



Logitech anerkannt für den

2021

Market Leadership Award

Globaler Markt für
Videokonferenzgeräte

Hervorragende Best Practices

Best Practice-Kriterien für Spitzenleistung

Frost & Sullivan bewertet in einem strengen Analyseprozess mehrere Nominierte für jede Preiskategorie, bevor der endgültige Preisträger ermittelt wird. Der Prozess umfasst eine detaillierte Bewertung der Best Practice-Kriterien in zwei Bereichen für jedes nominierte Unternehmen. Logitech übertrifft viele der Kriterien im Bereich der Videokonferenzlösungen.

AUSZEICHNUNGSKRITERIEN	
Hervorragende Wachstumsstrategie	Nutzung der Technologie
Hervorragende Implementierung	Preis-Leistungs-Verhältnis
Markenstärke	Kundenerfahrung beim Kauf
Produktdifferenzierung	Kundenerfahrung bei der Nutzung
Produktdifferenzierung	Erfahrungen mit dem Support

In einem sich schnell verändernden Umfeld immer einen Schritt voraus sein

Unternehmen aller Größen setzen auf hybride Arbeitsformen, die den Mitarbeitern die Entscheidungsfreiheit und Flexibilität geben, von jedem Standort aus zu arbeiten. Die damit einhergehende Verbreitung moderner Tools für Kommunikation und Zusammenarbeit hat die Zukunft der Arbeit neu definiert. Videokonferenzen und Cloud-Dienste gehören zu den führenden Technologien, die diese transformativen Trends beschleunigt haben und es den Nutzern ermöglichen, in Verbindung zu bleiben und gleichzeitig die Geschäftskontinuität für neue, agile Arbeitsweisen zu gewährleisten.

Frost & Sullivan schätzt, dass die Anzahl an Telearbeitern nach der Pandemie 6- bis 7-mal höher sein wird. Das belegen die wichtigsten Ergebnisse einer von Frost & Sullivan durchgeführten weltweiten Umfrage unter mehr als 3200 IT-Entscheidungsträgern:

- 93 % erwarten, dass mindestens ein Viertel ihrer Mitarbeiter von zu Hause aus arbeiten wird.
- 31 % werden zu einer dezentraleren und räumlich verteilten Organisation übergehen.
- 36 % werden in den Bau von mehr Konferenzräumen investieren.
- 88 % werden Videokonferenzen in ihrem Unternehmen einsetzen, um neue Arbeitsformen zu unterstützen.

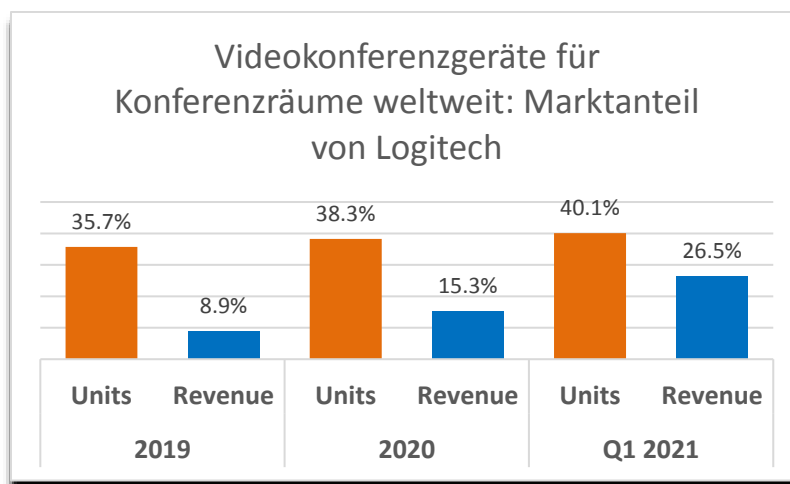
„Logitech überholte im 1. Quartal 2021 auch die stärksten Wettbewerber und konnte sich bei den Umsatzanteilen im Markt für Videokonferenzgeräte für den Unternehmenseinsatz durchsetzen. Das Unternehmen erreichte diesen Meilenstein zum ersten Mal. In Bezug auf den Absatz von Videokonferenzgeräten dominiert Logitech den Markt schon lange. Die kürzlich erlangte Position als umsatzstärkstes Unternehmen in diesem Bereich spricht für den einzigartigen, designorientierten Ansatz, der sich auf die Entwicklung sinnvoller Produkte konzentriert, die einen klaren Zweck verfolgen und den Nutzern durch eine einfache, mühelose Kommunikation deutliche Vorteile bieten.–
Roopam Jain, Senior Industry Director, Connected Work

