsbereich, der ihre Inhalte, Tools und Teams zusammenbringt, die Geschäftsergebnisse und die Arbeitsweise von Teams in ihrem Unternehmen verbessern würde.

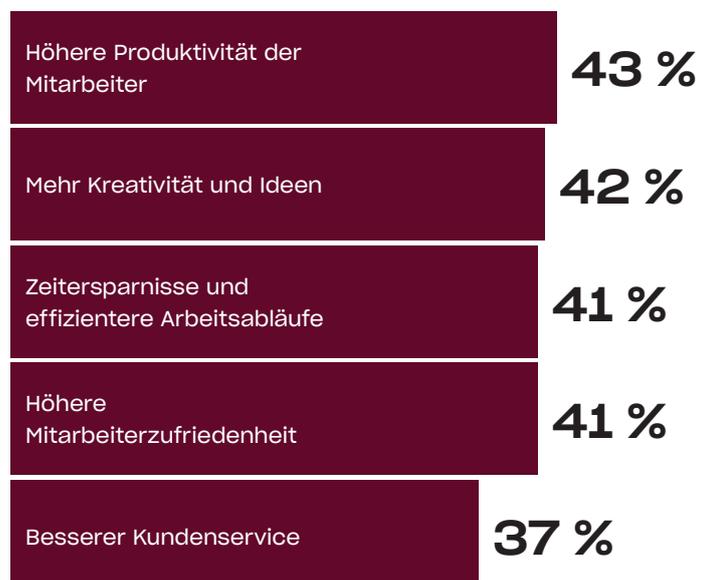
Zu den am häufigsten erwarteten Vorteilen gehören eine erhöhte Mitarbeiterproduktivität (43 %), mehr Kreativität und Ideen (42 %), Zeitersparnis und effizienteres Arbeiten (41 %) sowie eine verbesserte Mitarbeiterzufriedenheit (41 %).

Andererseits glauben 87 %, dass die Verringerung von Reibungspunkten und das Aufbrechen von Unternehmenssilos die Kreativität fördert und dass die Optimierung des Einsatzes von Tools und Apps dazu beiträgt, Zeit bei der Suche nach Inhalten und Dateien zu sparen (87 %).

→ „Welche der folgenden Vorteile, glauben Sie, hätte ein zentraler Arbeitsbereich, der Ihre Inhalte, Tools und Teams zusammenführt, für Ihr Unternehmen?“, wurden die Befragten aus der Medienbranche gefragt, die der Ansicht sind, dass ein einheitlicher Arbeitsbereich die Geschäftsergebnisse sowie die Arbeitsweise der Teams in Ihrem Unternehmen verbessern kann (463), wobei die fünf am häufigsten genannten Aspekte aufgeführt sind.

Lange Zeit war die Möglichkeit, Dateien auszutauschen, Feedback zu geben, aus der Ferne oder mit Unternehmen in anderen Teilen der Welt zusammenzuarbeiten, ein Pluspunkt, jetzt ist sie geschäftskritisch.

Bearbeitung, Aktualisierungen, Feedback, Kommentare, Freigabe, Genehmigung, Bereitstellung – all dies sind Teile des kreativen Prozesses. Sie sind auch entscheidende Elemente der Arbeitsabläufe, die die Medienbranche benötigt. Führen Sie alle Aktivitäten in einen vernetzten Arbeitsbereich und die gesamte Kommunikation direkt neben dem Inhalt zusammen. Indem Sie Ihre Mitarbeiter durch das Zusammenführen der relevanten Inhalte und Tools unterstützen, können Sie Zeit sparen, Innovationen fördern, bessere Inhalte, Produkte, Programme und Ergebnisse schaffen und letztendlich die Arbeitszufriedenheit steigern.





