

Informationstechnologie | 03.05.2012 | Lesezeit 1 Min.

Orientierung im E-Dschungel

Die allermeisten kleinen und mittleren Unternehmen in Deutschland haben mittlerweile eine eigene Website. An manch anderes Thema der Informations- und Kommunikationstechnologie (IKT) traut sich der Mittelstand jedoch nicht so recht heran. Ein neues IKT-Barometer gibt Orientierungshilfen.

Auch wenn kleine und mittlere Unternehmen (KMU) längst nicht alle technischen Möglichkeiten in dem Maße nutzen wie große Konzerne – die modernen Informations- und Kommunikationstechnologien sind auch bei ihnen nicht mehr wegzudenken. Die jüngsten Zahlen des Statistischen Bundesamts:

Im Jahr 2011 hatten 82 Prozent der Betriebe mit 10 bis 49 Beschäftigten und sogar 92 Prozent der Firmen mit 50 bis 249 Mitarbeitern eine eigene Homepage. Bei den noch größeren Unternehmen lag die Quote bei 96 Prozent.

Wesentlich seltener setzten mittelständische Firmen dagegen auf E-Commerce. Nur 19 Prozent der Firmen mit 10 bis 49 Mitarbeitern und 30 Prozent der Betriebe mit 50 bis 249 Köpfen verkauften im vergangenen Jahr ihre Produkte über die Unternehmenswebsite oder über elektronischen Datenaustausch. Von den Unternehmen ab 250 Arbeitnehmern nutzten immerhin 46 Prozent elektronische Absatzkanäle.

Mittelstand: IT-Sicherheit geht vor

Nach Einschätzung von IT-Dienstleistern ist die Investitionsbereitschaft kleiner und mittlerer Unternehmen in diesen Bereichen ...

... am größten	... am geringsten
IT-Sicherheit	Radiofrequenz-Identifikation (RFID)
Mobile Anwendungen	Soziale Netzwerke/Web 2.0
Eigene Website	E-Business-Standards
E-Commerce/Online-Shops	Green IT (Nutzung spezieller IT-Anwendungen u. a. zur Verbesserung der Energieeffizienz)
Customer-Relationship-Management (systematische, IT-gestützte Dokumentation und Verwaltung der Kundenbeziehungen)	Supplier-Relationship-Management (IT-gestützte strategische Planung und zentrale Steuerung der Beziehungen zu den Lieferanten)

Befragung von 262 IT-Dienstleistern im Jahr 2011; Quelle: Institut der deutschen Wirtschaft Köln Consult

 Institut der deutschen
Wirtschaft Köln

© 2012 IW Medien · iwd 18

Das neue IKT-Barometer des Projekts PROZEUS (Kasten) spiegelt die unterschiedliche Bedeutung der verschiedenen IKT-Themen für kleine und mittlere Betriebe ebenfalls wider (Tableau):

Nach Einschätzung der befragten IT-Dienstleister sind KMU vor allem zu Investitionen in die IT-Sicherheit, in mobile Anwendungen und die eigene Website bereit. Wenig Interesse haben kleine und mittelgroße Firmen dagegen etwa an Aktivitäten im Bereich Social Media (Web 2.0).

Oft kommen neue Technologien in KMU einfach deshalb nicht zum Zuge, weil die Betriebe zu wenig darüber wissen – 78 Prozent der IT-Dienstleister halten die Mittelständler für nicht ausreichend über IKT-Themen informiert. Das kann zu

ernsthaften Wettbewerbsnachteilen führen. Allerdings müssen KMU sicherlich nicht jedem neuen Trend folgen – hier gilt es, Kosten und Nutzen sorgsam abzuwägen.

Das IKT-Barometer

Das von der Institut der deutschen Wirtschaft Köln Consult betreute Projekt PROZEUS – Prozesse und Standards – wird mit seinem neuen IKT-Barometer künftig in regelmäßigen Abständen neue Trends in diesem Bereich ermitteln und ihre Bedeutung für kleine und mittlere Firmen analysieren. Dabei greift das Barometer auch auf die Einschätzung von IT-Anbietern zurück. Weitere Informationen: www.prozeus.de

Kernaussagen in Kürze:

- Die allermeisten kleinen und mittleren Unternehmen in Deutschland haben mittlerweile eine eigene Website.
- Wesentlich seltener setzen mittelständische Firmen dagegen auf E-Commerce.
- Nach Einschätzung der befragten IT-Dienstleister sind KMU vor allem zu Investitionen in die IT-Sicherheit, in mobile Anwendungen und die eigene Website bereit.