Die Arbeitswelt ändert sich durch neue Technologien rasant. Logitech ist als eines der weltweit größten Hardware-Unternehmen bestens positioniert, um von den aufkommenden Trends zur hybriden Arbeit zu profitieren. Das umfangreiche und ständig wachsende Portfolio an hochwertigen Produkten für Audio, Video und das Teilen von Inhalten von Logitech ermöglicht es Benutzern, von überall aus zu kommunizieren und zusammenzuarbeiten – zu Hause, im Büro oder unterwegs.

Logitech überholte im 1. Quartal 2021 auch die stärksten Wettbewerber und konnte sich bei den Umsatzanteilen im Markt für Videokonferenzgeräte für den Unternehmenseinsatz durchsetzen. Das Unternehmen erreichte diesen Meilenstein zum

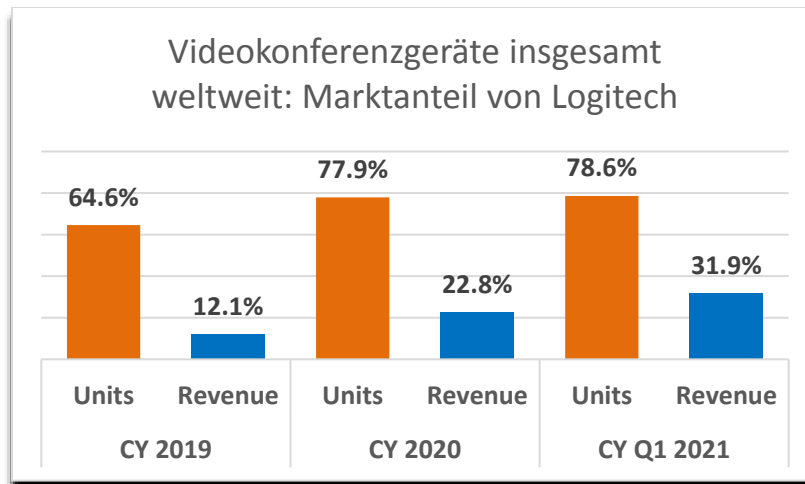
ersten Mal. In Bezug auf den Absatz von Videokonferenzgeräten dominiert Logitech den Markt schon lange. Die kürzlich erlangte Position als umsatzstärkstes Unternehmen in diesem Bereich spricht für den einzigartigen, designorientierten Ansatz, der sich auf die Entwicklung sinnvoller Produkte konzentriert, die einen klaren Zweck verfolgen und den Nutzern durch eine einfache, mühelose Kommunikation deutliche Vorteile bieten.

Mittlerweile ist der Geschäftsbereich Video Collaboration eine Erfolgsgeschichte und eine große Wachstumschance für Logitech. Im Kalenderjahr 2020 erzielte Logitech beim Verkauf von Videokonferenzgeräten das beste Geschäftsergebnis in der Geschichte des Unternehmens.



Quelle: Frost & Sullivan

Hinweis: Ausgenommen sind Logitech-Webcams für Privatanwender. Business-Webcams wie Logitech Brio, C930e und C925e sind ebenfalls ausgenommen.