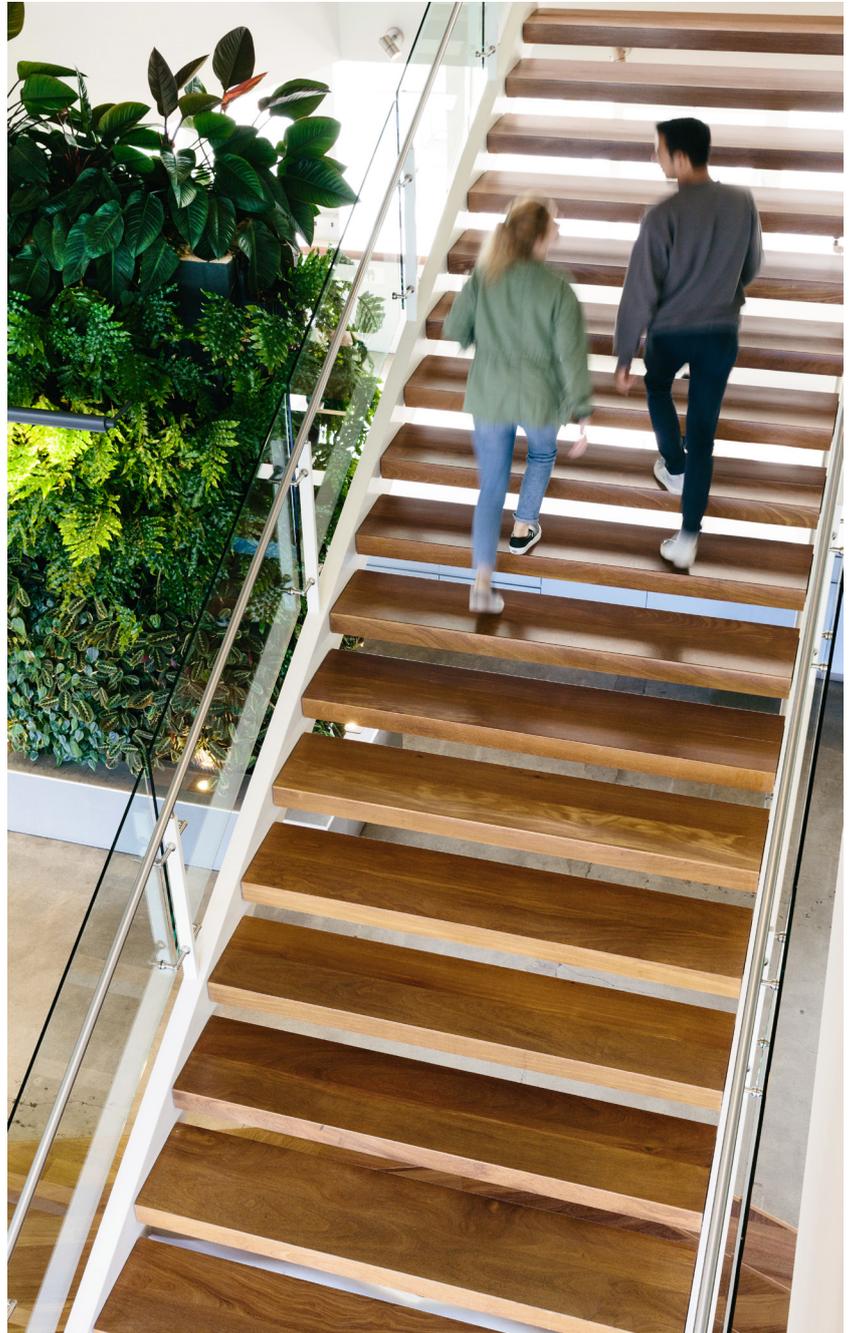
Fazit

Die Medienbranche kann ein hartes Pflaster sein. Dies wird noch erschwert, wenn Unternehmen die Fähigkeit ihrer Mitarbeiter einschränken, ihre Arbeit zu optimieren und das Geschäft aktiv auszubauen.