Quelle: Frost & Sullivan

Hinweis: Ausgenommen sind Logitech-Webcams für Privatanwender. Business-Webcams wie Logitech Brio, C930e, C925e und die Reihe ConferenceCam sind eingeschlossen.

Der kompetenhafte Aufstieg von Logitech bei Videokonferenzgeräten hat das Unternehmen an die Spitze in Bezug auf die Marktanteile gebracht. Wie das Unternehmen bekannt gab, hat sich der Umsatz im Segment Video Collaboration im Geschäftsjahr 2021 fast verdreifacht und lag erstmals bei über 1 Milliarde US-Dollar. Allein im 4. Quartal 2021 war der Umsatz im Bereich Video Collaboration höher als im gesamten Geschäftsjahr 2020. Logitech hat sich als klarer Spitzenreiter in einem Markt etabliert, der ein enormes Wachstumspotenzial aufweist und eine nachhaltige Wachstumschance darstellt, die durch die langfristige, anhaltende Nachfrage nach Videobesprechungen zur Verbindung von Telearbeitern und räumlich verteilten Teams entsteht.

- Im 1. Quartal 2021 war Logitech Marktführer nach Umsatz und Stückzahlen im Segment der Geräte für Konferenzräume und persönliche Geräte für Video Collaboration in Unternehmen.
- Das Unternehmen verkauft doppelt so viele Geräte für Konferenzräume und 15-mal so viele persönliche Geräte für Video Collaboration in Unternehmen wie der nächstgrößte Wettbewerber.
- Der Umsatz mit Videokonferenzgeräten für Konferenzräume hat sich im Kalenderjahr 2020 fast verdoppelt und erreichte 407,10 Millionen US-Dollar, während die verkauften Stückzahlen um beeindruckende 67,4 % stiegen.
- Der Verkauf der gesamten Videokonferenzgeräte (Business-Webcams plus Konferenzraumkameras) stieg bei den Stückzahlen um satte 151,2 % und beim Umsatz um 128,9 %.

Überlegener Technologieeinsatz und Wettbewerbsdifferenzierung

Die Mission von Logitech, Video in jedem Raum und für jeden Benutzer zugänglich zu machen, hat das Unternehmen bei der Produktentwicklung und der Festlegung seines Preis-Leistungs-Verhältnisses geleitet. Heute hält Logitech eine einzigartige Marktposition und bietet ein umfassendes Portfolio an Geräten, die die exponentiellen Wachstumschancen für die Bereiche Zusammenarbeit in Konferenzräumen und persönliche Kommunikation voll ausschöpfen.

Seit seinen Anfängen hat sich Logitech darauf ausgerichtet, den Status quo bei Videokonferenzen zu verändern. Die Durchführung von Videokonferenzen war in der Vergangenheit von hardwareintensiven, teuren und komplexen Endgeräten und Infrastrukturösungen abhängig. Infolgedessen war der Einsatz auf eine begrenzte Anzahl von Besprechungs- und Konferenzräumen beschränkt. Die leichten, qualitativ hochwertigen Geräte von Logitech und ein umfangreiches Angebot an Konferenzkameras und Videobars für die Zusammenarbeit, die über verbundene Cloud-Dienste laufen, haben die Videokommunikation für alle zugänglich gemacht. Die Produkte von Logitech sind zu einem Synonym für eine reibungslose Benutzererfahrung geworden und können in jedem Konferenzraum eingesetzt werden – in Meetingräumen, Besprechungsräumen, kleinen Räumen und mittleren bis großen Konferenzräumen.

Die Videogeräte von Logitech funktionieren mit praktisch jedem Service für UC oder Video Collaboration in der Cloud und bieten außerdem eine Plug-and-Play-Funktionalität. Ein Großteil der Mitbewerber von Logitech hat sich auf spezielle Endgeräte für den Einsatz von Video in Konferenzräumen konzentriert. Der Ansatz von Logitech basiert jedoch darauf, dass Unternehmen aus einem breiten, kuratierten Portfolio von Lösungen wählen können, die für führende Cloud-Dienste zertifiziert sind und für jeden Benutzer und jede Situation geeignet sind, unabhängig davon, ob die Mitarbeiter zu Hause, im Büro oder an einem Hot Desk arbeiten:

- Zuverlässige persönliche Zusammenarbeit – Das schnell zunehmende Angebot von Logitech an Lösungen für den persönlichen Arbeitsplatz ermöglicht ein nahtloses mobiles Arbeiten. Die große Auswahl an Headsets und Business-Webcams ermöglicht es den Mitarbeitern, überall auf der Welt flexibel zu arbeiten, ohne Kompromisse bei der Kommunikation eingehen zu müssen.
- BYOD-Räume – Das umfassende Angebot an Standalone-Konferenzkameras von Logitech ermöglicht es den Benutzern, Videobesprechungen über ihr Notebook/Mobilgerät mit einem Soft-Client ihrer Wahl durchzuführen. Diese Vorgehensweise steht im Einklang mit der zunehmenden IT-Consumerization.
- PC-basierte Räume, die für Gruppenmeetings optimiert sind – Logitech ist sich bewusst, dass der BYOD-Ansatz in vielen Fällen effektiv ist. Es gibt jedoch mehrere technologische Aspekte, die sorgfältig bedacht werden müssen, z. B. eine dedizierte Rechenleistung im Raum, Verkabelung, Raumeigenschaften und -design. Logitech hat diese Herausforderung erkannt und mit mehreren Technologiepartnern zusammengearbeitet, um die optimalen Bundles für Konferenzräume unterschiedlicher Größe zu entwickeln.
- All-in-one-Geräte – Die Videobars von Logitech sind spezielle Videokonferenzgeräte mit einer integrierten Rechenleistung und einem soliden Funktionsumfang, die einfach zu bedienen und zu verwalten sind.

Innovation, die mit den sich ändernden Benutzerbedürfnissen Schritt hält

In den letzten Jahren hat sich Logitech im Bereich Video Collaboration nicht auf seinen Lorbeeren ausgeruht, sondern hat sich kontinuierlich weiterentwickelt. Das Unternehmen baut sein Produktportfolio stetig aus und hat in vielen Bereichen der Hardware- und Software-Innovation investiert. Darüber hinaus ist das jahrzehntelange Know-how in den technischen Schlüsselbereichen wie Sensorik, Akustik, Optik,

Funktechnik und Energieverwaltung ein entscheidender Wettbewerbsvorteil. In den letzten Jahren hat Logitech seine technologischen Fähigkeiten auf fortschrittlichere Technologien wie Software, Apps, Cloud, Datenanalyse, KI und maschinelles Lernen erweitert.

Zu den neuesten bahnbrechenden Produkteinführungen gehören:

- Rally Bar und Rally Bar Mini – Ein neues Lösungsportfolio, mit dem Logitech in den Markt der Appliances einsteigt. Diese All-in-one-Videobars sind in die führenden Videokonferenzdienste wie Microsoft Teams und Zoom integriert und optimieren die Beschaffung, Verwaltung und Benutzerfreundlichkeit. Indem alle Komponenten in einem einzelnen Gerät vereint werden, gibt der schlüsselfertige Ansatz Konferenzräumen einen neuen Schliff. So werden intelligentere Lösungen, bessere Analysen und leichtere Admin-Steuerungen ermöglicht. Gleichzeitig entfallen die zusätzlichen Kosten, die mit der komplexen Installation und dem Support für mehrere Geräte verbunden sind, was zu einem deutlich verbesserten ROI führt. Die neue Logitech Rally Bar wurde speziell für mittelgroße Räume entwickelt, während die Logitech Rally Bar Mini ideal für kleine Räume ist.
- Logitech RoomMate – RoomMate wurde für große Konferenzräume entwickelt und ist eine Computing-Appliance, die den Kunden die Ausführung von Videokonferenzdiensten auf Logitech ConferenceCams wie Rally Plus oder MeetUp ohne PC oder Mac ermöglicht.
- Logitech Scribe – Scribe ist eine KI-gesteuerte Whiteboard-Kamera, die den wachsenden Bedarf an besseren Meeting-Erfahrungen für Remote-Teilnehmer abdeckt. Diese möchten bei Brainstormings, im Unterricht und bei Teammeetings eine gestochen scharfe und klare Sicht auf Whiteboard-Inhalte haben. Mit seinem einfachen Design und den erweiterten Integrationen von Microsoft Teams Rooms und Zoom Rooms ermöglicht Scribe räumlich verteilten Teams eine perfekte Sicht auf das Whiteboard – egal ob die Teilnehmer im Raum sind oder nicht.