Kreativität ist eine Teamaufgabe, und Innovation erfolgt organisch – aber nur, wenn Medienteams die Zeit und den Raum haben, um schnell und effektiv zusammenzuarbeiten. Die Lösung? Ein vernetzter Arbeitsbereich. Ein vernetzter Arbeitsbereich, der Teams zusammenführt und ihnen die Zeit, die Tools und den Raum zur Verfügung stellt, um effektiv zusammenzuarbeiten, hilft allen, Innovationen zu schaffen und den hohen Ansprüchen ihrer Zielgruppen gerecht zu werden:

- **Zusammenführung von Inhalten:** Stellen Sie sicher, dass Sie und Ihre Teams alles an einem Ort haben. Jetzt können sich Ihre Videos, Grafiken und PDF-Dateien direkt neben Ihren Google Docs und Airtables befinden.
- **Zusammenführung von Tools:** Verbinden Sie Ihre Inhalte mit den Tools, die Sie täglich verwenden, wie Slack, Zoom, Atlassian, Google, Microsoft Office 365 und mehr.
- **Zusammenführung von Teammitgliedern:** So können Sie und Ihre Teams alles sehen, was vor sich geht, den gesamten Kontext und sämtliche Unterhaltungen, alles im selben Arbeitsbereich.

Wenn Sie zustimmend nicken und mit Verbesserungen in Ihrem Unternehmen beginnen wollen, dann finden Sie hier acht Schritte, die Sie auf Ihrem Weg zu einer positiven, kollaborativen Veränderung voranbringen sollen.





1

Identifizieren der Unternehmensziele

Wie bei jedem Projekt besteht der erste Schritt darin, Ihre Ziele festzulegen, indem Sie darlegen, was das Unternehmen durch eine stärkere Zusammenarbeit zu erreichen versucht. Wenn Sie diese Schritte frühzeitig festlegen, können Sie alle Maßnahmen, die Sie umsetzen, an diesen zentralen Zielen ausrichten sowie den Fortschritt im Auge behalten und mit den Zielen abgleichen. So können Sie sicherstellen, dass alle neuen Verfahren oder Technologien, die Sie einsetzen, auch weiterhin für Ihre Teams geeignet sind, wenn sich die Bedürfnisse des Unternehmens weiterentwickeln.

2

Verständnis Ihrer Arbeitsabläufe und der Tools, die Ihre Teams verwenden möchten

Nachdem Sie die wichtigsten Unternehmensziele definiert haben, müssen Sie nun herausfinden, womit Sie arbeiten. Verbringen Sie Zeit mit verschiedenen Teams, um deren aktuelle Prozesse und Arbeitsabläufe zu verstehen, und sprechen Sie mit Ihren Mitarbeitern über ihre technologischen Wünsche und Bedürfnisse. Welche Arbeitsabläufe können automatisiert oder optimiert werden, und welche technischen Lösungen könnten dazu eingesetzt werden? Sind sie auf der Suche nach Funktionen, die in einem Kommunikations-, Projektmanagement-, Vertriebs-, Content-Management- oder CRM-Tool üblich sind? Was wird Ihren Mitarbeitern letztlich helfen, ihre Arbeit bestmöglich zu erledigen? Wenn Sie diese Fragen stellen, können Sie schon bald die zentralen Bedürfnisse jedes Teams ermitteln und ein oder zwei Lösungen finden, die für jeden geeignet sind und das technische Ökosystem vereinfachen, um so den Weg für eine stärker vernetzte, kollaborative Umgebung zu ebnet.

3

Beurteilung Ihres aktuellen Technologieportfolios

Jetzt, da Sie ein genaueres Bild von den Arbeitsabläufen und Bedürfnissen der Teams haben, ist es wichtig, die Technologie, Tools und Apps zu verstehen, die Ihre Teams bereits tagtäglich verwenden, und zu beurteilen, wie sich dies innerhalb des Unternehmens unterscheidet. Befragen Sie Ihre Mitarbeiter, um herauszufinden, worum es sich dabei handelt und wie produktiv sie sich fühlen. Bei einer gründlichen Prüfung können Sie wahrscheinlich eine Reihe von Programmen aufdecken, die den einzelnen Mitarbeitern helfen, aber vielleicht die Fähigkeit Ihres Teams zur Zusammenarbeit oder mit anderen Abteilungen und externen Lieferanten behindern. Wenn Ihre Mitarbeiter Informationen über mehrere Anwendungen hinweg austauschen, kann dies zu Doppelarbeit, Dateiverlust und Zeitverschwendung führen. All dies wirkt sich auf die Produktivität aus. Notieren Sie alles, damit Sie sich rasch ein genaues Bild von Ihrem aktuellen Technologieportfolio machen können und wissen, wie die Arbeit zwischen den einzelnen Bereichen abläuft (oder auch nicht).