Alle Video Collaboration-Geräte von Logitech sind mit Ultra HD 4K-Kameras ausgestattet, die eine erstklassige Videoqualität liefern, inklusive Lautsprecher mit extrem geringer Verzerrung für einen satten, natürlichen Klang und der intelligenten Software-Suite auf der Basis von Logitech RightSense™-Technologien. Diese Technologie-Suite nutzt die neuesten Entwicklungen im Bereich der künstlichen Intelligenz, um die Steuerung von Licht, Farbe, Ton und Kamera zu automatisieren und so natürliche, ansprechende und benutzerfreundliche Videokonferenzen zu ermöglichen. Logitech bietet außerdem cloudbasierte Überwachung und Verwaltung in Echtzeit via Logitech Sync, einschließlich Personenzählfunktion und Informationen über jeden Konferenzraum. Zusätzlich ermöglichen offene Programmierschnittstellen für Sync den Kunden ein zentral gesteuertes, plattformübergreifendes Lösungskonzept für die Überwachung, Steuerung und Analyse der Geräte innerhalb eines kontinuierlich wachsenden Partnersystems.

Branchenführendes Design mit Fokus auf Einfachheit und Benutzerfreundlichkeit

Gemäß Logitech „geht es bei jedem neuen Logitech Produkt darum, nicht nur ein Produkt, sondern eine Erfahrung zu bieten, bei der die Designer und Marketingexperten gemeinsam das Konzept entwickeln.“ Dieser designorientierte Ansatz und diese Vorgehensweise haben sich zu einem strategischen und

„Der designorientierte Ansatz und die Vorgehensweise von Logitech haben sich zu einem strategischen und kulturellen Unterscheidungsmerkmal für das Unternehmen entwickelt. Die Liebe zum Detail macht die Produkte von Logitech ansprechend, persönlich und benutzerfreundlich.“

– Roopam Jain, Senior Industry Director. Connected Work

kulturellen Unterscheidungsmerkmal für das Unternehmen entwickelt. Die Liebe zum Detail macht die Produkte von Logitech ansprechend, persönlich und benutzerfreundlich. Logitech verfügt über ein diversifiziertes Patentportfolio. Die Produkte des Unternehmens haben in den letzten drei Geschäftsjahren 127 Designpreise für gut designte ergonomische Produkte gewonnen. Im Geschäftsjahr 2021 gewann das Unternehmen 23 Designpreise.

Logitech konzentriert sich darauf, bessere Geschäftspraktiken einzuführen, die für den Planeten

und die Gesellschaft nachhaltig sind. Im Jahr 2019 trat das Unternehmen dem Pariser Abkommen bei und kündigte für 2020 eine umfassende Umstellung auf recycelte Kunststoffe an. Im 1. Quartal 2021 gab Logitech zudem bekannt, die Produkte mit einer CO₂-Kennzeichnung zu versehen. Logitech ist überzeugt, dass die Kennzeichnung des CO₂-Ausstoßes ein Schritt nach vorn ist, um den weltweiten CO₂-Ausstoß zu reduzieren, ähnlich wie die Nährwertkennzeichnung die Lebensmittelindustrie beeinflusst hat. Dabei hat Logitech eine Methode zur Analyse des Lebenszyklus entwickelt, um den CO₂-Ausstoß eines Produkts von den Rohstoffen über die Herstellung und den Transport bis zur Verwendung durch den Kunden und letztendlich bis zur Entsorgung zu messen. Logitech stellt seine Erfahrungen und die von Dritten zertifizierte Methodik für die CO₂-Kennzeichnung allen Unternehmen und Wettbewerbern kostenlos zur Verfügung.

Schnelle Markterschließung

Logitech hat in der Kommunikationsbranche eine starke Marke aufgebaut. Inzwischen wächst das Vertriebsnetz von Logitech über seine umfangreichen Einzelhandels- und Vertriebskanäle im Online- und Offline-Bereich hinaus. Im Zuge der verstärkten Investitionen in Video Collaboration erweitert Logitech seinen Vertrieb im Unternehmensbereich durch sein eigenes Vertriebsteam sowie durch verschiedene neue und aufstrebende Vertriebspartner. Im Gegensatz zu vielen seiner Wettbewerber hat sich Logitech als neutraler Technologieanbieter positioniert, der mit einer Vielzahl von Technologieanbietern und -plattformen zusammenarbeitet und Schnittstellen zwischen deren Produkten und Ökosystemen bereitstellen kann.

Der Erfolg des Unternehmens ist zu einem großen Teil auf seine differenzierte Markteinführungsstrategie zurückzuführen, die auf Partnerschaften mit den besten Vertriebs- und Technologiepartnern der Branche setzt. Das Logitech Collaboration Program (LCP) ist ein schnell wachsendes Ökosystem aus führenden Technologieanbietern, zu denen unter anderem Microsoft, Google, Zoom, Ringcentral, Pexip, LogMeIn, Blue Jeans und Fuze gehören. Dieses wachsende Ökosystem von UC-Partnern stellt sicher, dass Kunden Zugang zu offenen Kommunikationslösungen erhalten, die mit führenden Cloud-Anbietern und Software von Drittanbietern kompatibel sind. Mit mehr als 40 Partnern, die Komplettlösungen anbieten, umfasst LCP zwei Bereiche – einen für Cloud-basierte Videokonferenzanbieter und einen für ergänzende

Lösungen. Zu den Partnern gehört ein umfassendes Ökosystem von Drittanbietern, die die Produktfunktionalität mit Logitech Geräten optimieren, um die Benutzerfreundlichkeit und die Technologiebereitstellung zu verbessern und gleichzeitig die Integration in Geschäftsabläufe und -prozesse zu ermöglichen.

Zusammenfassung

In einem immer stärker umkämpften Markt hat sich Logitech die Marktführerschaft verdient, indem es sich auf einfache, qualitativ hochwertige Designs konzentriert, die auf die sich ändernden Bedürfnisse der heutigen Arbeitskräfte zugeschnitten sind. Seine marktführenden Innovationen in Kombination mit benutzerfreundlichen und einfach zu beschaffenden, qualitativ hochwertigen Geräten machen die Videokommunikation am hybriden Arbeitsplatz erfolgreich. Aus diesen Gründen ist Frost & Sullivan stolz darauf, Logitech den Market Leadership Award 2021 für sein Engagement auf dem globalen Markt für Videokonferenzgeräte zu verleihen.

Was Sie über die Anerkennung als Marktführer wissen müssen

Mit dem Market Leadership Award von Frost & Sullivan wird das Unternehmen ausgezeichnet, das durch herausragende Leistungen, Produkte und Dienstleistungen den größten Marktanteil erreicht hat.

Vorgehensweise bei der Vergabe der Auszeichnung

Für den Market Leadership Award haben die Analysten von Frost & Sullivan unabhängig die unten aufgeführten Kriterien bewertet.