4

Abschätzung der Unternehmensauswirkungen und des ROI der Implementierung dieser Tools

Mit einer Liste potenzieller Tools und Apps auf dem Tisch müssen Sie objektiv prüfen, welche für Ihr Unternehmen am besten geeignet sind. Entscheidend ist, was Ihnen und Ihrem Team an den Apps, die Sie verwenden möchten, gefällt (oder nicht). Die Bewertung vorhandener Tools, um zu verstehen, wie verschiedene Lösungen zusammenwirken oder sich gegenseitig beeinflussen, ist ein ebenso entscheidender Schritt. Ziel ist eine nahtlose, vernetzte Medienlösung, also berücksichtigen Sie Funktionalität, Benutzerfreundlichkeit und Sicherheit. Wie werden die Teams sie nutzen? Wie viel Zeit wird dadurch eingespart? Wie werden Sie den ROI und die Auswirkungen auf das Unternehmen nachweisen? Interoperable Technologielösungen, die sich in andere Werkzeuge oder Apps integrieren lassen, sind die beste Wahl, um eine nahtlose Kommunikation und den Informationsaustausch über verschiedene Plattformen hinweg zu ermöglichen.



5

Sicherung der Kooperation von Entscheidungsträgern

Wahrscheinlich liegt die Entscheidung darüber, welche Tools für die Zusammenarbeit eingeführt werden sollen, nicht allein in Ihrer Hand. Sobald Sie Ihren Business Case erstellt haben, müssen Sie ihn vermutlich entscheidungsbefugten Mitarbeitern in Ihrem Unternehmen vorlegen. Präsentieren Sie die Ergebnisse Ihres Audits, geben Sie Ihre Empfehlungen ab und erläutern Sie vor allem, wie diese Tools die Mitarbeiter zusammenführen, Reibungspunkte reduzieren, Doppelarbeit beseitigen, die Zusammenarbeit verbessern und dem Unternehmen zugute kommen. Wenn ein Wandel hinsichtlich der Zusammenarbeit auch auf ihrer Tagesordnung steht, dann sollte einer Kooperation nichts im Wege stehen.

6

Einrichtung einer abteilungsübergreifenden Arbeitsgruppe

Nun benötigen Sie eine Gruppe von Mitarbeitern, die den kollaborativen Wandel im gesamten Unternehmen anführen. Sie brauchen ein funktionsübergreifendes Team, das sich aus verschiedenen Rollen, Ebenen und Abteilungen zusammensetzt und das gemeinsam eine umfassende Strategie für die Unternehmenstransformation entwickeln kann. Sie sind nicht nur für die Einführung neuer Tools und Technologien verantwortlich, sondern es liegt auch an ihnen, eine Kultur der Zusammenarbeit im gesamten Unternehmen zu fördern – beispielsweise durch die Übertragung der alleinigen Verantwortung, das Aufbrechen von Organisationssilos, die Förderung der Kommunikation und den Austausch kreativer Lösungen.

7

Vermittlung und Förderung von Veränderungen

Mit gemeinsamer Eigentümerschaft kommt geteilte Verantwortung. Sie und Ihre Arbeitsgruppe müssen den kollaborativen Wandel im gesamten Unternehmen vermitteln und anregen. Sorgen Sie dafür, dass Mitarbeiter neu implementierte Technologien verstehen und wissen, wie die Tools integriert sind und gemeinsam genutzt werden. So werden Arbeitsabläufe optimiert und letztendlich ihr Arbeitsleben einfacher und angenehmer gestaltet. Unterstützen Sie jeden, der mit der Umstellung Schwierigkeiten hat. Veränderungen sind nicht für jeden einfach, deshalb ist das Letzte, was Sie wollen, dass einzelne Mitarbeiter zu alten Tools zurückkehren und die Zusammenarbeitspraktiken in Frage stellen, für die Sie sich aktiv eingesetzt haben.