Hervorragende Wachstumsstrategie: Das Unternehmen beweist die Fähigkeit, neue Wachstumschancen konsequent zu erkennen, zu priorisieren und zu verfolgen.

Hervorragende Implementierung: Die Unternehmensprozesse fördern eine effiziente und konsequente Implementierung der Maßnahmen, die zur Unterstützung der Strategie entwickelt wurden.

Markenstärke: Das Unternehmen wird respektiert, anerkannt und geschätzt.

Produktqualität: Die Produkte oder Dienstleistungen erhalten in jeder Phase des Lebenszyklus gute Noten für Leistung, Funktionalität und Zuverlässigkeit.

Produktdifferenzierung: Die Produkte oder Dienstleistungen nehmen aufgrund des Preises, der Qualität oder der Einzigartigkeit (oder einer Kombination dieser drei Faktoren) eine Marktnische ein, die andere Unternehmen nicht ohne Weiteres besetzen können.

Nutzung der Technologie: Das Unternehmen ist bestrebt, Spitzentechnologien in sein Produktangebot zu integrieren, um die Leistung und den Wert seiner Produkte zu steigern.

Preis-Leistungs-Verhältnis: Die Produkte oder Dienstleistungen haben im Vergleich zu ähnlichen Marktangeboten das beste Preis-Leistungs-Verhältnis.

Kundenerfahrung beim Kauf: Das hervorragende Einkaufserlebnis gibt den Kunden die Gewissheit, dass sie die optimale Lösung für ihre individuellen Bedürfnisse und Anforderungen kaufen.

Kundenerfahrung bei der Nutzung: Die Kunden sind stolz darauf, das Produkt oder die Dienstleistung des Unternehmens zu besitzen bzw. in Anspruch zu nehmen. Sie haben während des gesamten Produktlebenszyklus bzw. der gesamten Laufzeit der Dienstleistung positive Erfahrungen gemacht.

Erfahrungen mit dem Support: Der Support ist gut erreichbar, schnell, unkompliziert und professionell.

Über Frost & Sullivan

Frost & Sullivan ist die Growth Pipeline Company™. Wir führen unsere Kunden in eine vom Wachstum geprägte Zukunft. Unsere Growth Pipeline as a Service™ bietet dem CEO und dem Growth-Team des CEOs eine durchgängige und umfassende Plattform für Wachstumsmöglichkeiten und sichert so den langfristigen Erfolg. Um positive Ergebnisse zu erzielen, greift unser Team auf über 60 Jahre Erfahrung zurück und coacht Organisationen aller Art und Größe auf 6 Kontinenten mit unseren bewährten Best Practices. Besuchen Sie Frost & Sullivan unter <http://www.frost.com>, um die Zukunft Ihrer Growth Pipeline zu sichern.

Die Growth Pipeline Engine™

Frost & Sullivans proprietäres Modell zur systematischen Entwicklung von nachhaltigen Wachstumsmöglichkeiten und -strategien für unsere Kunden basiert auf dem Innovation Generator™. [Mehr erfahren.](#)

Wichtigste Auswirkungen:

- **Growth Pipeline:** Kontinuierlicher Fluss von Wachstumsmöglichkeiten
- **Wachstumsstrategien:** Bewährte Best Practices
- **Innovationskultur:** Optimierte Kundenerfahrung
- **ROI und Gewinnspanne:** Hervorragende Implementierung
- **Nachhaltiges Wachstum:** Branchenführer



Der Innovation Generator™

Unsere sechs analytischen Perspektiven sind ausschlaggebend für die Erfassung eines breiten Spektrums innovativer Wachstumsmöglichkeiten, von denen die meisten im Bereich dieser Perspektiven angesiedelt sind.

Analytische Perspektiven:

- **Megatrend (MT)**
- **Geschäftsmodell (GM)**
- **Technologie (TE)**
- **Branchen (BR)**
- **Kunde (KU)**
- **Regionen (RE)**