8

Überprüfung Ihres Arbeitsbereichs für die Zusammenarbeit

Wie bei jedem Projekt ist die Überprüfung und Beurteilung der Effektivität nach der Implementierung entscheidend für den Erfolg. Ihre Arbeitsgruppe kann dabei helfen. Betrachten Sie alle Aspekte Ihrer Strategie für die Zusammenarbeit, ermitteln Sie Stärken und Schwächen, frühe Erfolge und Misserfolge und stellen Sie Fragen. Nutzen Teams regelmäßig die neuen Technologien und arbeiten sie innerhalb des gemeinsamen Arbeitsbereichs? Hat sich die Zusammenarbeit zwischen Teams, Abteilungen und Lieferanten verbessert? Wie viel zufriedener oder produktiver fühlen sich die Mitarbeiter? Vergleichen Sie die Einstellung Ihrer Mitarbeiter mit der, die Sie bei der ersten Meinungsumfrage (in Schritt 3) hatten. Hat es eine positive Veränderung gegeben? Eine effektive Zusammenarbeit erfordert eine kontinuierliche Kontrolle und Weiterentwicklung, um sicherzustellen, dass Ihre Strategie mit den sich ändernden Bedürfnissen Ihres Unternehmens und ihrer Mitarbeiter Schritt hält. Dieser letzte Schritt wird zwar nie völlig „abgeschlossen“ sein, ist aber für den Gesamterfolg Ihres kollaborativen Unternehmens von wesentlicher Bedeutung.



Methodik und Umfang der Studie

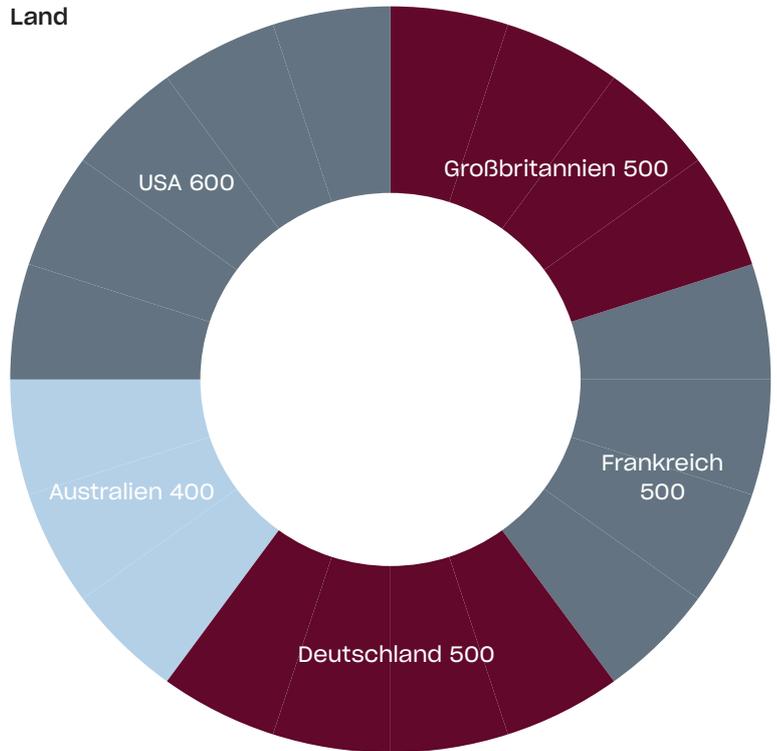


Die Studie umfasste in den nachfolgenden Ländern und Branchen die folgende Anzahl an Interviews:

Die Studie, auf deren Ergebnisse diese Kurzfassung basiert, wurde im Auftrag von Dropbox vom unabhängigen Marktforschungsspezialisten Vanson Bourne durchgeführt.

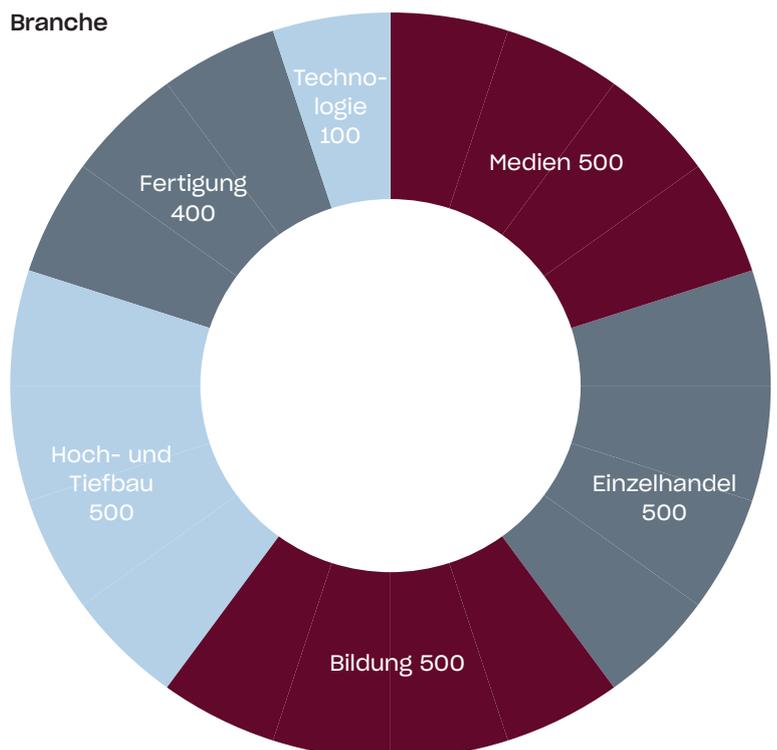
Insgesamt wurden zwischen Juli und August 2019 2.500 IT- und Geschäftsentscheider befragt. Alle Befragten arbeiten in Unternehmen mit mindestens 250 Mitarbeitern. Darüber hinaus wurde die tägliche Zusammenarbeit mit mindestens einer anderen Person sowie die Nutzung von Software und Anwendungen zur Erledigung ihrer Arbeiten vorausgesetzt.

Land



Die Interviews setzten sich aus einer Online-Umfrage und Telefongesprächen zusammen, wobei ein rigoroser mehrstufiger Screening-Prozess sicherstellte, dass nur geeignete Kandidaten die Möglichkeit zur Teilnahme hatten. Soweit nicht anders angegeben, basieren die besprochenen Ergebnisse auf den Antworten aller Befragten aus der Medienbranche.

Branche



Für weitere Informationen zu Dropbox Business wenden Sie sich an sales@dropbox.com oder besuchen Sie dropbox.com/enterprise

Über Dropbox

Dropbox Business ist der weltweit erste Smart Workspace, mit dem Führungskräfte im Medienbereich Workflows optimieren und eine neue Art der Zusammenarbeit schaffen – von digitalen Start-up-Agenturen bis hin zu den größten weltweiten Sendern. Mit mehr als 600 Millionen registrierten Nutzern in über 180 Ländern können Medienteams mit unseren Produkten problemlos mit allen Inhaltstypen im gesamten System arbeiten – von der Vorproduktion bis zur Auslieferung. Dropbox ist mit Hauptsitz in San Francisco, Kalifornien, und in 12 weiteren Büros in aller Welt angesiedelt. Mehr über unsere Zielsetzung und Produkte erfahren Sie unter <https://www.dropbox.com/business/solutions/media>.

Vanson Bourne

Vanson Bourne ist ein unabhängiger Marktforschungsspezialist für den Technologiesektor. Sein Ruf für solide und glaubwürdige umfragebasierte Analysen gründet auf strengen Forschungsprinzipien und der Kompetenz, die Meinungen von hochrangigen Entscheidungsträgern in technischen und geschäftlichen Funktionen, in allen Geschäftsbereichen und allen wichtigen Märkten einzuholen. Mehr Informationen finden Sie unter vansonbourne.com.

